



Min Kånken, en del av min stil

**En etnografisk studie av Kånkenanvändarnas gestaltning av
stilkulturen indie**

Julia Bengtsson & Jonna Herder Albertsen

Avdelningen för modevetenskap

Institutionen för kulturvetenskaper

Lunds universitet

MODK63, 15 hp. Examensarbete för kandidatexamen, vt 2018

Handledare: Ane Lynge-Jorlén

Abstract

This dissertation has examined Fjällrävens backpack Kånken, and its interconnection with the individual's social identity, as well as the group affiliation to the style culture indie. The study has also treated Kånken and its expression of fashion in connection with the style culture indie. In the answering of questions we have conducted an ethnographic study, with a total of 8 people being interviewed. The analysis was based on the empirical study and complemented by theories of fashion and antifashion, consumption and identity, symbolic capital and the style culture indie.

As a result of this study, we found that Kånken can be a symbolic expression of the individual's identity as well as group affiliation for the alternative style. Nevertheless, Kånken can not in itself be a symbolic expression for indie, because Kånken is a part of a widespread fashion. Kånken, however, can convey, along with other expressions, the individual's association with indie. Through the analysis, it was discussed that Kånken could instead help to strengthen the style that the individual wants to show. The study also discussed how Kånken was an expression of fashion in relation to indie, when all of the interviewees had no fashion interest, and the majority believed that they did not follow fashion trends. Today, it is complex whether Kånken is an expression of fashion or an antifashion. While Kånken can be considered as part of contemporary fashion, where an indie and alternative style flourish, Kånken does not reflect the rapid changes in fashion and the constant renewal of trends. Which may reflect a new era of fashion.

Keywords: Kånken, indie, style culture, fashion, antifashion, identity, symbolic expression

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	5
1.1 Bakgrund.....	5
1.2 Syfte och frågeställning.....	6
1.3 Teoretiskt ramverk.....	7
1.3.1 Mode och antimode.....	7
1.3.2 Mode och identitet.....	8
1.3.3 Symboliskt konsumtion.....	9
1.3.4 Subkultur och stilkultur.....	11
1.4 Metod.....	12
1.4.1 Observation.....	13
1.4.2 Semistrukturerade intervjuer.....	14
1.4.3 Metodkritik.....	14
1.5 Forskningsöversikt.....	15
1.6 Avgränsningar och material.....	17
1.7 Definitioner.....	18
1.8 Disposition.....	18
2. Analys.....	19
2.1 Indie som stilkultur.....	19
2.1.1 Det visuella uttrycket för indie.....	24
2.2 Gestaltning av identitet.....	26
2.3 Varumärkets symboliska betydelse.....	33
2.4 Modets uttryck genom Kånken.....	37
3. Avslutande diskussion.....	42
4. Källförteckning.....	45
4.1 Tryckta källor.....	45
4.2 Digitala källor.....	46

5. Bilagor.....	48
5.1 Bilaga 1 - Observationer.....	48
5.2 Bilaga 2 - Intervjufrågor.....	51
5.3 Bilaga 3 - Kort redovisning av intervju personer.....	53

1. Inledning

På Knutpunkten, centralstationen i Helsingborg, går en kvinna i 30-årsåldern mot utgången. Den stil och de kläder hon bär kan betraktas som indie. Hon är klädd i svarta skinny jeans, en militärgrön parkas, ett par Vans Old Skool skor och svarta wayfarer solglasögon. Det ljusbruna håret är uppsatt i en slarvig knut. På ryggen bär hon en aning sliten Kånken ryggsäck i färgen Ox Red (se bilaga 1). Kvinnan är en av många Kånkenanvändare som påträffas på stadsgatorna runt om i världen, från New York till Örnsköldsvik.

1.1 Bakgrund

Kånken har under åren blivit ett visuellt uttryck för individens sociala identitet och stilkultur. Från att ha sammankopplats med friluftsliv, för att sedan bli en symbol för vänsterpolitiska åsikter, till att idag blivit en trendig accessoar inom en del grupper i samhället. Företaget bakom ryggsäcken grundades 1960 i Örnsköldsvik av Åke Nordin.¹ I augusti 1978, 18 år efter grundandet av företaget, lanserades den idag välkända Kånken ryggsäcken i samarbete med Svenska Scoutförbundet. Framtagandet av ryggsäcken har sin orsak i Nordins upptäckt av axelremsväskors belastning på svenska skolelevers ryggar. Kånken var ett ergonomiskt alternativ för elevernas ryggar, samtidigt som det var en prisvärd och funktionell ryggsäck. Den blev snart även en symbol för vänsterpolitik och gick i en del kretsar under namnet ”kommunistpuckel”. Oavsett ryggsäckens symboliska och politiska laddning såldes 400 ryggsäckar första året, för att året därpå sälja 30 000. Idag säljs omkring 200 000 ryggsäckar varje år och Kånken är idag en storsäljare för Fjällräven. Kånkens funktion och utseende är densamma som vid lanseringen i augusti 1978, förutom en större bredd på färger och modeller.² Utöver den klassiska modellen Kånken finns Re-Kånken som är gjord av återvunna plastflaskor, Kånken mini, Kånken laptop samt den mer slitstarka modellen Kånken No.2, för att nämna några av de populära modellerna. Priset på ryggsäcken ligger mellan 799 till 1599 svenska kronor.³

¹ Fjällräven (u.å). Hämtad från <https://www.fjallraven.se/om-fjallraven/fjallraven-historia/fjallraven-tidslinje> (2018-04-14)

² Fjällräven (u.å). Hämtad från <https://www.fjallraven.se/om-fjallraven/om-oss/historia/> (2018-04-15)

³ Fjällräven (u.å). Hämtad från <https://www.fjallraven.se/utrustning/kanken?limit=all> (2018-04-14)

Ryggsäcken har under 2000-talet blivit en trendig accessoar och konsumeras av människor runt om i världen. Stora varuhuskedjor som Nordstrom⁴ och Urban Outfitters⁵ är återförsäljare av ryggsäcken. Kånkens tidigare sammankoppling med vänsterpolitik har förändrats och idag associeras den med ett ”anti-cool” mode samt trendiga nördmärken, vilket har lyfts fram i bland annat den svenska utgåvan av modetidningen Elle⁶ och den brittiska dagstidningen The Guardian.⁷ Det är tydligt att Kånken är mer än bara en ryggsäck. Den är laddad med symbolik och associationer, som även bidrar till uppfattningen av bärarens identitet och grupptillhörighet. Detta kommer att vara avstampet i betraktelsen av Kånken i uppsatsen, där Kånken kommer att sättas i relation till indiekulturen.

1.2 Syfte och frågeställning

Syftet med uppsatsen är att studera och betrakta Kånken, en ryggsäck, som inte i någon större mån har uppmärksammats inom ett vetenskapligt område jämfört med väskor från lyxvarumärken. Samtidigt som Kånken inte förknippas med lyx, likställs den heller inte med en ryggsäck från H&M. Det finns något unikt med Kånken, trots dess enkelhet i estetiken. Kånkens starka laddningar med associationer och symbolik, gör den till ett relevant studieobjekt.

Utifrån ett modevetenskapligt perspektiv vill vi undersöka ryggsäcken Kånken och dess sammankoppling med individens sociala identitet och grupptillhörigheten till stilkulturen indie. Uppsatsen syftar till att, utifrån ett identitetsperspektiv, studera Fjällrävens ryggsäck Kånken. Studien kommer även att behandla Kånken och dess uttryck för mode i anknytning till stilkulturen indie.

⁴ Nordstrom (u.å.). Hämtad från <https://shop.nordstrom.com/sr?contextualcategoryid=60135750&origin=keywordsearch&keyword=kanken> (2018-04-17)

⁵ Urban Outfitters (u.å.). Hämtad från <https://www.urbanoutfitters.com/search?q=fjallraven+kanken&sayt=true> (2018-04-17)

⁶ Elle (2009) *NU ÄR NÖRDMÄRKENA HIPPA IGEN!*. Hämtad från <https://www.elle.se/nu-ar-nordmarkena-hippa-igen/> (2018-04-16)

⁷ The Guardian (2012) *How Scandinavian brands made 'anti-cool' fashionable*. Hämtad från <https://www.theguardian.com/fashion/fashion-blog/2012/feb/09/scandinavian-brands-anti-cool> (2018-04-16)

Uppsatsens frågeställningar är följande:

- Hur är bärandet av Kånken sammankopplad med individens gestaltning av social identitet och grupptillhörighet för stilkulturen indie?
- På vilket sätt är Kånken ett uttryck för mode i samband med stilkulturen indie?

För att besvara frågeställningarna kommer en etnografisk metod att utföras, där observation och semistrukturerade intervjuer sker, av de Kånkenanvändare som ingår i indiekulturen. Genom applicering av teorier kan studiens avsikt att undersöka Kånken som uttryck för mode framhållas, men även för den sociala identiteten och stilkulturen indie.

1.3 Teoretiskt ramverk

Nedan redogörs de teorier som kommer att appliceras på det empiriska materialet för att uppnå syftet med uppsatsen. Teorierna är indelade utifrån deras behandlade område i underrubriker.

1.3.1 Mode och antimode

Kulturforskare har fortfarande svårt att definiera fenomenet mode, även om det har grundläggande funktioner i det moderna samhället, som sociala rörelser, social stratifiering och massproducerad smak. Fred Davis beskriver i boken *Fashion, culture and identity* att det är en typ av visuell omvandlingsprocess, ofta intellektuell och känslomässig, som är kärnan i mode. Ur ett sociologiskt perspektiv på kläder och mode menar Davis att människor kommunicerar delar av sin personlighet genom sina kläder, och på denna kollektiva nivå leder detta till ett symboliskt strukturerat universum av statusanspråk och livsstilsbevakning.⁸ Utifrån uppsatsens syfte är det relevant att benämna Davis teorier om antimode, vilket kommer appliceras på det empiriska materialet.

I skapandet av mode uppstår även ett antimode. Antimode är ett symboliskt uppvisande av en motsats, parodi eller avvisande till modet i tiden.⁹ Antimode och klädupperor, har sin grund i 1960-talet, där antimode blev en sorts självmedvetenhet, jämt organiserad och som motsätter

⁸ Davis, F. (1992). *Fashion, culture, and identity*. Chicago: Univ. of Chicago Press, s. 4

⁹ Davis, 1992, s. 160

förhållandet till det rådande modet.¹⁰ I förståelsen av antimode, behöver den sociala och historiska kontexten studeras. Det krävs en viss demokrati gällande smak och uppvisande, för att kunna utgöra antimode. Antimode betraktas ofta i samhället som en politisk protest genom den avvikande smaken i allmänhet. I demokratier är det inte ovanligt att antimodet manifesteras inom gruppidentifikation, då det kan användas i att differentiera sig mot andra i samhället. Strävan efter särskiljande kollektiva identiteter, exempelvis yrkesmässigt, etniskt eller socialt avvikande, fungerar som en viktig kulturell grund för de som framför ett antimode. Dock bidrar modets och antimodets nära relation till att även mainstream-modet blir influerade i sitt skapande av antimodet som grupperna manifesterar.¹¹

1.3.2 Mode och identitet

Teorier angående begreppet identitet är betydelsefulla att framhålla utifrån studiens första frågeställning. I boken *Identitet* av Nils Hammarén och Thomas Johansson ges en betraktelse av identitet bland annat utifrån ett sociologiskt perspektiv, där identitet ses ur en social kontext och som ett kollektivt begrepp.¹² I boken benämner även Hammarén och Johansson begreppet flexibel identitet, som är relevant att lyfta fram. Flexibel identitet syftar till att individer idag inte är bundna till sociala band eller traditioner på liknande sätt som förr, utan valen kring identiteten är mer omfattande. Det finns möjligheter att experimentera med identiteter och exempelvis skapa en alternativ livsstil. I dagens samhälle är det svårare och mer komplext att avgöra människors sociala identitet utifrån dess yttre.¹³ Hammarén och Johansson menar att identitet i grunden syftar till gemenskap, emotionella laddningar och kollektiv tillhörighet.¹⁴ Teorier om identitet skildras även i boken *Konsumtion* av Jacob Östberg och Lars Kaijser. Även här redogörs för den sociala identiteten, där de hävdar att den formas av kulturella och sociala faktorer.¹⁵

Sociologen Anthony Giddens teorier i boken *Modernitet och självidentitet. Självet och samhället i den senmoderna epoken* om självet i senmoderniteten tillämpas också på det empiriska materialet. Ett begrepp att benämna, som Giddens behandlar, är reflexivitet. Giddens menar att i moderniteten skapas självet reflexivt, det vill säga genom en iakttagelse

¹⁰ Davis, 1992, s. 162

¹¹ Davis, 1992, s. 166f.

¹² Hammarén, N. & Johansson, T. (2009). *Identitet*. (1. uppl.) Stockholm: Liber, s. 27

¹³ Hammarén & Johansson, 2009, s. 30-33

¹⁴ Hammarén & Johansson, 2009, s. 41

¹⁵ Östberg, J. & Kaijser, L. (2010). *Konsumtion*. Malmö: Liber, s. 70

av sig själv i förhållande till omgivningen. Giddens anser att självet existerar i en omgivning fylld med möjligheter och alternativ¹⁶, som även påpekas av Hammarén och Johansson.¹⁷ Ett av valen innefattar livsstilen, vilket Giddens definierar som rutinerade praktiker som individen följer. Rutinerna synliggörs bland annat genom beklädnad, umgänge och hur individen handlar. Dessa rutiner är öppna för förändringar genom självidentitetens rörliga karaktär. Tillsammans konstruerar handlingar och vanor, som livsstilen består av, ett sammanhängande mönster.¹⁸ Ett ytterligare relevant begrepp att betona utifrån Giddens teori, är begreppet regimer. Begreppet innefattar de handlingar som individen väljer, utifrån individuellt inflytande och smak för att bygga upp, men även för att upprätthålla livsstilen. Ett exempel på regimer är kläder.¹⁹ Att klä kroppen och utsmycka den, bidrar till ledtrådar för tolkning av individens handlingar. Giddens menar att klädstilar influeras av gruppträck, reklam, socioekonomiska resurser etcetera. Detta bidrar till skapandet av normaliserande snarare än individuella skillnader.²⁰ Även Zygmund Bauman förhåller sig till teorier om identitet i hans bok *Konsumtionsliv*. Bauman menar att identiteten inte är något individer föds med. Identiteten är inte given, utan är istället ett självgående och självförstärkande projekt under individens livstid. Identitetens rörliga form gör att ett ständigt skiftande mellan identiteter och sökandet efter förnyelse existerar. Formandet av identiteten präglas till viss del av den konstanta pressen av att vara någon annan, som framhålls genom bland annat konsumtion.²¹

1.3.3 Symbolisk konsumtion

Bauman belyser i boken *Konsumtionsliv* teorier angående konsumtionssamhället som är relevanta att framföra, då en tillämpning på det empiriska materialet kommer att ske. Bauman menar att konsumtionssamhället som karaktäriserar samtiden, utmärks av mellanmännsliga relationer som sker mellan potentiella konsumenter och de föremålen som konsumeras.²² I begäret av konsumtion är inte säkerhet eller ett stadigt tillstånd det väsentliga.²³ Konsumenter drivs istället av en urskiljning från omgivningen och genom konsumtion av varor kan

¹⁶ Giddens, A. (1999). *Modernitet och självidentitet: självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos, s. 10- 11

¹⁷ Hammarén & Johansson, 2009, s. 30-32

¹⁸ Giddens, 1999, s. 101-103

¹⁹ Giddens, 1999, s. 78f.

²⁰ Giddens, 1999, s. 122f.

²¹ Bauman, Z. (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos, s. 125

²² Bauman, 2008, s. 18

²³ Bauman, 2008, s. 39

individen bli synlig i sin omvärld.²⁴ Dock existerar det en omätlighet hos behoven, vilket leder till ständig samt ögonblicklig konsumtion och ersättning av föremålen.²⁵ Det ständiga behovet av nya föremål grundar sig även till viss del i upprätthållandet av den sociala positionen. Om inte begäret av konsumtion besvaras kommer en känsla av otillräcklighet och ofullkomlighet att finnas hos individen. Detta eftersom individer är medlemmar av samhörighet²⁶ och genom konsumering placeras individen i en social position.²⁷

I boken *Märken och människor: om marknadssymboler som kulturella resurser* av Anders Bengtsson och Jacob Östberg framförs teorier om konsumtion och dess symboliska värde.²⁸ Symbolisk konsumtion innebär att när individen konsumerar en produkt, vill de samtidigt att den ska signalera en betydelse till omgivningen.²⁹ Genom att konsumera utvalda produkter kan individen identifiera sig med grupper som är likasinnade konsumenter. Det är inte endast objektet i sig som är väsentligt, utan vilken relation individen har till objektet som definierar identiteten.³⁰ De menar att konsumenten skapar en mening till en produkt under konsumtionsprocessen,³¹ i relationen mellan konsumenterna och märkena.³² Konsumenten ingår i relation till de märken som stödjer det uttryck som individen vill framställa.³³

Bourdieu's teorier om kapital kartläggs i boken *Kultursociologiska texter* i kapitlet Modeskaparen och hans märke. Rocamora belyser även sin placering av Bourdieus teorier om symboliskt kapital i boken *Thinking through fashion* samt i artikel Fields of Fashion: Critical Insights into Bourdieu's Sociology of Culture i *Journal of consumer culture*, som kommer att appliceras på det empiriska materialet i analysen. Bourdieu belyser positionerna inom den struktur som utsändningen av det symboliska kapitalet bildar, och hur det kommer till uttryck i de estetiska strategierna och i det kommersiella. De dominerande följer strategier som syftar till att skydda det lagrade kapitalet.³⁴ Rocamora benämner hur Bourdieu syftar på

²⁴ Bauman, 2008, s. 20

²⁵ Bauman, 2008, s. 39f.

²⁶ Bauman, 2008, s. 85

²⁷ Bauman, 2008, s. 65

²⁸ Bengtsson, A. & Östberg, J. (2011). *Märken och människor: om marknadssymboler som kulturella resurser*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur, s. 25

²⁹ Östberg & Kaijser, 2010, s. 74

³⁰ Östberg & Kaijser, 2010, s. 78

³¹ Bengtsson & Östberg, 2011, s. 30

³² Bengtsson & Östberg, 2011, s. 35

³³ Bengtsson & Östberg, 2011, s. 69

³⁴ Bourdieu, P. (1993). Modeskaparen och hans märke. I B. Östling (red.) *Kultursociologiska texter*. (4. uppl.) Stockholm: Symposion, s. 85

det symboliska värdet av märken, där märket inte förändrar väsentligheten av produkten, utan förändrar den sociala karaktären. Detta är den märkbara manifestationen, som en signatur från en konstnär.³⁵ Rocamora redogör även Bourdieus teori om betydelsen för kultur som en bärare av social distinktion. De dominerande innehar ett legitimitetskapital, vilket menas med att de besitter ett kapital som skänker dem berättigad distinktion.³⁶ Den dominerande kulturen är kulturen av den dominanta klassen, där ett intresse ligger i att fortsätta producera värden. Kulturella metoder är produkten av klassantagonism, då kultur är ett objekt för maktförhållande och klassdistinktioner. Bourdieu menar att när ett märke av klass förlorar sin distinkta makt, är det tid för modet att börja om igen.³⁷

1.3.5 Subkultur och stilkultur

I utformandet av analysen är det betydelsefullt att benämna teorier angående subkultur respektive stilkultur. En teoretiker som benämner begreppet subkultur är David Hebdiges i boken *Subculture: The Meaning of Style*, där han syftar till fenomenet subkulturer som en störning i den ordnade sekvensen.³⁸ Subkulturer kodas olika, där varje subkultur har sin unika struktur, oskrivna regler och en hierarki av värden.³⁹ Genom kombinationer av kläder, dans, språk och musik kännetecknas subkulturer för en allmänhet i samhället. Medan allmänheten står för det normala, står subkulturen för det avvikande, vilket är grunden för dess åtskillnad⁴⁰ Även Hammarén och Johansson behandlar i boken *Identitet*, subkulturer, där de syftar på ungdomar som framställer sig uppseendeväckande genom sin stil, smak och sitt estetiska framförande. Det är vanligt förekommande att subkulturer anses som rebelliska för att sedan gradvis övergå till att anses som mainstream och bli en del av det som anses normalt utifrån samhällliga normer. Somliga karaktäriserade drag i en subkulturs stil eller estetiskt uttryck tas upp av modeindustrin och marknaden. Hammarén och Johansson påvisar att det på så vis existerar ett så kallat flöde mellan subkulturer och "normaliteten".⁴¹

I betraktelsen av teorier angående subkulturer är det väsentligt att belysa den utvecklade forskningen av stilens betydelse inom subkulturer. Rachel Lifter belyser i artikeln From

³⁵ Rocamora, A. (2002). Fields of Fashion: Critical Insights into Bourdieu's Sociology of Culture'. *Journal of Consumer Culture*, Vol 2, nr. 4, s. 349

³⁶ Bourdieu, 1993, s.100

³⁷ Rocamora, A. & Smelik, A. (red.) (2016). *Thinking through fashion: a guide to key theorists*. London: I.B. Tauris, s. 242

³⁸ Hebdige, D. (1988[1979]). *Subculture: the meaning of style*. London: Routledge, s. 90

³⁹ Hebdige, 1988[1979], s. 84

⁴⁰ Hebdige, 1988[1979], s. 101f.

⁴¹ Hammarén & Johansson, 2009, s. 35f.

subculture to queer pop: resistance, style and cultural studies i magasinet *Clash. Resistance in Fashion* och i kapitel 1 Approaching the literature: Fashion and youth culture i avhandling *Contemporary indie and the construction of identity: discursive representations of indie, gendered subjectivities and the interconnections between indie music and popular fashion in the UK* att stil inom subkultur syftar till ett ideologiskt motstånd mot klasspositioner och dessa effekter, utifrån tidigare forskning inom kulturstudier.⁴² Idag är det mer relevant att tala om stilkultur, menar Lifter. Detta då framväxten av postmodernism och konsumtionskultur under 1990-talet är betydelsefull i betraktelsen av stil inom grupper.⁴³ Lifter menar att ett ideologiskt motstånd inte är grunden till utmärkande stilar i samtiden. Stil refererar istället till skapandet av individuella identiteter. Individer väljer stilar som de önskar, utifrån en mängd olika valmöjligheter. Ett val görs inte av en specifik stil utan en blandning av en mängd olika stilar. Under mitten av 2000-talet kunde indie looken definieras som en ihopsättning av second handplagg och highstreet plagg, indie betraktas därför som en stilkultur, snarare än en subkultur, enligt Lifter.⁴⁴

1.4 Metod

I utformandet av uppsatsen är en etnografisk metod relevant utifrån syftet att undersöka ryggsäcken Kånken från ett identitetsperspektiv. Den kvalitativa metoden beskrivs i boken *Etnografiska metoder* av Patrik Aspers. Aspers menar att ett närmande av människor kan bidra till insikt samt ny kunskap om människors tänkande och handlande.⁴⁵ Underlaget i en etnografisk studie är den sociala interaktionen som skapas mellan människor genom observationer och samtal.⁴⁶

I studien utfördes observation och semistrukturerade intervjuer av Kånkenanvändare. Genom att vidta en etnografisk metod kunde en uppfattning och förståelse om fältet skapas. Observationen av Kånkens användare bidrog till en överblick av fältet. En överblick som

⁴² Lifter, R. (2012). *Contemporary indie and the construction of identity: discursive representations of indie, gendered subjectivities and the interconnections between indie music and popular fashion in the UK*. (PhD thesis, London College of Fashion: University of the Arts London). Tillgänglig: http://ualresearchonline.arts.ac.uk/5681/1/Lifter%20Rachel_E-Thesis_2012.11.28.pdf, s. 32. Se även Lifter, R. (2014). From subculture to queer pop: resistance, style and cultural studies. I A. Lyng-Jorlén & M. Bank Christoffersen (red.) *Clash. Resistance in Fashion* (ss. 58-61). Herning: HEART - Herning Museum of Contemporary Art, s.58

⁴³ Lifter, 2014, s. 58

⁴⁴ Lifter, 2012, s. 35. Se även Lifter, 2014, s. 59.

⁴⁵ Aspers, P. (2011). *Etnografiska metoder: att förstå och förklara samtiden*. (2., [uppdaterade och utökade] uppl.) Malmö: Liber, s. 13-14

⁴⁶ Aspers, 2011, s. 37

sedan kunde fördjupas till en förståelse genom de semistrukturerade intervjuerna. I utförandet har även metodisk inspiration använts från Rachel Lifters avhandling *Contemporary indie and the construction of identity: discursive representations of indie, gendered subjectivities and the interconnections between indie music and popular fashion in the UK* från 2012. Lifter framför, utifrån en etnografisk studie, väsentliga klädesplagg och accessoarer som visuella koder för indie. Lifters redogörelse för indiekulturens visuella koder är centralt i utförandet av den här uppsatsens observation och intervjuer, då den var grundläggande i vår tolkning av Kånkenanvändarnas sammankoppling med indie.

1.4.1 Observation

Enligt Aspers används observationer i avsikt att studera händelser i samhället och skapa en förståelse av det.⁴⁷ I den dolda observationen av Kånkenanvändarna, studerades människor i vardagslivet, utan vetskap att de blev observerade. Observationen grundade sig i en betraktelse av människors beklädnad i samband med deras Kånken. Inledningsvis genomfördes en pilotobservation under en dag på stadsgator i centrala Helsingborg. Avsikten med pilotobservationen var att kontrollera ifall antagandet kring Kånkens sammankoppling med stilkulturen indie, stämde. Genom Lifters teorier om indie och pilotobservationen kunde slutsatsen dras att Kånken kunde betraktas i samband med indie. Kånkenanvändarnas beklädnad stämde till viss del överens med de visuella koderna för indie som Lifters framför i sin avhandling. Därmed är syftet med uppsatsen möjlig att uppnå samt frågeställningar möjliga att besvara.

Den slutgiltiga observationen ägde rum på Knutpunkten, huvudstationen i centrala Helsingborg, måndagen den 23/4 2018 mellan klockan 11.30 till 12.30. Valet av plats grundar sig på Knutpunktens förbindelse med städer runt om i Sverige, vilket bidrar till stor daglig omsättning av människor. Under tiden av observationen inkom tåg från bland annat Malmö och Göteborg, vilket genererade cirkulation av människor. Knutpunkten är även en öppen plats vilket förenklar betraktelsen av människors beklädnad och sökandet efter Kånkenrygsäcken. Syftet med observationen är att betrakta användarna av Kånken, vilka individer som bär rygsäcken och om mönster för stilkulturen indie framhålls i deras beklädnad och accessoarer, utifrån Lifters utläggning av indie. Observationen av

⁴⁷ Aspers, 2011, s.111

Känkenanvändarna bevarades inte genom fotografier. Vid tillfället av observationen fördes istället fältanteckningar, för att bevara det som upplevts.

1.4.2 Semistrukturerade intervjuer

Innan utförandet av intervjuerna genomfördes en pilotintervju. Huvudsyftet var att se vilka frågor som fungerade, och vilka som behövdes adderas, tas bort eller omformuleras. I konstruerandet av intervjuerna utgick vi från olika teman, inledande frågor, stil/mode, musik/indie samt Kånken. Dessa teman blev även grunden för våra intervjufrågor. Intervjuerna utfördes på olika offentliga platser i Helsingborg, exempelvis på stadsbiblioteket och Campus. De flesta av de intervjuade föredrog att utföra intervjun direkt, därför bokades få möten in. Samtliga intervjuer skedde sittande i en lugnare miljö. Inklusivt pilotintervjun, intervjuades sammanlagt åtta anonyma personer. Varav sex var kvinnor och två var män, i åldrarna mellan 17 till 54 år. Intervjuerna tog 10 till 25 minuter och spelades in, med allas godkännande. En transkribering av samtliga intervjuer gjordes. Samtliga intervjupersoner presenteras kort, med ålder och yrke (se bilaga 3).

I samband med intervjuerna togs även fotografier av intervjupersonerna, om de godkände det. Fotografierna visar inte intervjupersonernas ansikte, med syfte att aidentifiera dem. Avsikten med fotografierna är att skapa en större förståelse för valet av intervjupersoner men även för att kunna tydliggöra kopplingen mellan kläder och indie. Genom fotografierna kunde vi lättare hitta samband mellan personerna, och på så sätt finna mönster och koder i deras kläder och stil.

1.4.3 Metodkritik

Problematik som kan uppstå i samband med kvalitativ forskning då de inte anses som lika entydiga eller vetenskapliga som kvantitativ forskning, där statistiska resultat tydligt framhålls. Detta till skillnad mot kvalitativ forskning som har en tydligare brygga mellan resultat och forskarens förståelse.⁴⁸

En del av den etnografiska metoden är intervjuer, där problematiska situationer kan uppstå. Ett problem är om intervjuaren har förutfattade meningar innan intervjun har ägt rum. Exempelvis kan frågor väljas ut, där intervjuaren redan är medveten om svaret. Förutfattade

⁴⁸ Aspens, 2011, s. 33f.

meningar kan grunda sig i teorier, men även intervjuarens personliga uppfattning. Ytterligare ett problem som kan uppstå i samband med intervjuer, är maktbalans. Detta kan exempelvis ske genom att den som intervjuar styr samtalet fullständigt, detta kan leda till att intervjupersonen styrs i en riktning av intervjupersonen när hen svarar på frågorna. Dels kan det leda till att intervjupersonen känner sig obekvämt, dels kan resultaten av studien påverkas då forskarens tolkningar och förkunskap styr samtalet.⁴⁹ I utförandet av studiens intervjuer, fanns problematiken angående maktbalans i åtanke. Genom att ge intervjupersonen tid i bevarandet, men att likaså be dem att utveckla sina tankar eller resonemang, kunde vi undvika det totala styrandet av samtalet.

1.5 Forskningsöversikt

Nedan kommer en översikt av forskning, som behandlar uppsatsens ämne, ges. Forskningsfältet som redovisas berör Kånken, men även punken som subkultur och indiekulturen. Med undantag från Lifters vetenskapliga studie om indie, kommer forskningsöversikten inte att återges i materialanalysen, eftersom dess syfte är att skapa en översikt av ämnesfältet.

Det har sedan tidigare utförts två studier inom examensarbete för kandidatexamen inom institutionen för strategisk kommunikation på Lunds Universitet med koppling till företaget Fjällräven och Kånkenryggsäcken. I uppsatsen *Kontroll, konflikt, kreativitet - varumärkesberättelser på nya villkor. En studie av ryggsäcksvarumärket Kånken* av Cecilia Frankel & Linnéa Rinäs från 2013,⁵⁰ utförs text- och bildanalys, online observationer och kvalitativa halvstrukturerade intervjuer. Med syfte att undersöka hur konsumenter och varumärkesägare skapar betydelsen av ett varumärke genom storytelling. Studie visade att konsumentens varumärkesberättelse kommer från självbedömning och byggandet av den egna identiteten, och att varumärkesägaren kan påverka dessa historier genom att ge varumärket en tydlig ram. I *När ett varumärke blir kapat. En studie om varumärket Fjällräven* av Jacob Hagström och Klas Robertsson från 2014,⁵¹ utförs en fallstudie i

⁴⁹ Aspers, 2011, s.140-141

⁵⁰ Frankel, C., & Rinäs, L. (2013). *Kontroll, konflikt, kreativitet- varumärkesberättelser på nya villkor: En studie av ryggsäcksvarumärket Kånken*. (Kandidatuppsats). Lund: Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds Universitet. Tillgänglig: <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=4456828&fileOId=4456830>

⁵¹ Hagström, J., & Robertsson, K. (2014) *När ett varumärke blir kapat: En studie om varumärket Fjällräven* (Kandidatuppsats). Lund: Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds universitet. Tillgänglig: <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=3807342&fileOId=3807343>

företaget Fjällräven med syfte att undersöka deras varumärkesidentitet. I studien tillämpar de teorier av Pierre Bourdieus med syfte att förklara hur människor uppfattar varumärket Fjällräven ur ett socialt perspektiv. Studien drar slutsatsen att varumärkesidentitet och varumärkesbild inte behöver vara i harmoni för att varumärket ska lyckas. I de båda uppsatserna, betraktas Kånken utifrån ett företagsperspektiv. Att däremot undersöka Kånken utifrån ett modevetenskapligt samt identitetsperspektiv är ett outforskat område.

I överblicken av forskningen går det även att finna vetenskapliga artiklar och böcker angående subkulturer och det visuella uttrycket. För att exemplifiera, behandlas subkulturen punk i boken *Punk style* av Monica Sklar. Boken behandlar subkulturen både ur ett historiskt och samtida perspektiv. Beträktelsen av punkens estetik är i fokus, där Sklar redogör för subkulturens utmärkande stil och dess identitetsuttryck. Punkens influens i mainstream modet framhålls även.⁵² Att studera människors beklädnad och stil i relation till den sociala identiteten och grupptillhörighet är ett erkänt forskningsområde, däremot är specifikt indiekulturen i relation till modevetenskap ett område som vetenskapligt har betraktats i en liten utsträckning.

En vetenskaplig studie som behandlar området är Rachel Lifiers avhandling *Contemporary indie and the construction of identity: discursive representations of indie, gendered subjectivities and the interconnections between indie music and popular fashion in the UK*. Analysen sker utifrån det empiriska material som Lifter har samlat in genom en etnografisk metod. Observationerna och intervjuerna, som inträffar på olika festivaler runt om i Storbritannien, är centrala i betraktelsen av skapandet och uppvisandet av identitet inom samtida indie. Lifter redogör även för indiekulturens framväxt. Indie har gått ifrån att vara en minoritet inom musikbranschen under 1980-talet, med en look som inte ansågs som stilsäkert eller moderiktigt.⁵³ Till att under 1990-talet utvecklas till ett större intresse för en allmänhet.⁵⁴ Ett intresse gällande musikernas stil och klädsel växte fram, och indie företrädde inte endast utifrån dess musik utan även genom klädstilen.⁵⁵ Under 2000-talet betraktades indie looken som moderiktig inom media.⁵⁶ It girls som under 2000-talet var i förhållande med indiemusiker, bland annat Kate Moss och Alexa Chung, blev visuella förebilder för den stil

⁵² Sklar, M. (2012). *Punk style*. Oxford: Berg.

⁵³ Lifter, 2012, s. 87f.

⁵⁴ Lifter, 2012, s. 90

⁵⁵ Lifter, 2012, s. 92f.

⁵⁶ Lifter, 2012, s. 107

som indie förde fram. Medias ökade intresse av subkulturen tillförde en allmän spridning av dess mode.⁵⁷ Indies framväxt under de senaste 30 åren har bidragit till breddningen av indie och dess innebörd.⁵⁸ Lifter framhåller även visuella koder för den samtida indiekulturen. Klädesplagg och accessoarer som förknippas med indiestilen är bland annat skinny jeans, skinnjacka, Converse skor, wayfarers, "nördiga" glasögon, Dr. martens och crop tops.

Lifters forskning ger en förståelse i hur identiteter bildas i och genom överlappningar och sammankopplingar bland ungdomskulturer, musik och populärmode inom populärkulturen. Hon framför även svårigheten att åstadkomma en definition av indie och dess identitet. Lifter ställer sig frågan ifall indie refererar till en viss musikgenre, till musikgrupper och deras fans eller en viss stil och utseende, alternativt en kombination av referenserna. Hon menar att indie är ett begrepp som är svårt att begränsa, då tidigare nämnda överlappningar existerar.⁵⁹

1.6 Avgränsningar och material

En avgränsning som har utförts i uppsatsen är att betrakta Fjällrävens ryggsäck Kånken, som det centrala studieobjektet. En ytterligare avgränsning har gjorts genom att betrakta ryggsäcken i relation till indiekulturen. Genom att fokusera på användare av Kånken, begränsas studien och gör den rimlig att utföra inom tidsramen. Att fastställa ramverket runt indie är dock problematiskt, då en överlappning mellan indie och andra stil/subkulturer existerar.⁶⁰ Den flytande gränsen som existerar runt indie, gör att indie inte sällan förknippas med hipster eller andra alternativa stilar. Överlappning är idag påträffande mellan olika stilkulturer. Detta beror bland annat på att stilar och anspelningar idag blandas på ett helt annat sätt än förr, oavsett individens låga eller höga status.⁶¹ Kånken skulle därför även kunna betraktas utifrån andra alternativa subkulturer, exempelvis hipster. Dock har vi, utifrån pilotobservationen och Lifters teori om indie, valt att det är mest relevant att betrakta Kånken utifrån indie. I betraktelsen av indie, har vi utgått från Lifters teori om indie som stilkultur. Detta begränsar studien ytterligare, då indie inte betraktas som ett ideologiskt motstånd inom ramen för uppsatsen, vilket det hade gjort om indie benämns som subkultur.⁶²

⁵⁷ Lifter, 2012, s. 98

⁵⁸ Lifter, 2012, s. 67

⁵⁹ Lifter, 2012, s. 190f.

⁶⁰ Lifter, 2012, s. 65

⁶¹ Lifter, 2012, s. 124

⁶² Lifter, 2012, s. 58f.

Det empiriska materialet består av observationer samt semistrukturerade intervjuer. I observationen utfördes fältanteckningar av alla Kånken användare. Av den anledningen att vi ville se vilka mönster som kunde urskiljas mellan användarna och om visuella koder för indie, utifrån Lifter, kunde påträffas. I utförandet av intervjuerna utfördes ett urval av intervjupersoner, där åtta anonyma personer valdes ut. Valet grundade sig i deras användning av Kånken, samt deras påfallande visuella koder för indie. Exempelvis var personerna klädda i crop top, svarta skinny jeans, "nördiga" glasögon eller band t-shirt. Urvalet innefattar inte en avgränsning utifrån kön eller ålder. Med utgångsläge i Lifiers avhandling tog vi även hänsyn till att använda begreppet indie med varsamhet. Begreppet togs upp i intervjuerna, men medvetet utpekades inte intervjupersonerna som tillhörande av indiekulturen. Detta val grundar sig i att inte uppröra intervjupersonen, då det i Lifiers intervjuer uppstod en situation där intervjupersonen kände skam i att kategoriseras med indie.⁶³

1.7 Definitioner

Nedan definieras begrepp som är genomgående i uppsatsen och som därför är relevanta att tydliggöras för en större förståelse av studien.

Indie Indierörelsen växte fram i Storbritannien under slutet av 1970-talet och början av 1980-talet, ur punkens era. Termen indie är en förkortning av det ursprungliga engelska ordet independent, som hänvisar till oberoende och alternativ gitarrbaserad musikgenre bortom mainstream skivbolagens kontroll och finansiella stöd.⁶⁴

1.8 Disposition

Uppsatsen börjar med en analys, som är uppdelad i olika underrubriker efter studiens frågeställningar, där Kånken är ett genomgående tema. Analysen startar med att behandla stilkulturen indie, och beskriva det visuella uttrycket för indie med kopplingar till Kånken. Studien fortgår sedan med att diskutera hur individen kan framhålla och förmedla sin identitet med hjälp av kläder och accessoarer. Uppsatsen berör sedan även vikten av varumärkets betydelse för uppbyggandet av identiteten. Analysen avslutas därefter med att behandla hur Kånken kan vara ett uttryck för mode. Uppsatsen avslutas sedan med en slutdiskussion, där resultatet av studien presenteras och där frågeställningarna kommer att besvaras.

⁶³ Lifter, 2012, s. 79

⁶⁴ Lifter, 2012, s. 13

2. Analys

2.1 Indie som stilkultur

Lifter betonar, i artikeln *From subculture to queer pop: resistance, style and cultural studies* i magasinet *Clash. Resistance in Fashion*, den dominanta forskningen som under historien har existerat inom kulturstudier, där de utmärkande stilarna i kulturella grupper benämndes genom begreppet subkultur. Som tidigare nämnt är det idag mer relevant att tala om stilkulturer än subkulturer menar Lifter. Detta då stil istället refererar till skapandet av individuella identiteter, och inte ett ideologiskt motstånd. Individer väljer stilar som de önskar, utifrån en mängd olika valmöjligheter. Ett val görs inte av en specifik stil utan en blandning av en mängd olika stilar, och på så vis kan en individuell stil framhållas.⁶⁵

Enligt Hebdige, i boken *Subculture: The Meaning of Style* från 1979, benämns de utmärkande stilarna i kulturella grupper som subkulturer. Hebdige menar att subkulturer kodas olika, där varje subkultur har sin unika struktur och oskrivna regler.⁶⁶ Många av de mest vardagliga föremålen är symboliska kännetecken för en viss kulturell grupp.⁶⁷ Detta kan även ses inom stilkulturer, där exempelvis skinny jeans, Converse och Dr. Martens visuella koder för indiekulturen.⁶⁸ Dessa symboliska kännetecken framkom även i intervjuerna. I intervjun med Kvinna 1, berättade kvinnan att hon förknippade Converse med indiekulturen och kvinnan i pilotintervjun förknippade Dr. Martens med indie. Både man 1 och kvinna 5 berättade att de associerade svarta skinny jeans som ett visuellt uttryck för indie. Kvinnan i pilotintervjun och kvinna 3 gjorde även en direkt koppling mellan Kånken och indie, där de båda ansåg Kånken som ett visuellt uttryck för indiekulturen. I pilotintervjun associerade kvinnan Kånken till hipster, indie eller ett alternativt levnadssätt.

Jag upplever Kånken som en utbredd trend idag, och det är många olika människor som bär den. Ändå associerar jag den snarare till hipsters eller indie. Eller i alla fall en alternativ livsstil.⁶⁹

Genom kombinationer av kläder, språk och musik utmärks subkulturer för en allmänhet i samhället. Vanligtvis kodas subkulturer av speciella plagg eller accessoarer, där exempelvis

⁶⁵ Lifter, 2014, s. 58f.

⁶⁶ Hebdige, 1988[1979], s. 84

⁶⁷ Hebdige, 1988[1979], s. 2

⁶⁸ Lifter, 2012, s. 69

⁶⁹ Pilotintervju, 2018-04-30

Kånken kan ses som ett kännetecken för en alternativ livsstil. Genom att bära denna specifika accessoar skapas symboliska kännetecken för individens identitet samt gruppstillhörighet. Östberg och Kaijser menar att konsumenten individualiserar en produkt genom olika konsumtionsritualer, som till exempel att avlägsna etiketter från ett plagg. Konsumenten investerar psykisk energi i produkterna och på så sätt laddas dem med värde.⁷⁰ I diskussionen om Kånken, är det betydande att framföra stilkulturen som producent av värdet. Genom indies laddning av värde, sammanlänkas Kånken med en alternativ livsstil. Det är dock väsentligt att påpeka att Kånken i sig inte är ett uttryck för en alternativ livsstil eller klädstil, då Kånken är en del av ett utbrett mode i samtiden. Likaväl är idag föreställningen om det alternativa utbrett inom samhället, vilket även gör det svårt att definiera en alternativ livsstil eller klädstil.⁷¹ Dock kan Kånken, tillsammans med andra tecken såsom kläder, musik och beteende, påvisa individens tillhörighet till förslagsvis stilkulturen indie. Kvinnan i pilotintervjun framförde under intervjun att hon associerar en indiestil med Kånken, genom följande citat;

Jag vet inte så mycket om indie som en kultur, men jag skulle säga att jag associerar indie med typ rockmusik, ryggsäckar ..., ja, typ fjällräven, jeansjacka och Dr. Martens.⁷²

Hebdige påpekar även hur medias utbredning spelar en avgörande roll i förmedlingen av subkulturer. Genom tv, film och tidningar kan de olika grupperna visas för en allmänhet.⁷³ Subkulturens koder, i form av stilistiska nyskapelser och avvikande eller antisociala handlingar, är det som vanligtvis attraherar media. Desto mer subkulturen marknadsförs genom media, desto mer bekant blir subkulturen i samhället.⁷⁴ Spridningen av stilkulturen indie genom media framhåller likaså Lifter i sin avhandling *Contemporary indie and the construction of identity: discursive representations of indie, gendered subjectivities and the interconnections between indie music and popular fashion in the UK*. Band som The Stroke⁷⁵ och musikern Pete Doherty florerade inom media under 2000-talet, där de i tidningar framhölls som manliga modeförebilder.⁷⁶ I beklädnad av vit skjorta och skinny jeans som bars av Julian Casablancas, frontman i The Strokes och Pete Doherty i sin trilbyhatt

⁷⁰ Östberg & Kaijser, 2010, s. 80

⁷¹ Lifter, 2012, s. 169

⁷² Pilotintervju, 2018-04-30

⁷³ Hebdige, 1988[1979], s. 85

⁷⁴ Hebdige, 1988[1979], s. 93f.

⁷⁵ Lifter, 2012, s. 97

⁷⁶ Lifter, 2012, s. 107

visualiserades subkulturens klädstil inom media.⁷⁷ Stilen som indie representerade beskrevs i modemagasinet Vogue, där London var staden där trenden var specifikt närvarande på gatorna. Medias ökade intresse av subkulturen tillförde en allmän spridning av dess mode. I magasin tydliggjordes beskrivningar om hur indie kunde framställas genom beklädnad.⁷⁸ Spridningen av indie, under det senaste decenniet, framfördes även av en av intervjupersonerna, där man 2 upplevde utvecklingen av indie på följande vis;

Indie är väl lite mer ..., kanske lite mer utstickande klädval som är mer indie. Sådär ..., jag tänker väl mer att indiekulturen var starkare förr i tiden, nu är den mer utspridd, vad jag vet iallafall [...].⁷⁹

I fyra av intervjuerna beskrev intervjupersonerna att en stor del av deras stil inspirerades från media. Framförallt var sociala medier, såsom Youtube, Instagram och bloggare ett centralt verktyg i skapandet av stilen. På frågan, vad som inspirerar stilen, svarade kvinna 2 följande;

Instagramkonton blir jag inspirerad av, mycket. Väldigt mycket försök till 90-talet grunge och alternativ rock ..., lite så försök ditåt, men ändå på ett modernt vis. Morgan Adams är en youtuber som också har ett instagramkonto, hennes stil tycker jag väldigt mycket om.⁸⁰

Spridningen av subkulturer tilltalar modebranschen, som i sin tur sprider den estetiska karaktären och gör utseendet till nya trender i samhället. Dock förlorar subkulturer sin ideologiska motståndskraft när det karaktäriserande utseende blir tillgängligt för en allmänhet.⁸¹ Det är vanligt förekommande att subkulturer anses som rebelliska för att sedan gradvis övergå till att anses som mainstream och bli en del av det som anses normalt utifrån samhälleliga normer. Somliga karaktäriserade drag i en subkulturs stil eller estetiskt uttryck tas upp av modeindustrin och marknaden.⁸² Detta kan även betraktas inom stilkulturen indie utifrån intervjuerna. Vid intervjutillfället med man 1, bar han en t-shirt med indiebandet Joy Division på. Han berättade att hans t-shirt kom från musikbutiken HMV i London. I samtalet framförs det att han har sett en liknande t-shirt med Joy Division, på H&M. Detta stärker även Lifiers tes om att alternativa stilar under de senaste åren har spridits till en allmänhet och tagits upp av stora klädkedjor och populärmodet. Lifter menar att spridningen av det

⁷⁷ Lifter, 2012, s. 101

⁷⁸ Lifter, 2012, s. 97f

⁷⁹ Intervju 6, 2018-05-07

⁸⁰ Intervju 2, 2018-05-02

⁸¹ Hebdige, 1988[1979], s.95-96

⁸² Hammarén & Johansson, 2009, s. 36

alternativa inte beror på att de objekt som tidigare var förenade med det alternativa nu är mainstreama, utan hon betonar att det rör sig om att begreppet alternativ har fått symboliskt värde inom populärmodet, vilket bidrar till att subjekt eller objekt som associeras med begreppet ökar ekonomiskt och symboliskt.⁸³ Subkulturens framväxt under de senaste 30 åren har bidragit till breddningen av indie och dess innebörd.⁸⁴ Lifter framhåller att det existerar en begränsning i definitionen av den samtida indiekulturen och dess gränser, inte minst gällande utseende och stil.⁸⁵

Spridningen av det alternativa, ges även i uttryck genom Kånken. Precis som indie, har Kånken blivit en allt mer vanlig ryggsäck och används av människor bortom friluftslivet. Ryggsäcken syns runt om i världen, och kan betraktas som mainstream. En del av intervjupersonerna funderade över vad som har gjort Kånken populär i Sverige, men även internationellt. Man 1 reflekterade om Kånken symboliserade ett ökat miljöintresse i samhället, vilket kan ha lett till en ökad konsumering av ryggsäcken. Man 1 gav också ett kort utlåtande angående den internationella marknaden, där han diskuterade huruvida en skandinavisk design påverkar ryggsäckens popularitet internationellt. Han sa;

Jag tror att det har att göra med ett ökat miljöintresse i samhället. Jag tror att medelåldern är ganska låg på de som bär Kånken. Så jag tror ett miljöintresse ..., det här med att vårda miljön och att vi har bara planeten till låns ..., och att Fjällräven på något sätt, både genom att va en bra ryggsäck som man kan ha när man är ute i naturen vilket har gjort att människor som är ute mycket har den, vilket andra människor ser och tänker att det är en schysst ryggsäck med symbolik till naturen, också vill ha den [...]. Sen vet jag inte varför den har blivit så populär runt om i världen ... Varför den bärs i Hongkong till exempel, det har jag ingen aning om ..., kanske det är mode med skandinaviskt, vem vet.⁸⁶

Även kvinna 4 framhöll en skandinavisk design som en påverkan i den ökade popularitet för Kånken internationellt. Hon besvarade frågan, varför tror du att Kånken har blivit så populär? genom följande svar;

För att ..., jag kommer ifrån Tjeckien och Kånken har blivit väldigt populär där, även om folk inte vet hur man ska uttala det. Jag tror för det första, om vi inte bara tänker på Sverige, att i allmänhet så kopplas nordisk design med lyx och folk tänker att det är nordiskt eller skandinaviskt. För även i Asien,

⁸³ Lifter, 2012, s. 169

⁸⁴ Lifter, 2012, s. 67

⁸⁵ Lifter, 2012, s. 15

⁸⁶ Intervju 3, 2018-05-04

när jag var i Kina, så bar många på Kånken. Så det har verkligen blivit internationellt stort, och jag tror att det beror på att designen är så simpel men ändå så fin. Och den är ändå väldigt bra, för ..., jag vet inte om ni redan vet detta ..., men loggan är en reflex. Allt är så uttänkt och bra.⁸⁷

Diskussionen angående Kånken, som ett skandinaviskt varumärke, framfördes även i artikeln *How Scandinavian brands made 'anti-cool' fashionable* i The Guardian. I artikeln framfördes det hur skandinaviska varumärken, exempelvis fjällräven, har utgjort det, som tidigare betraktas som anti-cool, till ett mode. Det praktiska och funktionella är i huvudsak det centrala för många svenska varumärken, där avsikten är att skapa hållbara och bekväma produkter. I denna benämning är det relevant att lyfta fram begreppet “logic of wrong”, som syftar till att vara moderiktigt felaktigt, i boken *Fashioning Identity: Status Ambivalence in Contemporary Fashion* av Maria Mackinney-Valentin. I boken framförs den verkande faktorn i att vara avvikande och göra det som anses som “fel”. Det kan uppträda genom att bryta åldersnormer eller den förväntade klasstillhörigheten. Mode är till viss del drivet av vad som anses som fullt utifrån samhälleliga normer, och att bryta mot den nuvarande sociala standarden. Känslan av att vara “fel” klädd, tills det är socialt accepterat som moderiktigt rätt, är grundläggande för modet.⁸⁸ Det anti-coola, det vill säga det praktiska och funktionella, men även nördiga, kan idag betraktas som en del av det moderiktiga. Vilket kan vara en av faktorerna till spridningen av Kånken utanför det funktionella användningsområdet.

Kånken säljs numera inte endast i butiker med inriktning på friluftsliv, utan kan även påträffas i andra butiker runt om i världen, bland annat på Urban Outfitters. Urban Outfitters är en av de butiker som Lifter benämner i sin avhandling. Butiken tas upp som ett exempel, där den samtida indiestilen kan konstrueras genom konsumtion av deras utbud.⁸⁹ Genom försäljningsplatsen, förstärks Kånkens symbolik med en alternativ stil. Att Kånken kan sammankopplas med en alternativ stil framkom likaså i intervjuerna. Man 1, kvinna 2, kvinna 3 och kvinna 4 samt kvinnan i pilotintervju, förknippade Kånken med en alternativ klädstil. För att exemplifiera, beskrev Kvinnan i pilotintervjun hur hon associerade Kånken till en viss klädstil på följande sätt;

⁸⁷ Intervju 5, 2018-05-04

⁸⁸ Mackinney-Valentin, M. (2017). *Fashioning identity: status ambivalence in contemporary fashion*. London: Bloomsbury Academic, an imprint of Bloomsbury Publishing, Plc, s. 35f.

⁸⁹ Lifter, 2012, s. 69

Nja, många olika människor använder den, men om jag associerar till en viss grupp så är det nog hipster eller indie. Eller i alla fall en alternativ livsstil.⁹⁰

Medan man 1 besvarade genom följande;

[...] idag tänker jag att stilen är mer alternativ eller så ..., en egensinnig stil.⁹¹

Kånken som en del av ett visuellt uttryck för indie, kan stärkas genom intervjun med man 1. Man 1 beskriver Kånkenbärarnas stil som egensinnig, vilket även reflekterar hans betraktelse av sin egna stil, då han beskrev att han vill göra sin egna grej när det gäller sin klädstil. Genom att betrakta man 1 som en del av indiekulturen skulle viljan, av att konsumera och bära en Kånkenryggsäck, kunna grunda sig i sökandet efter en alternativ ryggsäck, där Kånken kan erbjuda det alternativa.

2.1.1 Det visuella uttrycket för indie

Lifter redogör i sin avhandling en sammanställning av objekt som kan sammankopplas med indie. Stilen och klädseln för en manlig indie sammankopplas med bland annat trilbyhatt, kostym i en slankare modell, ankelbyxor och grafiska t-shirts. Stilen och klädseln för en kvinnlig indie är sammankopplad med bland annat blomstermönstrade kjolar och klänningar, svarta strumpbyxor, ankelboots, leopardmönstrade kläder och crop tops. Klädesplagg och accessoarer som förknippas med både med den manliga och kvinnliga indiestilen är skinny jeans, skinnjacka, Converse skor, slitna jeans, wayfarers, "nördiga" glasögon och Dr. martens.⁹² Dessa plagg och accessoarer bars av de olika intervjupersonerna. Samtliga bar skinny jeans, där majoriteten bar dem i färgen svart. Man 2 och Kvinna 5 bar båda "nördiga" glasögon. Kvinna 5 bar även Conversekor. Kvinna 4 bar skinnjacka, man 1 bar t-shirt men ett grafiskt tryck kopplat till ett indieband och kvinnan i pilotintervjun bar Dr. Martens. Två plagg som bars av somliga intervjupersoner och som togs upp i intervjuerna som exempel på plagg som anknyts till Kånken, var jeansjacka och vans. Kvinnan i pilotintervjun ansåg jeansjackan som ett indieplagg och kvinna 1 ansåg att vans kunde sammankopplas med indie. Detta kan även noteras i vår observation, där tre av kånkenanvändarna bar jeansjacka och fyra bar Vans, av sammanlagt 15 personer (Se bilaga 1).

⁹⁰ Pilotintervju, 2018-04-30

⁹¹ Intervju 3, 2018-05-04

⁹² Lifter, 2012, s. 69

I skapandet av indiestilen sker det vanligtvis en kombination i konsumeringen av kläder och accessoarer, där second hand butiker och kända affärskedjor såsom Topshop, Urban Outfitters, Zara, Primark och H&M, blandas.⁹³ Med avvikelse från man 1, konsumerade alla av intervjupersonerna second hand. Man 1 berättade att han tidigare konsumerat second hand kläder, men att han idag inte gör det längre. Dock stämde konsumtionen av hans kläder in på de kända affärskedjorna som Lifter redogör för. Han beskrev det på följande sätt;

Jag handlar inte så mycket numera på second hand, gör jag inte... När jag var 20, 25 år gammal så handlade jag en hel del på second hand. Jag tyckte det var billigare, men sen fanns det även en del coola kläder där, som man inte kunde få tag på i affärer. Men ..., nu är utbudet mycket större i klädbutikerna. Asså man kan hitta butiker..., jag tänker på ..., River Island och Urban Outfitters har ju alternativ som inte fanns tidigare. Innan fanns det mycket mindre utbud och färre butiker än idag. [...]. Mina byxor är från Primark, skjortan från H&M och skor från Adidas [...]. Ibland handlar jag också på Urban Outfitters ..., och Zara handlar jag på en del.⁹⁴

Intervjupersonerna berättade att de kontinuerligt konsumerar second hand. Kvinna 3 berättar att hon, inte för så länge sedan, handlade en tröja på second hand. Kvinna 4 berättar att hon ibland väljer att handla på second hand. Hon beskriver att hon inhandlade en märkeskappa i fint skick, på second hand. På frågan varför hon väljer att handla second hand svarade hon följande;

Det är blandat ..., jag älskar att shoppa i allmänhet. Så jag spenderar rätt mycket pengar på kläder, så då tänker jag både på ekonomin men även på miljön och jordens resurser, men också på dem som tillverkar kläderna. Då känns det lite bättre att handla på second hand, för då känner jag att jag inte har slösat lika mycket av jordens resurser. Man försöker ta lite ansvar.⁹⁵

I intervjuerna framkom det även att två av intervjupersonerna hade inhandlat sina Kånkenryggsäckar begagnat. Kvinnan från pilotintervjun, som även nämnde att hon brukar handla second hand, beskrev sitt inköp av Kånken genom följande;

⁹³ Lifter, 2012, s. 69

⁹⁴ Intervju 3, 2018-05-04

⁹⁵ Intervju 5, 2018-05-04

Den lila Kånkenryggsäcken har jag köpt i butik. Mina andra två har jag köpt second hand. En i second hand butik och en på tradera [...].⁹⁶

Kvinna 5 gav följande kommentar, när frågan vart hon hade köpt sin Kånken ställdes;

Jag har köpt min Kånken på loppis, i Lund 2007 tror jag.⁹⁷

Det framkom inte i de ovanstående två intervjuerna att valet att konsumera en Kånken, second hand, grundade sig i en anti-konsument ideologi. Valet grundade sig snarare på personlig preferens och att finna det unika. Med det sagt, är det väsentligt att betona att konsumtion av second hand delvis grundar sig på ett aktivt agerande mot klimathot, utifrån flera av de andra intervjuerna.

2.2 Gestaltning av identitet

Till skillnad från psykologiska definitioner av identitet som är förenad med mognad, utveckling och stadier, betraktas identitet inom socialpsykologin och sociologi som ett samhällstillvänt och kollektiv begrepp. Den sociala identiteten ger individen en plats i samhället och skapar en brygga mellan vår unika personlighet och samhället, där identitet hänvisar till sociala strukturer, institutioner, positioner. Utifrån uppsatsens frågeställning betraktas identitet utifrån ett sociologiskt perspektiv, där begreppet förbinds med en social kontext.⁹⁸

Individens markering mot den dominanta kulturen i samhället kan påvisas genom kläder tillsammans med andra kulturella föremål, detta framhåller Hammarén och Johansson i boken *Identitet*. Syftet grundar sig i att markera ut skillnader mellan smak, livsstil samt identitet. På så vis framhåller de tillhörighet till en specifik kulturell grupp, genom den liknande klädseln eller stilen. I ett vardagligt språk används identitet i avsikt att kategorisera människor, där sökandet efter mönster mellan individer är utmärkande för vår samtid. Detta påträffas även genom uppsatsen, då försök till att finna mönster mellan människor utifrån dess beklädnad samt i bärandet av ett specifikt varumärke, betraktas. Viljan i samhället gällande att

⁹⁶ Pilotintervju, 2018-04-30

⁹⁷ Intervju 7, 2018-05-07

⁹⁸ Hammarén & Johansson, 2009, s. 27

kategorisera andra människor, reflekterade dock inte en vilja att placera sig själv i ett fack.⁹⁹ Detta kan även stärkas genom intervjuerna, där ingen av de åtta intervjupersonerna definierar sig själva utifrån en livsstil eller stilkultur. Kvinna 3 och kvinna 5 utformade sin stil utifrån det de själva upplevde som bekvämt och snyggt. Medan Man 1 och kvinna 2 använde skapandet av stilen som sätt att urskilja sig från omgivningen, och det så kallade mainstreama. Denna vilja att framhålla sin individuella identitet kan kopplas med Lifiers tes om en utveckling av utmärkande stilar i samtiden, där individers stil snarare refererar till skapandet av individuella identiteter.¹⁰⁰ På detta vis kan individen visa upp den individuella identiteten genom det yttre.¹⁰¹

Kläderna individen väljer att ha på sig, i uppsatsens fall en accessoar, kan ge uttryck för identiteten genom avslöjande om kön, klass och status. Hur individer utgör identiteten har kopplingar till den plats de besitter i den sociala världen, som medlem i exempelvis indiekulturen. Enligt Joanne Entwistle, i boken *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Social Theory*, väljs beklädnad ut som en kompromiss mellan krav från den sociala världen, befinnandet av miljön som omger individen samt individens egna individuella önsknings. Beklädnad handlar inte endast om att imitera andra människor och påvisa gemenskap, utan också om att uttrycka individualitet.¹⁰² Detta var något som även framkom i intervjuerna, då man 1 beskrev att han inte ville klä sig som alla andra, men måste dock följa en viss klädkod för jobbet. Han förklarade följande på frågan vad som skulle beskriva hans stil;

Numera klär jag mig rätt mycket för andra. Framför allt i mitt jobb måste jag se respektabel ut. Men jag ..., vill heller inte följa med en ström. Så när många på jobb började med att de skulle bära kavaj på fredagar, så var jag den enda som inte hade det. Just av skälet att jag inte vill göra det som alla andra gör.¹⁰³

Tidigare i analysen har Kånken betraktats som en alternativ ryggsäck, utifrån intervjun med man 1. Hans vilja att inte göra som alla andra, synliggörs genom hans klädval. Genom att bära en Kånken kan den alternativa stilen utmärkas och bli en del av en identitetsmarkör för den avvikande klädstilen. Precis som Entwistle framhåller Giddens, i boken *Modernitet och självidentitet: självet och samhället i den senmoderna epoken*, vikten av att uttrycka

⁹⁹ Hammarén & Johansson, 2009, s. 9

¹⁰⁰ Lifter, 2014, s. 59

¹⁰¹ Lifter, 2012, s. 125

¹⁰² Entwistle, 2015, s. 112

¹⁰³ Intervju 3, 2018-05-04

individualitet. Giddens menar att kroppen kan användas i syfte att differentiera sig från omgivningen och individen kan spegla självet.¹⁰⁴ Det framkom i intervjun med kvinna 2 att det för henne var viktigt att spegla självet genom sin beklädnad, där hon genom det yttre, kunde framföra den personliga prägeln i stilen.

Det ska väl bara förmedla min personlighet. Att det är lite ..., det ska gärna vara lite rebelliskt. Asså det ska vara lite eget och inte smälta in.¹⁰⁵

Östberg och Kaijser belyser, i boken *Konsumtion*, hur konsumtion sedan mitten av 1900-talet har kommit att bli allt viktigare för identitetsskapandet, då identiteten blev mycket mer flexibel än vad den tidigare varit. I den senmoderna samhällskulturen fanns det en stor tro på individens möjlighet till självförverkligande, oavsett social status. Identitetsskapandet har blivit en reflexiv process där individer utför handlingar, som exempelvis att köpa en viss produkt, då de utgår från att omvärlden kommer att tolka det på ett visst sätt.¹⁰⁶ Likaså framhåller Hammarén och Johansson den flexibla identiteten. Individer är idag inte bundna till sociala band eller traditioner på liknande sätt som förr, utan valen kring identiteten är mer omfattande. I samtiden går det att experimentera med identiteter och exempelvis skapa en alternativ livsstil, vilket kan ses genom ett skapande av indiekultur. Den flexibla identiteten bidrar till att det i samhället är svårare och mer komplext att avgöra människors sociala tillhörighet utifrån dess yttre.¹⁰⁷ Experimenterande av identitet framhölls av kvinna 4, i viljan att hitta sin egna stil, där hon sa följande;

Just nu skulle jag beskriva min stil som väldigt blandad, faktiskt. Men tidigare i mitt liv har jag haft en massa olika stilar. Jag har varit rockig, jag har varit hip-hopig, jag har varit allt möjligt, faktiskt. Jag har alltid försökt att hitta min stil, men senaste tiden har det mer varit det som jag tycker är fint, men också bekvämt [...]. Jag har också varit rätt inspirerad av japansk musik, för det finns en viss stil, sminkning och så vidare. Då såg folk att man stack ut. Jag tror att när jag var yngre, försökte jag följa olika stilar mer än vad jag gör idag.¹⁰⁸

Bauman påvisar hur identitetens rörliga form leder till ett ständigt skiftande mellan identiteter och sökandet efter förnyelse existerar, vilket kan sammankopplas med Lifters definition av stilkultur. Individer är idag inte permanent i stilen, utan de väljer stilar som de önskar, utifrån

¹⁰⁴ Giddens, 1999, s. 98

¹⁰⁵ Intervju 2, 2018-05-02

¹⁰⁶ Östberg & Kaijser, 2010, s. 71-73

¹⁰⁷ Hammarén & Johansson, 2009, s. 30-33

¹⁰⁸ Intervju 5, 2018-04-05

en mängd olika valmöjligheter. Ett val görs inte av en specifik stil utan en blandning av en mängd olika stilar.¹⁰⁹ Bauman hävdar även att formandet av identiteten präglas till viss del av den konstanta pressen av att vara någon annan, som framhålls genom bland annat konsumtion.¹¹⁰

I uppbyggnaden och upprätthållande av livsstilen, hänvisar Giddens till begreppet regimer. Ett exempel på regimer är kläder. Kläder innebär mer än ett skydd i alla kulturer, då det även kan användas som symboliskt uppvisande. Genom en beklädd kropp kan uppvisandet av självidentiteten ske.¹¹¹ Att klä kroppen och utsmycka den, synliggörs individen för andra. Detta kan leda till ledtrådar för tolkning av individens handlingar. Genom att exempelvis bära en Kånken uppstår tolkningar från en omgivning angående individens handling, då individens yttre till viss del ännu sammankopplas med den sociala identiteten. Kläder symboliserar bland annat individens klassposition och könstillhörighet. Giddens hävdar att klädstilar influeras av gruppsyck, reklam, socioekonomiska resurser etcetera.¹¹² Endast en av de intervjuade uppgav att en del i konsumtionen av Kånken var influerad av ett gruppsyck. Kvinna 4 beskrev sin konsumtion av ryggsäcken på följande vis;

Det fanns egentligen inte någon anledning, men jag såg den överallt. Då tyckte jag den var väldigt fin, men jag visste inte vilken färg jag skulle köpa. Om jag skulle vänta och fundera, men sen när man ser alla har en, så blir man väl undermedvetet påverkad och då ville jag nog också ha en, tror jag.¹¹³

Giddens framhåller även människans innefattande av det ständiga vetandet. Han påvisar att individer konstant reflekterar över situationen av sina handlingar, vad man gör och varför man gör det.¹¹⁴ Vem man ska vara är även en fråga, utöver de andra två, som är central i vår samtid. Dessa frågor besvaras genom vårt sociala beteende.¹¹⁵ Giddens framhåller att "vi är inte de vi är, utan de vi gör oss till".¹¹⁶ I dagens samhälle existerar det även en mer mobil karaktär, där individen har möjlighet att förändra sig på ett annat sätt än förr.¹¹⁷ Information från omvärlden påverkar bland annat människor till att ifrågasätta vilket liv de ska leva, detta

¹⁰⁹ Lifter, 2014, s. 59

¹¹⁰ Bauman, 2008, s. 125

¹¹¹ Giddens, 1999, s. 78f.

¹¹² Giddens, 1999, s. 122f.

¹¹³ Intervju 5, 2018-05-04

¹¹⁴ Giddens, 1999, s. 47

¹¹⁵ Giddens, 1999, s. 89

¹¹⁶ Giddens, 1999, s. 95

¹¹⁷ Giddens, 1999, s. 12

synliggörs genom dagliga beslut av exempelvis klädselval.¹¹⁸ Individens möjlighet att förändra sig är anknuten till den stora bredd i valmöjligheter som karaktäriserar det moderna samhället. Självet existerar i en omgivning fylld med möjligheter och alternativ.¹¹⁹ Ett av valen innefattar livsstilen. En livsstil kan definieras som rutinerade handlingar som individen följer. Rutinerna synliggörs bland annat genom beklädnad, umgänge och hur individen uppträder. Dessa rutiner är öppna för förändringar genom självindretetens rörliga karaktär. I intervjuerna fördes ett samtal angående livsstilar och dess förenande med konsumtion och bärande av Kånkenryggsäcken. En bredd i betraktelsen av Kånkenanvändarens livsstilar gav av intervjupersonerna. Kvinna 1 associerar ryggsäcken till en aktiv livsstil, där hon sa följande;

Om man ser i min skola, så är det inte alla som har Kånken. Det är många som har en vanlig handväska. Jag tycker att det är lite typiskt också ..., det brukar vara de som är lite mer aktiva eller så ..., som bär en Kånken.¹²⁰

Medan kvinna 4, snarare upplevde att Kånken idag kunde associeras till flera livsstilar, genom följande uttalande;

Det känns som man kan använda Kånken till många olika tillfällen och den passar till många olika livsstilar [...]. I början tyckte jag att det var väldigt många hippies eller människor med alternativa livsstilar som hade den., men det är väldigt blandat idag tycker jag, men ändå har de kanske en mer chill klädsel. Många mer rockiga har den i svart, men, som sagt, många olika människor kan ha den. Det beror säkert på att Kånken är väldigt flexibel och användbar.¹²¹

Giddens belyser att handlingar och vanor, som livsstilen består av, tillsammans konstruerar ett sammanhängande mönster.¹²² Livsstil har idag en annan betydelse än förr, då det finns en större öppenhet angående det sociala livet. Individer är inte lika starkt knutna till ett förväntat levnadssätt utifrån individens bakgrund eller förutsättningar. I valet av livsstil existerar det ett medvetet avvisande gällande allmänt spridda beteenden i samhället, exempelvis kan konsumtionsbeteende avvisas.¹²³ Genom konsumering av Kånken, uppträder det till viss del ett avvisande av konsumtion. Många av de intervjuade hade ägt sin Kånken i ett flertal år.

¹¹⁸ Giddens, 1999, s. 24

¹¹⁹ Giddens, 1999, s. 11

¹²⁰ Intervju 1, 2018-05-02

¹²¹ Intervju 5, 2018-05-04

¹²² Giddens, 1999, s. 101-103

¹²³ Giddens, 1999, s. 13f.

Den långvariga användningen av ryggsäcken, speglar inte Baumans teori om konsumtionssamhället, där Bauman påvisar individens ständiga behov efter nya föremål. I begäret av konsumtion är inte säkerhet eller ett stadigt tillstånd det väsentliga.¹²⁴ Konsumenter drivs istället av att urskilja sig från omgivningen, där konsumtion av varor kan göra individen synlig i sin omgivning.¹²⁵ Dock existerar det en omätlighet hos behoven, vilket leder till ständig ögonblicklig konsumtion och ersättning av föremålen.¹²⁶ Om inte konsumtionen besvaras, menar Bauman att en känsla av otillräcklighet och ofullkomlighet kommer att infinna sig hos individen.¹²⁷ I Kånkens fall har snarare en äldre och sliten ryggsäck högre status och värde. Detta framkom i intervjun med kvinnan i pilotintervjun, då en anledning till varför hon köpte sin Kånkenryggsäck second hand grundade sig på att få en mer sliten ryggsäck. Kvinnan framförde inte vad valet i att konsumera en sliten Kånken, grundade sig på, mer än att hon fann det tilltalande. Valet att konsumera en sliten Kånken, skulle dock kunna framhållas som ett försök till iscensättning av identiteten, där den slitna ryggsäcken förmedlar originalitet och äkthet. Hon berättade följande i intervjun;

[...] jag valde att köpa dem på second hand för att de var billigare, men också för att de var mer slitna vilket jag tycker är snyggt. Sen var det också för att de färger jag ville ha inte såldes på fjällrävens hemsida just då.¹²⁸

De ökade valmöjligheterna bidrar till att det i dagens samhälle är svårare och mer komplext att avgöra människors sociala tillhörighet utifrån dess yttre.¹²⁹ Denna svårighet kan även uppenbara sig i Kånkenanvändarna. Ett resonemang om huruvida Kånken kan förbindas med en specifik livsstil eller ett politiskt ställningstagande, i samma utsträckning som den gjorde förr, kan framföras. Tidigare var Kånken starkt förknippat med vänsterpolitik och innan dess med friluftsliv. Idag är Kånken mer utspridd bland dess användare, dock speglar de tidigare starka associationerna med Kånken, till viss del fortfarande dess användare, enligt fyra av intervjupersonerna. Både man 1 och kvinna 3, sammankopplade Kånken till viss del med vänsterpolitisk. Man 1 svarade följande;

¹²⁴ Bauman, 2008, s. 39

¹²⁵ Bauman, 2008, s. 20

¹²⁶ Bauman, 2008, s. 39f.

¹²⁷ Bauman, 2008, s. 85

¹²⁸ Pilotintervju, 2018-04-30

¹²⁹ Hammarén & Johansson, 2009, s. 33

Jag tänker ju vänstern och 70-tal, ganska mycket när jag tänker på Kånken. [Eh] vad ska jag säga ..., denna aura kring Fjällräven och Kånken, det tror jag fortfarande finns. Det tror jag kan ha blivit så genom den vänstervåg som kom och som Kånken fanns med i. Kånken är inte lika mycket vänster idag kanske, men fortfarande till viss del, tror jag.¹³⁰

Även Kvinna 3, framförde att hon sammankoppla Kånken och dess bärare åt ett mer vänsterpolitiskt håll.

Jag skulle nog säga att man inte hittar så många kånkenryggsäckar i finare områden, om jag ska vara generell [...]. Jag tror att Kånken kanske används av människor utifrån det politiska hållet. Det är rätt sällan man ser någon med en kostym och en Kånken ryggsäck. Även om den idag har blivit mer mainstream och det är olika som bär den, så tycker jag ändå att det är mer vanligt att se människor bära en Kånken som är alternativa och som dras åt det vänstra hållet.¹³¹

I två av intervjuerna framkom det dessutom att Kånkens tidigare starka sammankoppling med friluftsliv, delvis lever kvar i samhället. Man 2 och kvinna 2, beskrev hur de utöver sin dagliga aktivitet, även använde sin Kånken i samband med scouterna, vilket visar på ett intresse för friluftsliv. I nedanstående citat berättar Man 2 om hans Kånken i relation till scouterna;

Jag har inte valt den egentligen, utan jag fick den, som sagt när jag var i Japan. Jag var med i scouterna tidigare och då åkte jag på scout jamboree 2015, och då fick alla svenskar som åkte dit varsin Kånken, så det är så jag har fått den.¹³²

Likaså beskrev kvinna 2 sin användning av Kånken inom scouterna.

[...] Sen är den även perfekta när jag är på scoutläger och sånt. Det är väldigt populärt inom scouterna att bära en Kånken och även andra fjällräven produkter, för att Kånken är så pass tålig som den är, vilket behövs när man är ute.¹³³

Utifrån intervjuerna framkom det att Kånken även var en praktisk ryggsäck att resa med. Samtliga av intervjupersonerna påvisar att det är en hållbar och bekväm ryggsäck, med stort

¹³⁰ Intervju 4, 2018-05-04

¹³¹ Intervju 4, 2018-05-04

¹³² Intervju 3, 2018-05-04

¹³³ Intervju 2. 2018-05-02

utrymme och smarta finesser som reflexer och sittdyna. Kvinna 4 och man 1 berättade för oss hur de använde sina Kånkenryggsäckar under resor. Man 1 berättade följande;

Jag använder den egentligen till jobb, men sen har jag haft den runt om i världen när jag har rest, den är bra att packa i, inte så tung att bära och den är lätt att ha med sig [...]. Den är bra att ha med på mer aktiva resor, men den är lika bra att ha med till en stranden, det går mycket i den och den tål saltvatten.¹³⁴

Kvinna 4 framhåller likaså att Kånken är en praktisk ryggsäck att använda under resor, genom nedanstående citat.

När jag köpte den så tänkte jag bara använda den till skolan och att den var för liten att ta med på resor och sånt. Men nu har jag märkt att det får plats en hel del i den, så jag använder den även när jag reser eller när jag är i stan [...].¹³⁵

2.3 Varumärkets symboliska betydelse

Det konsumtionssamhälle som karaktäriserar vår samtid, utmärks av mellanmännsliga relationer som sker mellan potentiella konsumenter och de föremålen som konsumeras.¹³⁶ Konsumtion av varor sker dagligen, och inhandlas vanligtvis utan baktanke eller planering.¹³⁷ I samband med att konsumtionen fått en allt större betydelse för människor har också konsumtionsobjekt, konsumtionshandlingar och varumärken blivit allt mer viktiga symboliska resurser för individens identitetsskapande. Hammarén och Johansson redogör för hur varumärken inte endast influerar människors konsumtionsvanor utan även den personliga identiteten. Det varumärke och dess logotyp som en individ bär, ger information om individen, men även individens inställning till samtiden. En del av intervjupersonerna menade på att individens inställning till samtiden kan uppfattas genom konsumering av Kånken.¹³⁸ Kvinna 3 i intervjun framför sin tanke om hur Kånken idag är kopplat till miljöfrågor i samhället;

¹³⁴ Intervju 3, 2018-05-04

¹³⁵ Intervju 5, 2018-05-04

¹³⁶ Bauman, 2008, s.18

¹³⁷ Bauman, 2008, s.33

¹³⁸ Nationalmuseum (2002). *Identitet: om varumärken, tecken och symboler*. Stockholm: Raster, s. 9

[...] typ med hållbarhet och sånt ..., det ligger ju i tiden, att tänka på miljön och inte konsumera så mycket som det görs i dagens samhälle. Och med en Kånken som håller i en massa år, så tänker man kanske medvetet över att det även är en hållbar produkt.¹³⁹

Varumärkets symboliska betydelse kan användas för att framhålla den egna självbilden men även bilden som individen vill uttrycka till sin omgivning. På så vis kan ett varumärke användas i självförverkligande syfte, men även med avsikten att bli socialt accepterad.¹⁴⁰ Konsumtion av varumärke kan grunda sig i sociala relationer, där kunden kan känna en genuin gemenskap med andra individer som konsumerar samma varumärke. Konsumenten ingår på så sätt i en relation till de märken som stödjer det identitetsuttryck som individen vill framställa,¹⁴¹ vilket också genererar en känsla av samhörighet.¹⁴²

Enligt Bauman är det inte objektet i sig som är väsentligt, utan vilken relation individen har till objektet som definierar identiteten.¹⁴³ Konsumering och bärandet av specifika märken blir uppvisande tecken för individens identitet. Detta beror på att konsumtionsvaror nästan aldrig är identitetsneutrala, utan märkena är "försedda med identitet".¹⁴⁴ Genom att konsumera utvalda produkter kan individen identifiera sig med grupper som är likasinnade konsumenter. I konsumtionen av en Kånkenryggsäck uppstår det dock ett problem i identifikationen av konsumenten. Den tidigare identifikationen till vänsterpolitik och friluftsliv som konsumtion av Kånken resulterat i, har till viss del suddats ut. Den tidigare starka kopplingen existerar fortfarande delvis, vilket har framkommit i intervjuerna, men genom att Kånken idag har blivit en utbredd trend, menade somliga av intervjupersonerna att det idag har blivit svårare att identifiera dess konsument. En tanke som även framkom under intervjun med kvinna 5;

Nej, jag tycker nog inte att man kan se att en viss människa bär en Kånken idag ..., det skulle jag nog inte säga. Kanske att man gjorde det innan, men inte nu när den är på modet, det tror jag nog inte.¹⁴⁵

Liknande tanke framhålls av man 2, som på frågan ifall han associerade Kånken till en viss människa, livsstil eller klädstil, svarade;

¹³⁹ Intervju 4, 2018-05-04

¹⁴⁰ Nationalmuseum, 2002, s. 111

¹⁴¹ Bengtsson & Östberg, 2011, s. 69

¹⁴² Nationalmuseum, 2002, s. 195

¹⁴³ Östberg & Kaijser, 2010, s. 78

¹⁴⁴ Bauman, 2008, s.125f.

¹⁴⁵ Intervju 7, 2018-05-07

Nej, det tror jag inte... Nej, men jag kommer inte på någon speciell människa som har en Kånken, utan det känns som det är mer varierat idag.¹⁴⁶

I det postmoderna samhället är logotyper, symboler och varumärke karakteristiskt.¹⁴⁷ Rocamora framhåller i artikeln, 'Fields of Fashion: Critical Insights into Bourdieu's Sociology of Culture' i *Journal of Consumer Culture*, Bourdieus tanke om att varumärken kan betraktas som märkbara manifestationer, som en signatur från en konstnär.¹⁴⁸ Bärandet av olika varumärken framkom likaså i intervjuerna, där en del av intervjupersonerna bar ytterligare varumärken utöver Fjällrävens kånkenryggsäck. För att exemplifiera, bar Kvinna 5 ett par Converse skor, kvinnan i pilotintervjun bar Dr. Martens och kvinna 3 ett par sneakers från Vans;

[Hm], tröjan och jackan är från Monki, mina byxor kommer ifrån H&M och skorna är vans.¹⁴⁹

Rocamora lyfter fram Bourdieus teorier om symboliskt kapital, där bland annat kapitalformerna kulturellt och ekonomiskt kapital redogörs, i boken *Thinking through fashion* samt i artikeln 'Fields of Fashion: Critical Insights into Bourdieu's Sociology of Culture' i *Journal of consumer culture*. Enligt Rocamora anser Bourdieu att människors konsumtion och deras materiella verklighet ingår i ett system. Tillsammans formar de enskilda objekten ett mönster. Ett mönster som skildrar individens sociala tillhörighet, livsstil och status. Individens konsumtionsvanor och materiella verklighet signalerar till omgivningen vem vi är eller vill bli. Bourdieu menar att estetisk erfarenhet inte kan fungera som ett eget uttryck från sinnet, utan menar att estetisk bedömning måste vara socialt och historiskt belägen. På så vis är smak en markering för klass.¹⁵⁰ Likaså framhåller Hammarén och Johansson Bourdieus teorier i sin bok, där de påvisar hur människors val av stil, samt deras smak och konsumtion delvis reflekterar de ekonomiska tillgångarna. Valet att bära en Kånken behöver dock inte reflektera den sanna ekonomiska tillgången. Kvinnan i pilotintervjun och kvinna 5 hade inte betalat ordinarie pris, utan konsumerade Kånken som en second hand vara. Kvinna 1, kvinna 3 samt man 2 hade alla fått sin Kånken som gåva, och hade på så vis inte betalat något för den. Kvinna 3 berättar följande;

¹⁴⁶ Intervju 6, 2018-05-07

¹⁴⁷ Nationalmuseum, 2002, s. 9

¹⁴⁸ Rocamora, 2002, s. 349

¹⁴⁹ Intervju 4, 2018-05-04

¹⁵⁰ Rocamora & Smelik, 2016, s. 241

Jag fick den i present ..., för kanske 5 år sen. Jag tyckte om färgen och den är lagom stor ryggsäck, så den har varit till stor användning.¹⁵¹

Kvinna 2 och kvinna 4, hade däremot konsumerat sin Kånken för ordinarie pris och de bägge kan identifieras som unga, då de var i åldrarna 17 och 23 år. Denna unga kontext, kan stärka Hammarén och Johanssons tes om att unga idag hellre konsumerar dyra och få produkter, än många billiga. På så vis går att framställa sig själv som en person med klass och status, även om det inte avspeglar de egentliga ekonomiska tillgångarna. Individen omvandlar sina drömmar om status, individualitet, och det "unika" till någon slags verklighet.¹⁵² Dessa två unga kvinnor valde att konsumera en Kånken, en lite dyrare ryggsäck som kan användas under en längre tid. Detta beskrevs även av kvinna 2 som berättade följande;

[...] Många av mina kompisar har haft Kånken ryggsäckar länge. Man har hört mycket bra om Kånken, att de är hållbara. Många har sin ju i 20 år innan de behöver köpa ny.¹⁵³

Förutom ekonomisk kapital spelar även utbildning en roll, som enligt Bourdieu kallas kulturellt kapital.¹⁵⁴ Konsumtionsvanor är en faktor i betraktelsen av en individs utbildning. Ofta finns det ett samband mellan högt kulturellt kapital och hög ekonomisk tillgång. Dock existerar det även människor med stor ekonomisk tillgång och lågt kulturellt kapital och tvärtom. Enligt Bourdieu är inte människors vardagliga konsumtion "oskyldig". Det finns alltid en mer eller mindre bakomliggande tanke i hur individer vill gestalta sig själv. Människors stil rör sig ofta enbart angående makt samt att markera social tillhörighet.¹⁵⁵ Man kunde se kopplingar mellan kulturellt kapital och Kånken i intervjuerna. I *The guardian* betraktas fjällräven med sin "nördiga status" som kan förenas till den intellektuella kopplingen. Kvinna 3, kvinna 4, kvinna 5, man 2 samt kvinnan i pilotintervjun, var alla studenter som läste program på diverse universitet, och har därmed ett kulturellt kapital. Kvinna 2, som var gymnasieelev, gjorde även en koppling mellan Kånken och Lund, en stad förknippad med studenter, i frågan på vad hon associerar Kånken med. Hon förklarade följande;

¹⁵¹ Intervju 4, 2018-05-04

¹⁵² Hammarén & Johansson, 2009, s. 33

¹⁵³ Intervju 2, 2018-05-02

¹⁵⁴ Bourdieu, 1993, s. 85

¹⁵⁵ Hammarén & Johansson, 2009, s. 34f.

Det första som kommer till tanken är Lund. För om du åker till Lund, så har var och varannan en Kånken [...].¹⁵⁶

Detta förstärks även av man 1, som även han kopplade Kånken med ett högt kulturellt kapital.

[...] och jag tror också en sorts intellektuell ..., vad ska jag säga ..., en aura kring Fjällräven, det tror jag finns. Där det intellektuella finns kvar, att det är en intellektuell person som har den.¹⁵⁷

2.4 Modets uttryck genom Kånken

Davis beskriver i boken *Fashion, culture and identity* om forskarnas försök till att definiera mode, vilket grundar sig i en förståelse av vad som skiljer mode från stil, sedvanlig konventionell och acceptabel klädsel.¹⁵⁸ I själva verket består mode av den visuella kommunikationen som genomförs genom modeövningar. Detta hjälper till att förklara de nya och olika sätt som får människor och deras omgivning att framträda för oss. Mode som ett begrepp måste särskiljas från klädkommunikation i sig. I alla samhällen tjänar kläder för att kommunicera mer eller mindre standardiserade betydelser om sina bärare, men inte alla samhällen utsätts för bärare av de periodiska förändringar av mening som utförts av mode.¹⁵⁹ Davis menar att klädsel har samma funktion som andra kommunikationsstrategier som människan har till hands, såsom röst, kroppshållning, ansiktsuttryck och andra materiella ting som vi omger oss med. Modet, i dess uttryck genom beklädnad, har funktionen som en visuell metafor för identiteten.¹⁶⁰ Individens stil kan fungera som klädkommunikation, där den sänder information om identitet och tillhörighet till omgivningen. Genom att bära en Kånken kan delvis ett betraktelsesätt om anti-konsumtion framföras. Detta framkom i intervjuerna, då majoriteten hade ägt sin Kånken i ett flertal år och med inställningen att deras ryggsäckar kunde användas i en kommande tid. I samtliga intervjuer framkom en uppfattning om Kånken och dess hållbarhet, vilket till viss del visar på att det finns en association mellan ryggsäcken och det varaktiga samt beständiga, och inte ett främjande av konsumtion.

¹⁵⁶ Intervju 2, 2018-05-02

¹⁵⁷ Intervju 3, 2018-05-04

¹⁵⁸ Davis, 1992, s. 14

¹⁵⁹ Davis, 1992, s. 27

¹⁶⁰ Davis, 1992, s. 25

Genom klädstilens funktion som kommunikation, kan även ett antimode förmedlas. Davis framhåller antimode och dess betydelse i relation till mode. Antimode är ett symboliskt uppvisande av en motsats, parodi eller avvisande till modet i tiden.¹⁶¹ För att antimodet ska uppfylla den kulturella rollen av motsats krävs det ett starkt markerande, som är väl förbundet i motståndet till mainstream mode.¹⁶² Davis för ett resonemang angående huruvida antimode är en väsentlig faktor i skapandet av det moderna modet. Antimodet bidrar till att lagra det symboliska värdet, vilket leder till att det moderna modet kan ta nästa steg framåt.¹⁶³ I samhället formas allmänna sociala grupper, där individer skapar en önskan angående att differentiera sig symboliskt från omgivningen i samhället. Det är därför förekommande att det skapas gruppidentifikationer, där antimode manifesteras. I samtiden kan det vara svårt att registrera ett kännetecken för antimode. Vad motsätts? Punkens svarta färg, och ett tidigare antimode, kan idag uppträda genom konsumtion från en mängd moderna klädbutiker. Davis framhåller att det moderna livets pluralism har en inverkan på modet och antimodets relation. Samhällets utveckling har gjort att det närmar sig det faktum att segmentering av stilar inte längre har funktionen som åtskillnad av ett mode och antimode. Antimode, som uppfattas utifrån beklädnad, kan hädanefter behöva finna andra kanaler i framförandet av motståndet.¹⁶⁴

I samtliga intervjuer fördes ett samtal angående mode och huruvida intervjupersonerna placerade sig inom en modekontext. Avsaknad av intresse angående modet i samtiden framkom tydligt genom intervjuerna. Samtliga, med undantag för kvinna 4, som ansåg sig följa modet till viss del, beskrev att de inte hade något intresse av mode eller att följa modetrender. I intervjun med kvinna 2 diskuterades stil och mode. Hon berättade hur hon förhåller sig till modets trender, där hon sa följande;

Min stil är väldigt, ja eget och med jeansjackor och flanelleskjortor. Så det är ju ganska modernt på ett vis, men ändå inte det här generella moderna ..., det är inte trendigt så, utan mycket vintage och second hand kläder. Jag är inte jätteintresserad av just det här trendiga. Det är inte ett medvetet val att inte följa trender, det är bara det att det är väldigt få trender trender jag tycker om. Jag hade inte haft något

¹⁶¹ Davis, 1992, s. 160

¹⁶² Davis, 1992, s. 187

¹⁶³ Davis, 1992, s. 165

¹⁶⁴ Davis, 1992, s. 187f.

problem att följa trender ifall jag hade tyckt om dem, det är bara det att jag sällan hittar trender som jag känner att det är "jag". Jag skulle aldrig sätta på mig något bara för att det är trendigt.¹⁶⁵

Kvinna 3 reflekterade angående hennes modeintresse, där en omedveten påverkan av modetrender framkom, genom följande vis;

Nej, som sagt är jag inte så modeintresserad. Så jag skulle inte säga att jag aktivt följer modetrender, eller medvetet köper de plagg som är trendiga. Men omedvetet påverkas jag säkert till viss del, av både andra människor, men också vad som säljs i butiker. Så jag kanske köper trendiga plagg utan att veta att det är trendigt.¹⁶⁶

Majoriteten av de intervjuade, med undantag från kvinna 4, framförde inte att konsumtionen av Kånken grundade sig i att grupstryck eller utifrån att följa en trend. Utifrån intervjuerna kunde Kånken kopplas till miljömedvetenhet och hållbarhet, som tidigare benämnts i analysen, och att konsumtionen inte grundar sig på att följa modets ständiga förändring. Majoriteten av intervjupersonerna hade redan haft sin Kånken i flera år, och använde den dagligen. I frågan om valet att bära en Kånken, beskrevs i första hand den praktiska betydelsen av ryggsäcken, men tillika den estetiska faktorn. Man 1 beskrev valet av Kånken följande;

Jag har en Kånken för det är den bästa ryggsäcken jag har haft och som håller, eftersom jag rör mig ute ofta. Den håller mot regn, den klarar ..., dragkedjor håller och det läcker inte in i den. Våldigt praktiskt och bra. Sen har jag den största modellen för att jag behöver få plats med mycket i den ..., en laptop till exempel.¹⁶⁷

Man 2 framhöll den estetiska faktorn, men även Kånkens hållbarhet som en faktor i hans konsumtion av en Kånken. Han berättade följande under intervjun;

Jag använder den till skolan och till vardags, så ..., ja dagligen. Jag använder den överallt, till alla olika syften och den håller ju för evigt den här ..., sen tycker jag att den är rätt snygg och praktisk.¹⁶⁸

Man 2 framförde även ett resonemang angående Kånken dess popularitet i samhället, där han sa;

¹⁶⁵ Intervju 2, 2018-05-02

¹⁶⁶ Intervju 4, 2018-05-04

¹⁶⁷ Intervju 3, 2018-05-04

¹⁶⁸ Intervju 6, 2018-05-07

[...] Kånken fungerar ju i alla tidsperioder, den är flytande stilmässigt.¹⁶⁹

Davis framför att grupper som ingår i ett antimode, söker efter nya, mer tydliga symboler som är svåra att stjäla för en allmänhet. Sedan 1960 har dock modedesigners och mainstream-modet blivit influerade av antimodet från grupperna.¹⁷⁰ Modeindustrin söker efter äkthet och originalitet, vilket betraktas som statusmarkörer. Istället för att markera makt och rikedom, vrider den sociala makten modeindustrin mot att originalitet anses som lyx. Designers kan anspela på kopiering, lågt betraktat mode och dålig kvalitet, för att försöka locka de grupperingar som tilltalas av det "felaktiga".¹⁷¹

Indie och den alternativa stilen har växt fram inom modebranschen som en moderiktig stil. Under 2000-talet formades ett intresse angående en tillämpning av stilen, inom modehusen. Under Hedi Slimanes tid som chefsdesigner för Dior Homme, blev Slimane inspirerad av Pete Doherty och indiestilen, som utmärktes genom den smala kostymen, tillsammans med den smala svarta slipsen och trilbyhatten.¹⁷² Indiestilen har även tagits upp av det samtida populärmodet, vilket har benämnts tidigare i analysen, då man berättade om en t-shirt från H&M med tryck av indiebandet Joy Division. Indie och den alternativa stilens tidigare avstånd till det mainstreama, har växt fram till att bli en del av den dominanta kulturen.¹⁷³ Likande utveckling av indie, kan påträffas genom Kånken. Kånken är idag tillgänglig för en större skara individer än tidigare, då den kan konsumeras inom klädbutiker runt om i världen, exempelvis på Urban Outfitters.¹⁷⁴ Kånkens tillämpning var tidigare begränsat till ett praktiskt användande, för att i samtiden användas under en skoldag, resor, vilket har framkommit genom intervjuerna. Kvinnan i pilotintervjun framförde även att hon använde sina tre olika kånkenrygsäckar till olika passande outfits. Hon beskrev det genom följande;

Jag har tre stycken. En i mörklila, i modellen laptop. Den köpte jag i högstadiet. Sen har jag två i den klassiska modellen, en i ljusblå och en i ljusrosa. [...]. Jag använder inte den i skolan, utan jag använder

¹⁶⁹ Intervju 6, 2018-05-07

¹⁷⁰ Davis, 1992, s. 164-166

¹⁷¹ Mackinney-Valentin, 2017, s. 58

¹⁷² Lifter, 2012, s.100f.

¹⁷³ Lifter, 2012, s. 169

¹⁷⁴ Urban Outfitters (u.å.). Hämtad från

<https://www.urbanoutfitters.com/search?q=fjallraven+kanken&sayt=true> (2018-04-17)

en viss Kånken när jag tycker att den passar till en viss outfit. Det kan ge en extra touch till min outfit ibland, tycker jag.¹⁷⁵

I pilotintervjun med kvinnan framkom det att Kånken kan användas för att förstärka en stil, där hon beskriver att hennes olika Kånken passar för olika tillfällen. Kvinnan redogör även för att hennes stil inte medvetet påverkas av modetrender, utifrån nedanstående citat;

Jag skulle inte säga att jag följer modetrender, för jag är inte så modeintresserad. Jag handlar inte på dyra fashion brands, utan det mesta på typ H&M. Just för att det är billigt som student. Ibland handlar jag även på second hand butiker, typ tröjor och skor.¹⁷⁶

Citatet tyder på att utformandet av outfiten och valet av Kånken, således inte grundar sig i en vilja att följa det senaste modet, utan att valet snarare grundar sig på kvinnans visuella föreställning i framhävandet av sig själv. Kanske är det den delen av att inte vara mainstream som är just mainstream, där möjligen ointresset av modet är en del av stilen indie.

¹⁷⁵ Pilotintervju, 2018-04-30

¹⁷⁶ Pilotintervju, 2018-04-30

3. Avslutande diskussion

Syftet med uppsatsen var att betrakta och behandla Kånken, i relation till individens sociala identitet och grupptillhörighet för stilkulturen indie. Studien syftade även till att undersöka Kånken och dess uttryck för mode i förbindelse med indie. Uppsatsens avsikt var att besvara frågeställningar, hur är bärandet av Kånken sammankopplat med individens gestaltning av social identitet och grupptillhörighet för stilkulturen indie? Samt på vilket sätt är Kånken ett uttryck för mode i samband med stilkulturen indie?. Dessa svar kommer att presenteras i nedanstående text, utifrån benämnda teoriers tillämpning av det empiriska materialet. Många av de intervjuade framhöll liknande resonemang i deras svar, samtidigt som olikheter framkom.

En väsentlig faktor i studerandet av Kånken i relation till indie är formandet av stilar i dagens samhälle. Att blanda olika stilar och på så vis skapa sin egna individuella stil är en vanlig företeelse, som även framkom utifrån intervjuerna. Det kan härledas som en effekt av samtidens flexibla identitet, där en mängd möjligheter och val kan utföras efter behag, exempelvis kan individen välja mellan olika livsstilar. Det förekommer möjligheter till ständig förändring, vilket exempelvis kan göras genom att förändra stilen och beklädnaden. Detta framför även paradoxen, där att inte följa en stil är själva stilen, vilket kan betraktas som själva meningen med indie och som sammanbinder många av Kånkenbärarna.

Utifrån analysen framkom det att Kånken till viss del kan sammankopplas till social identitet och grupptillhörighet för indie. Det kan styrkas dels genom de två intervjupersonerna som direkt ansåg Kånken som en del i uttrycket för indie. Dels genom att samtliga, med undantag från en intervjuperson, kombinerade konsumtionen av kläder från billigare klädkedjor och second hand butiker, i skapandet av deras stilar. Denna kombination framhölls även av Lifter i konstruerande av indiestilen.¹⁷⁷ I betraktelsen av Kånken och dess sammankoppling med indie är det relevant att framföra indie och den alternativa stilens spridning till populärmodet och det mainstreama. Det har bidragit till att gränsen för indie är utsuddad till andra alternativa stilkulturer, såsom hipster. Detta upplevde vi även utifrån intervjuerna, där få av intervjupersonerna kunde framföra en tydlig bild av indie och dess innebörd. Användningen av Kånken är tillika spridd i samhället, då det utifrån intervjuerna framkom att Kånken kan användas inom skola eller jobb, så väl som till resor som till scouter. En tes som kan

¹⁷⁷ Lifter, 2012, s.69

framföras angående Kånkens popularitet, är att Kånken är en del av ett identitetsuttryck för en ideal livsstil i samhället. Ideallivsstilen som förespråkar en livsstil som inkluderar resor och ett levande i nuet, där alternativa resor, alternativa resesätt utförs, exempelvis backpacka. Under resan är Kånken en bra väska att ha med sig. Dessa faktorer försvårar betraktelsen av Kånken som ett visuellt uttryck för indie. Genom studien har det påträffats att Kånken är vanligt förekommande bland människor med en alternativ stil, men kanske är detta ett resultat av att indie och den alternativa stilens spridning i samhället.

Utifrån studiens undersökning av Kånken och indiekulturen, kan en betraktelse av Kånkens uttryck för mode i samband med indie, göras. Det kan tolkas att Kånken tidigare har ingått i ett antimode, då ryggsäcken till stor del användes utifrån praktiska faktorer eller ett politiskt ställningstagande, där sammankoppling med mode och dess trender inte var framhävande. Idag är det dock komplext huruvida Kånken är ett uttryck för mode eller ett antimode. Den samtida svårigheten i att fastställa ett antimode framförs även av Davis, vilket tidigare har nämnts i analysen. Detta av den anledning att modet och antimodet till stor del överlappar varandra, vilket gör det svårt att avgöra vad som ingår i ett mode eller ett antimode.¹⁷⁸ Samtidigt som Kånken kan betraktas som en del av det samtida modet, där indie och andra alternativa stilar florerar, speglar Kånken samtidigt inte modets snabba förändringar och det ständiga förnyandet av trender. Kånken är en hållbar ryggsäck, vilket framkom genom intervjuerna, vars estetik inte har förändrats mycket sedan första ryggsäcken såldes. Möjligtvis reflekterar Kånken ett utvecklat förhållningssätt angående modet och dess trender, där det hållbara och bestående blir allt viktigare, utifrån en förändrad samhällsbild präglad av medvetenhet. Genom att bära en Kånken ryggsäck, kan ett uppvisande av individens intellektuella kapital framföras. Samtidigt som individen vill påvisa sitt förhållande till det samtida samhället, genom en medvetenhet angående miljö- och politiska frågor.

Vi är medvetna om att omfånget och tidsramen för studien till viss del begränsar betraktelsen av Kånken i relation till indie. Utifrån studien kan vi se att forskningsfältet angående den alternativa stilen, men även Kånken, kan breddas. Studien skulle kunna utvecklas genom att utöka det empiriska materialet, och betrakta Kånken i relation till indie utifrån en större skara människor. Den skulle även kunna betraktas utifrån ett globalt perspektiv, där djupare undersökning görs angående Kånkens popularitet internationellt. Här hade det varit intressant att fördjupa forskningen angående Kånken, som en del av ett skandinaviskt varumärke som

¹⁷⁸ Davis, 1992, s. 187f.

framställer det anti-coola som fashionabelt. I en framtida forskning, skulle även perspektivet av Kånken kunna utvecklas, genom att även framhålla stilkulturen hipster i relation till Kånken och den alternativa stilen.

4. Källförteckning

4.1 Tryckta källor

Aspers, P. (2011). *Etnografiska metoder: att förstå och förklara samtiden*. (2., [uppdaterade och utökade] uppl.) Malmö: Liber.

Bauman, Z. (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos

Bengtsson, A. & Östberg, J. (2011). *Märken och människor: om marknadssymboler som kulturella resurser*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Bourdieu, P. (1993). Modeskaparen och hans märke. I B. Östling (red.) *Kultursociologiska texter*. (4. uppl.) Stockholm: Symposion.

Davis, F. (1992). *Fashion, culture, and identity*. Chicago: Univ. of Chicago Press.

Entwistle, J. (2015). *The fashioned body: fashion, dress and modern social theory*. (2. ed.) Cambridge: Polity Press.

Frankel, C., & Rinäs, L. (2013). *Kontroll, konflikt, kreativitet- varumärkesberättelser på nya villkor: En studie av ryggsäcksvarumärket Kånken*. (Kandidatuppsats). Lund: Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds Universitet. Tillgänglig:

<http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=4456828&fileOId=44568>

30

Giddens, A. (1999). *Modernitet och självidentitet: självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos.

Hagström, J., & Robertsson, K. (2014) *När ett varumärke blir kapat: En studie om varumärket Fjällräven* (Kandidatuppsats). Lund: Institutionen för strategisk kommunikation, Lunds universitet. Tillgänglig:

<http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=3807342&fileOId=38073>

43

Hammarén, N. & Johansson, T. (2009). *Identitet*. (1. uppl.) Stockholm: Liber.

Hebdige, D. (1988[1979]). *Subculture: the meaning of style*. London: Routledge.

Lifter, R. (2012). *Contemporary indie and the construction of identity: discursive representations of indie, gendered subjectivities and the interconnections between indie music and popular fashion in the UK*. (PhD thesis, London College of Fashion: University of the Arts London). Tillgänglig:

http://ualresearchonline.arts.ac.uk/5681/1/Lifter%2C_Rachel_E-Thesis_2012.11.28.pdf

Lifter, R. (2014). From subculture to queer pop: resistance, style and cultural studies. I A. Lyng-Jorlén & M. Bank Christoffersen (red.) *Clash. Resistance in Fashion* (ss. 58-61). Herning: HEART - Herning Museum of Contemporary Art

Nationalmuseum (2002). *Identitet: om varumärken, tecken och symboler*. Stockholm: Raster.

Mackinney-Valentin, M. (2017). *Fashioning identity: status ambivalence in contemporary fashion*. London: Bloomsbury Academic, an imprint of Bloomsbury Publishing, Plc.

Rocamora, A. & Smelik, A. (red.) (2016). *Thinking through fashion: a guide to key theorists*. London: I.B. Tauris.

Rocamora, A. (2002). Fields of Fashion: Critical Insights into Bourdieu's Sociology of Culture'. *Journal of Consumer Culture*, Vol 2, nr. 4, ss. 341-362.

Sklar, M. (2012). *Punk style*. Oxford: Berg.

Östberg, J. & Kaijser, L. (2010). *Konsumtion*. Malmö: Liber.

4.2 Elektroniska källor

Elle (2009) *NU ÄR NÖRDMÄRKENA HIPPA IGEN!*. Hämtad från <https://www.elle.se/nu-ar-nordmarkena-hippa-igen/> (2018-04-16)

Fjällräven (u.å). Hämtad från <https://www.fjallraven.se/om-fjallraven/fjallraven-historia/fjallraven-tidslinje> (2018-04-14)

Fjällräven (u.å). Hämtad från <https://www.fjallraven.se/om-fjallraven/om-oss/historia/> (2018-04-15)

Fjällräven (u.å). Hämtad från <https://www.fjallraven.se/utrustning/kanken?limit=all> (2018-04-14)

Nordstrom (u.å.). Hämtad från <https://shop.nordstrom.com/sr?contextualcategoryid=60135750&origin=keywordsearch&keyword=kanken> (2018-04-17)

The Guardian (2012) *How Scandinavian brands made 'anti-cool' fashionable*. Hämtad från <https://www.theguardian.com/fashion/fashion-blog/2012/feb/09/scandinavian-brands-anti-cool> (2018-04-16)

Urban Outfitters (u.å.). Hämtad från <https://www.urbanoutfitters.com/search?q=fjallraven+kanken&sayt=true> (2018-04-17)

5. Appendix

5.1 Bilaga 1 - Observationer

I uppsatsens betraktelse av Fjällrävens ryggsäck Kånken, har en observation av dess användare utförts i Helsingborgs centrum, närmare bestämt Helsingborgs knutpunkt, under måndagen 23/4-2018 från klockan 11.30 till 12.30. Val av plats grundar sig i en vilja att studera en plats i rörelse, där av även val av tid.

Person 1:

En kvinna i 20 årsåldern, med axellångt brunt hår, bar den klassiska Kånken ryggsäck i färgen Ox Red. Färgen var en aning sliten, vilket tyder på att ryggsäcken antingen är vintage, ett par år gammal eller välanvänd. I övrigt var kvinnan iklädd svarta mom jeans, svart t-shirt, en oversized blå jeansjacka och barfotad i Vans Old Skool skor.

Person 2:

En kvinna i 25 årsåldern, med sitt bruna hår uppsatt i en slarvig knut, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Black, i nyare skick. I övrigt var kvinnan iklädd ett par svarta skinny jeans, en svart hoodie, en blå oversized jeansjacka och ett par Nike sneakers.

Person 3:

En kvinna i 40 årsåldern, med det gråspräckliga håret uppsatt i en tofs, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Black, i nyare skick. I övrigt var kvinnan iklädd svarta skinny jeans, en grå stickad kofta, ett par bruna ballerina och ett par glasögon i rundade bågar.

Person 4:

En kvinna i 50 årsåldern, med kortklippt ljusbrunt hår, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Fog en beige/grå färg, som var en aning sliten. I övrigt var kvinnan iklädd en svart trenchcoat, svarta skinny jeans, en blå skjorta, svarta sneakers och ett par solglasögon i rundade bågar.

Person 5:

En man i 20 årsåldern, med brunt hår till öronen, bar Kånken ryggsäcken No2 i färgen Fog en beige/grå färg, i nyare skick. I övrigt var mannen iklädd blå skinny jeans, ett par slitna marinblå New Balance sneakers, en grön blå jeansskjorta och en ljusbrun mockajacka.

Person 6:

En kvinna i 30 årsåldern, med det mörkbruna håret klippt i pagefrisyr, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Purple, i nyare skick. I övrigt var kvinnan iklädd blåa jeans, en svart kofta, en rosa blommig blus.

Person 7:

En man i 20 årsåldern, med kortklippt ljusbrunt hår, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Black, i nyare skick. I övrigt var mannen iklädd en svart t-shirt, en brun jacka i manchester med vit pälskrage, blåa baggy jeans och vita tubsockor i Vans Old Skool skor.

Person 8:

En kvinna i 30 årsåldern, med det ljusbruna håret uppsatt i en slarvig knut, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Ox Red, som var en aning sliten. I övrigt var kvinnan iklädd svarta skinny jeans, en militärgrön parkas, ett par Vans Old Skool skor och svarta wayfarer solglasögon.

Person 9:

En man i 25 årsåldern, med kortklippt mörkbrunt hår och skäggstubb, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Black, i nyare skick. I övrigt var mannen iklädd en svart t-shirt med ett vitt grafiskt tryck, en svart bomberjacka, svarta skinny jeans och ett par vita nike sneakers.

Person 10:

En kvinna i 30 årsåldern, med håret uppsatt i en tofs, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Royal blue som går i en marinblå ton. Kvinna var klädd i blå jeansjacka och ett par jeans. I övrigt bar kvinnan inte något synligt smink.

Person 11:

En kvinna i 35 årsåldern, med nersläppt brunt hår, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Black, i vintage stil. I övrigt var kvinnan klädd i en lång blå rock, skinny jeans, ett par bruna toffel sandaler, en röd keps och inget synligt smink.

Person 12:

En man i 25 årsåldern, med det bruna håret uppsatt i en tofs, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Burnt Orange, i nyare skick. I övrigt var mannen iklädd en orange/rostfärgad bomberjacka, ett par gråa joggingbyxor, röda sneakers och stora hörlurar.

Person 13:

En man i 20 årsåldern, med kortklippt brunt hår, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Black, i nyare skick. I övrigt var mannen iklädd en vit polotröja med en kamelfärgad mockajacka över, blåa jeans, ett par vita sneakers i äldre/sliten stil.

Person 14:

En man i 25 årsåldern, med kortklippt svart hår, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Black, i nyare skick. I övrigt var mannen klädd i en beige parkas, ett par kostymbyxor i baggy passform, Vans Old Skool samt att han hade hörlurar på sig.

Person 15:

En kvinna i 20 årsåldern, med det långa blonda håret uppsatt i en tofs, bar den klassiska Kånken ryggsäcken i färgen Ox red. I övrigt var kvinnan klädd i ljusblå momjeans, svart bomberjacka, Vans Old School samt ett par svarta wayfarer solglasögon.

5.2 Bilaga 2 - Intervjufrågor

Inledning och frågor angående stil/mode

1. Hur gammal är du och var arbetar/ vad studerar du? (var kommer du från?)
2. Var har du handlat dina nuvarande kläder, och speglar det vart du brukar handlar dina kläder?
3. Vad skulle beskriva din stil? och hur tror du att andra skulle beskriva den?
4. Vad inspirerar din stil?
5. Anser du att följer modetrender?
6. Vill du att dina kläder eller din stil ska förmedla något till omgivningen?

Frågor angående musik/indie

7. Vilken musik lyssnar du på?
8. Tycker du att din musiksmak speglar din stil/kläder?
9. Vet du något om Indiekulturen?
 - vad associerar du indie med?

Frågor angående Kånken:

10. Vilken modell har du valt och varför?
11. Var har du köpt/fått din Kånken ryggsäck?
12. Vad använder du din Kånken till?
13. Hur ofta använder du din Kånken?
14. Vad grundar sig ditt val, gällande användningen av Kånken, i?

15. Varför tror du att Kånken har blivit populär?

16. Associerar Kånken till något?

5.3 Bilaga 3 - Kort redovisning av intervjupersoner

Pilotintervju: En 23-årig kvinna från Helsingborg boende i Uppsala, där hon pluggar veterinärprogrammet på Uppsala universitet.

Kvinna 1: En 17-årig kvinna som studerar humanistiska linjen på olympiaskolan, i Helsingborg.

Kvinna 2: En 17-årig kvinna som studerar linjen restaurang livsmedel på Rönnowska skola, i Helsingborg.

Kvinna 3: En 22-årig kvinna, som studerar till lärare på Campus, Lunds universitet.

Kvinna 4: En 23-årig kvinna, som studerar masterprogrammet i service management på Campus, Lunds universitet.

Kvinna 5: En 31-årig kvinna, som studerar kulturvetenskap inom digital kultur.

Man 1: En 54-årig man, som arbetar som rektor på en skolan i Helsingborg.

Man 2: En 20-årig man, som studerar till socionom, på Campus, Lunds universitet.