



LUNDS
UNIVERSITET

Diet Prada – ”ppl knocking eachother off lol”

En kvalitativ diskursanalys om designmässig plagiering utifrån Diet Pradas verksamhet och mottagandet av den i engelskspråkig modepress.

Nora Bergström Gombrii

Avdelningen för modevetenskap

Institutionen för kulturvetenskap

Lunds Universitet

MODK63, 15 hp. Examensarbete för kandidatexamen, vt 2018

Handledare: Philip Warkander

Abstract

The purpose of this dissertation is to examine how design-related copying is described on Diet Prada's Instagram account and how their activity is received in the fashion press. Further on, the aim is to examine the discourses concerning the relationship between a copy and an original that can be discerned in the Diet Prada-debate. There is existing research on the effects of design-related copying from a legal perspective. In this dissertation, the phenomenon is instead approached from a cultural and social perspective. A discourse analysis is conducted based on Instagram posts from Diet Prada's Instagram account and articles about Diet Prada and design-related copying from the fashion press.

Through a discourse analysis, this dissertation discusses how design-related copying receives its meaning through several different discourses and how the design-related copy is described through image composition generates signs that define and differentiate the design-related copy from the original. This dissertation also shows that the fashion press takes a questioning stance towards Diet Prada's definition of design copying, but without critiquing Diet Prada's actions. A further examination of the Diet Prada-debate lets us identify discourses about copies and the original. These are discussed within this dissertation, in relation to existing research about copies originals, and authenticity in contemporary art.

Keywords: fashion field, design-related copying, fashion houses, discourse analysis, original

Innehållsförteckning

Inledning	1
Syfte och frågeställning	3
Material och urval	4
Metod	7
Metodkritik	7
Teoretiskt ramverk	8
Diskursteori	8
Pierre Bourdieu – Mode som socialt fält	9
Jean Baudrillard – Tecknet i det hyperreella	10
Forskningsöversikt	11
Designmässig plagiering ur ett juridiskt perspektiv	11
Ett sociologiskt perspektiv på mode	12
Sammanförandet av diskursteoretiska och sociologiska perspektiv	12
Autenticitet, original och kopior	12
Disposition	13
Analys	14
Diskursanalys av Diet Pradas instagraminlägg	14
Designmässig plagiering utan entydig betydelse	14
Designmässig plagiering och originalet	18
Diskursanalys av engelskspråkig modepress	20
Modehus, förväntningar och designmässig plagiering	21
Designmässig plagiering och ekonomiska intressen	23
Designmässig plagiering och snabbmodeföretag	26
Original, plagiat och kreativitet – vilka diskurser kan skönjas	28
Avslutning	32
Källförteckning	35
Bilagor	35
Tryckta källor	44
Digitala källor	45
Bildförteckning	46

Inledning



Bild 1. Skärmbild från ett instagraminlägg av Diet Prada, av Nora Gombrii

“Diet Prada - fashions most powerful critic” lyder titeln på en artikel i *Financial Times Style* om instagramkontot Diet Prada. *Financial Times* är en av flera tidningar som i sin moderapportering skrivit om Diet Pradas aktivitet på den sociala plattformen Instagram. I artikeln beskrivs ett uppmärksammat inlägg där Diet Prada, efter att Gucci visat sin resort-kollektion 2018, lade upp två bilder på två olika jackor sida vid sida (se bilden ovan). Den vänstra bilden är på jacka från designern Dapper Dan som var verksam i Harlem under 1980-talet. Den högra bilden visar en jacka från kollektionen Gucci visade. I inlägget anklagar Diet Prada modehuset Gucci för att ha plagierat designern Dapper Dan. Inlägget fick uppmärksamhet då det finns likheter mellan jackorna. Vilket beskrivs som en orsak till att debatt om vad som kan räknas som plagiat och hommage lyfts.¹ Diet Prada har alltså väckt en debatt om vad som räknas som original eller plagiat. Jag vill därför utforska hur Diet Prada förstår designmässig plagiering, samt hur modepressen förhåller sig till Diet Pradas verksamhet.

¹ Stoppard, L. 2017. Diet Prada - Fashion's most powerful critic. *Financial Times*. Hämtad från: <https://www.ft.com/content/777edf64-c94a-11e7-8536-d321d0d897a3>, (2018-05-15)

Instagramkontot Diet Prada (@diet_prada) startades i december 2014. Kontot startades som ett projekt där skaparna delade med sig av de gånger de såg likheter mellan nya kollektioner på catwalken och äldre kollektioner eller kreationer från oetablerade designers. Kontot har under 2017 och 2018 fått stor uppmärksamhet för sin oförlåtande ton och kritiska blick. Diet Pradas kritik riktats mot modehus och designers, helt utan hänsyn till deras ställning inom modebranschen eller reaktion. Idag har Diet Pradas instagramkonto cirka 470 000 följare² och följs bland annat av stora namn som Irman Amed (grundare av branschtidningen Business Of Fashion), Alessandro Michele (kreativ ledare för Gucci), Vanity Fair samt Vogue USA. *Financial Times* är en av de tidningar som fått upp ögonen för Diet Prada. De beskriver Diet Prada som en utomstående modekritiker med en säregen ton till skillnad från andra modekritiker vars skrivande kan bli något undervisande.³ Diet Prada har gjort sig ett namn inom modebranschen genom att påkalla vad de beskriver som plagiering. Uppmärksamheten kan bero på att deras verksamhet har kommit att rikta fokus mot större modehus.

I artikeln Meet Tony Liu and Lindsey Schuyler: The Duo Behind Diet Prada skriver de om den plagiering som Diet Prada belyser på följande vis: "It is worth noting that no shortage of the number of "copies" that Diet Prada cites are not actually copies, legally or otherwise, which is not necessarily surprising since neither party has a legal education or background."⁴ Poängen som förs fram i artikeln från *The Fashion Law* är att den plagiering som Diet Prada påkallar inte har juridiska konsekvenser. *The Fashion Law*, som är en oberoende online plattform som ämnar fungera som en objektiv källa för modejuridik och affärsanalys⁵, kritiserar Diet Prada för falska anklagelser. Laglig plagiering är en erkänd del av modebranschen och har främst undersökts utifrån ett juridiskt perspektiv och det beskrivs som en praktik ofta sammankopplad med snabbmodeföretag.⁶ På vilket sätt kan vi förstå den plagiering som Diet Prada beskriver i andra termer än juridiska?

² Diet Prada 2018, "Diet Prada", Instagram, Hämtad från: https://www.instagram.com/diet_prada/, (2018-04-30)

³ Stoppard, L 2017. Se även Moran, J. 2018. Will Diet Prada Save Fashion From Itself? *Paper Magazine*. Hämtad från: <http://www.papermag.com/diet-prada-instagram-interview-2550882432.html>, (2018-05-10)

⁴ The Fashion Law. 2017. Meet Tony Liu and Lindsey Schuyler: The Duo Behind Diet Prada. *The Fashion Law*. Hämtad från <http://www.thefashionlaw.com/home/meet-tony-liu-and-lindsey-schuyler-the-duo-behind-diet-prada> (2018-05-10)

⁵ The Fashion Law, 2018. "About" Hämtad från: <http://www.thefashionlaw.com/about/> (2018-06-1)

⁶ Sprigman, C. J. & Raustiala, K. (u.å.). *The Knockoff Economy: How Imitation Spurs Innovation*. Lanham, MD : Oxford University Press. ss.21–22. Se även Dahlén, M. (2012) "Copy or copyright fashion? Swedish design protection law in historical and comparative perspective" i *Business History*, Vol. 54, No. 1, februari 2012,

För att skilja på den plagiering som Diet Prada beskriver, från plagiering som studeras juridiskt kommer jag att benämna den som *designmässig plagiering*. När ledande modehus som Gucci anklagas för att ha designmässigt plagierat redan existerande kreaturer, bryter det mot förväntningarna modehus. *Förväntningarna* på modehus förstås i den här uppsatsen utifrån sociologen Pierre Bourdieus teori om mode som ett socialt *fält*. Begreppet fält kan förstås som en sammanslutning av olika aktörer och dess struktur förvärvas genom konkurrens en mellan de som befinner sig på fältet. De positioner som modehusen erhåller inom fältet påverkar hur vi förväntar oss att de ska agera. Modehus som har en större makt inom fältet förväntas bestämma de legitima och destinerade symbolerna inom modet och på så sätt sträva efter att ge sina egna unika tolkningar av omvärlden.⁷ I den här uppsatsen kommer jag att studera de modehus som besitter större makt inom fältet. För att skilja dem från andra modeskapare och designers, med mindre makt, kommer jag att benämna dem som *modehus*.

Syfte och frågeställning

Uppsatsen utgår ifrån designmässig plagiering som beskrivs av Diet Prada. Syftet med uppsatsen är att undersöka hur designmässig plagiering beskrivs av Diet Prada samt hur Diet Pradas verksamhet mottas av den engelskspråkiga modepressen. Genom att belysa hur designmässig plagiering beskrivs och hur den mottas ämnar jag synliggöra hur designmässig plagiering skapas av och relaterar till diskurser om original och plagiat. Studien utgår ifrån en diskursanalys av bild och text inhämtat från Diet Pradas instagramkonto samt engelskspråkig modepress. För att uppfylla syftet kommer jag att besvara följande frågeställningar:

- *Hur beskrivs designmässig plagiering av Diet Prada?*
- *Hur har Diet Pradas verksamhet mottagits i engelskspråkig modepress?*
- *Vilka diskurser kring originalitet och plagiat kan skönjas i Diet Prada-debatten?*

⁷ Bourdieu, P. 1993. *Kultursociologiska texter*. (4. uppl.) Stockholm: B. Östlings bokförl. Symposion. ss.83–89, 101.

Material och urval

Materialet som ligger till grund för analysen består av fem inlägg på instagramkonto Diet Prada samt sju artiklar från engelskspråkig modepress. Inläggen och artiklarna som valdes är hämtat från augusti 2017 fram till mars 2018. Under perioden har Diet Prada uppmärksammats av den engelskspråkiga modepressen samt ökat markant i antalet följare.

Inläggen är hämtade från Diet Pradas instagramkonto och består av fem stycken inlägg där bild och text analyseras utifrån en diskursanalys. Inläggen valdes således ut efter följande kriterier: inläggen behandlar plagiering som utförs av modehus, inläggen är publicerade av Diet Prada och inläggen består av både bild och text. Jag begränsade antalet inlägg till fem stycken då uppsatsens omfång och tidsmässiga begränsning inte kunde täcka ett större material. Inläggen är hämtade från Diet Pradas instagram-flöde och alltså inte kontots "story". Detta urval baseras på att inlägg på instagram story läggs upp under 24 timmar. Inläggen sparas då inte alltid till Diet Pradas flöde vilket gör att de endast kan finnas tillgängliga under en begränsad tid. De inlägg som jag valt som mitt empiriska material kan även tas bort och redigeras i efterhand. Dock har de inte samma tidsmässiga begränsning. Analysen av inläggen utgår från både bild och text. I analysen av bilderna ämnar jag främst betrakta bild och text i kombination, som ett kommunikativt medel. Inläggen går att återfinna i uppsatsens bilagor. Bilderna kommer alltså inte att analyseras lika ingående som i en semiotisk bildanalys. Jag kommer främst att fokusera på hur Diet Prada genom bild och text beskriver designmässig plagiering som utförs av modehus. I tabell 1 ges en kort introduktion till de instagrameinlägg som utgör mitt empiriska material. I analysen kommer jag sedan att presentera och redogöra för inläggen mer ingående.

Tabell 1. Introduktion av instagraminläggen.

Inlägg	Publicerad	Innehåll
Två bilder och text. Se bilaga: 1.1 och 1.2.	2017-10-13	JW Andersson anklagas för att ha designmässigt plagierat Hermès väska. ⁸
Två bilder och text. Se bilaga: 2.1 & 2.2.	2017-11-24	Loewe anklagas för att ha designmässigt plagierat ett traditionellt ecuadorianskt mönster och vävningsteknik. ⁹
Fyra bilder och text. Se bilaga: 3.0–3.4.	2018-01-20	Vetements anklagas för att designmässigt plagiera de ikoniska Tabi-skorna från Maison Martin Margiela. ¹⁰
Nio bilder och text. Se bilaga: 4.0–4.7.	2018-01-23	Dior anklagas för att ha designmässigt plagierat ett indiskt grafiskt mönster från People Tree. ¹¹
Nio bilder med text. Se bilaga: 5.0–5.8	2018-03-01	Burberry anklagas för att ha kopierat flera kreaturer från modehusen Versace, Balenciaga, Louis Vuitton, Gucci och Prada. ¹²

I sökandet efter artiklar använde jag mig av sökmotorn google.com och sökte med hjälp av sökorden: ”Diet Prada” och ”Diet Prada copycat”. Urvalet av artiklar har gjorts utifrån tre kriterier. Första kriteriet är att artiklarna ska handla om Diet Prada och deras instagramkonto. Det andra: att artiklarna ska lyfta designmässig plagiering som utförs av modehus. Det tredje: de valda artiklarna är publicerade av medier verksamma inom modeindustrin och ingår inom den engelskspråkiga modepressen. Artiklarna är hämtade ur den engelskspråkiga modepressen för det är fler som kan ta del av artiklarnas innehåll än i den svenska modepressen. Det empiriska materialet från den engelskspråkiga modepressen består av sju artiklar är hämtade från: *Finacial Times Style segment*, *Man Repeller*, *i-D*, *The Cut*, *Paper Magazine*, *Hey Woman!* och *Nylon*. Utgivarna av artiklarna

⁸ @diet_prada. [Diet Prada]. 2017, oktober 13. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BaMPO31FaUX/?taken-by=diet_prada, (2018-05-15)

⁹ @diet_prada. [Diet Prada]. 2017, november 24. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/Bb4-yMdlUA/?taken-by=diet_prada, (2018-05-15)

¹⁰ @diet_prada. [Diet Prada]. 2018, januari 20. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeKIh1vlfff/?taken-by=diet_prada, (2018-05-15)

¹¹ @diet_prada. [Diet Prada]. 2018, januari 23. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada, (2018-0615)

¹² @diet_prada. [Diet Prada]. 2018, mars 1. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BfxwyiwIhrQ/?taken-by=diet_prada, (2018-05-15)

varierar mellan mer eller mindre tongivande inom modebranschen. Variationen av utgivare visar även på att de når en stor spridning av läsare inom flera olika segment. I tabellen nedan (Tabell 2) ges en kort presentation av artiklarna. Detta för att visa på artiklarnas kontext.

Tabell 2. Introduktion av artiklarna.

Skribent	Publicerad	Titel	Utgivare	Innehåll
André-Naquian Wheeler	2018-07-28	@dietprada is schooling instagram on fashion history	<i>i-D</i>	Intervju med Diet Prada. ¹³
Margaux Meisel	2017-08-08	Meet @diet_prada, Instagram's Version Of The Fashion Police	<i>Nylon</i>	Intervju med Diet Prada. ¹⁴
Emilia Petrarca	2017-10-06	Meet Diet Prada, No-Filter Fashion Critics for an Instagram Age	<i>The Cut</i>	Intervju med Diet Prada. ¹⁵
Madeleine Abeltshauer	2017-12-05	My World: Diet Prada	<i>Hey Woman!</i>	Artikel om Diet Pradas Verksamhet. ¹⁶
Amelia Diamond	2017-12-20	An Anonymous Instagram Account That's Calling Out Fashion Copy-Cats	<i>Man Repeller</i>	Intervju med Diet Prada. ¹⁷
Lou Stoppard	2017-12-27	Diet Prada - Fashion's most powerful critic	<i>Financial Times</i>	Artikel om Diet Prada från möte med skaparna. ¹⁸
Justin Moran	2018-03-21	Will Diet Prada Save Fashion From Itself?	<i>Paper Magazine,</i>	Artikel om Diet Pradas verksamhet. ¹⁹

¹³ Wheeler, A. 2017. @dietprada is schooling instagram on fashion history. *i-D*. Hämtad från: https://i-d.vice.com/en_us/article/wjdn9x/dietprada-is-schooling-instagram-on-fashion-history, (2018-05-15)

¹⁴ Meisel, M. 2017. Meet @diet_prada, Instagram's Version Of The Fashion Police. *Nylon*. Hämtad från: <https://nylon.com/articles/diet-prada-instagram-fashion-police> (2018-05-15)

¹⁵ Petrarca, E. 2017. Meet Diet Prada, No-Filter Fashion Critics for an Instagram Age. *The Cut*. Hämtad från: <https://www.thecut.com/2017/10/diet-prada-instagram-fashion-critics.html>, (2018-05-15)

¹⁶ Abeltshauer, M. 2017. My World: Diet Prada. *Hey Woman!* Hämtad från <https://hey-woman.com/en/2017/my-world-diet-prada/> (2018-05-15)

¹⁷ Diamond, A. 2017. Diet Prada: The Instagram Account Calling Out Fashion Copy-Cats. *Man Repeller*. Hämtad från: <https://www.manrepeller.com/2017/12/diet-prada-instagram.html>, (2018-05-15)

¹⁸ Stoppard, L. 2017

¹⁹ Moran, J. 2018. Will Diet Prada Save Fashion From Itself? *Paper Magazine*. Hämtad från: <http://www.papermag.com/diet-prada-instagram-interview-2550882432.html>, (2018-05-15)

Metod

I studerandet av hur designmässig kopiering beskrivs och hur Diet Pradas verksamhet har mottagits har en diskursanalys använts. I uppsatsen utgår diskursanalysen från diskursteorin som formulerats av Ernesto Laclau och Chantal Mouffes teoretisering i *Hegemony and the socialist strategy*. I verket beskriver de hur artikulation är den praktik som etablerar en relation mellan element så att deras identitet modifieras som resultat. Den strukturerade helheten som uppstår som ett resultat av det artikulerade, återfinns diskursen.²⁰ I *Diskursanalys som teori och metod* redogör Marianne Winther Jørgensen och Louise Phillips för diskursteorin som bland annat bygger på Laclau och Mouffes verk. Inom diskursteorin ser man diskursen som organiserande av den sociala och fysiska världen. För Laclau och Mouffes är diskursteorin materiell vilket innebär att sociala handlingar så väl som text kan analyseras utifrån diskursanalytiskt.²¹ Winther Jørgensen och Phillips beskriver hur diskursteorin inte ger tydliga instruktioner eller riktlinjer för hur empiriskt material bör studeras. Detta gör inte diskursteorin olämplig som metod.²² Det öppnar upp för möjligheten att använda bild i kombination med text som material, samt för att skraddarsy metoden efter material och de frågor materialet väcker. I materialanalysen identifierade jag återkommande teman som berörde sättet på vilket designmässig plagiering beskrevs. Med utgångspunkt i de teman jag identifierade gjordes en diskursanalys utifrån det empiriska materialet. I analysen användes diskursanalytiska begrepp som; *nodalpunkt*, *flytande signifikant*, *mästersignifikanter*, *hegemoni* och *antagonism*. Följande begrepp kommer att redogöras för under kapitlet Teoretiskt ramverk.

Metodkritik

Diskursanalytiska forskare bör positionera sig utanför diskursen då det anses skapa ett mer objektivt förhållande till materialet material som inte påverkas av forskarens egna erfarenheter.²³ Som student på det modevetenskapliga kandidatprogrammet och följare av Diet Prada har jag etablerad kunskap inom området som kan ge mig en bredare förståelse för fältet. Utifrån mina förkunskaper ämnar jag studera materialet utan att låta mitt redan etablerade förhållande till ämnesområde påverka mitt resultat. Då diskursanalysen utgörs av mina subjektiva antaganden,

²⁰ Laclau, E. & Mouffe, C. 1985. *Hegemony and the socialist strategy* (2:a uppl.), London: Verso. s. 105.

²¹ Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. 2000. *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur, ss. 31–33.

²² Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 28

²³ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 28.

kommer de att påverka resultatet. För att synliggöra, på vilket sätt mina subjektiva antaganden kan leda resultatet kommer jag att sträva efter transparens i relation till det material som undersöks. På så sätt kan läsaren tydligt följa hur min relation till materialet i analysen.

Teoretiskt ramverk

Diskursteori

Winter Jørgensen och Phillips definierar diskurs på ett övergripande sätt som: ”ett bestämt sätt att tala om och förstå världen (eller ett utsnitt av den)”²⁴. De poängterar samtidigt att definitionen varierar beroende på vilket perspektiv som det studeras ur. I den här uppsatsen kommer jag att ansluta mig till diskursteorins förståelse för diskursanalys. Winther Jørgensen och Phillips går igenom diskursteorin som grundas på Laclau och Mouffes teorier. Diskursteori bygger på en dekonstruktion av marxismen och strukturalismen. De utesluter dock det historiematerialistiska inom marxismen och lutar sig mot en mer poststrukturalistisk förståelse för hur tecknet erhåller betydelse. Alltså finns det inga sanna relationer som bottnar i ekonomin och heller inga fixerade betydelser. Detta implicerar att det pågår en ständig social kamp om definitioner av identitet och samhälle. Som diskursanalytisk forskare, menar Winther Jørgensen och Phillips, att en studerar strävan efter entydighet i det sociala på alla nivåer.²⁵ I uppsatsen kommer jag att dra nytta av diskursteorins förståelse för diskursen som kontingent och dess begreppsapparat för att analysera det empiriska materialet.²⁶ Winther Jørgensen och Phillips redogör för flera begrepp som är användbara vid en diskursteoretisk analys av empiriskt material. I den här studien kommer ett urval av dessa begrepp att användas i analysen.

Nodalpunkt syftar inom diskursanalysen till ett privilegierat tecken, som andra tecken ordnas runt och från vilket kringliggande tecken får sin betydelse.²⁷ Inom analysen kommer jag använda mig

²⁴ Winther Jørgensen & Phillips, 2000. s. 7

²⁵ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 31

²⁶ Kontingent definieras enligt national encyklopedin som en modalitet som står för propositioner vars sanningsvärde inte nödvändighet är sann eller falsk. Nationalencyklopedin [NE]. 2018. Kontingent. NE Nationalencyklopedin AB. Hämtad från: <https://www-nc-se.ludwig.lub.lu.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/kontingent>, (2018-05-18)

²⁷ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 33

av begreppet *nodalpunkt* för att beskriva de tecken som organiserar diskursen om designmässig plagiering utifrån Diet Prada. *Flytande signifikanter* syftar likt *nodalpunkt* till ett tecken. Flytande signifikanter är ett tecken som i hög grad är öppen för tillskrivning av betydelse och tillskrivs ofta olika betydelser inom olika diskurser.²⁸ När tecken länkas samman och sorteras kan vi se hur identitet konstrueras diskursivt. Begreppet *mästersignifikanter* kan förstås som identitetens *nodalpunkt*. Alltså det privilegierade tecknet som ordnar de övriga tecken som konstruerar den diskursiva identiteten. *Mästersignifikanter* tillskrivs olika innehåll beroende på de diskurser de ingår i.²⁹ *Antagonism* är inom diskursteorin begreppet för konflikt. Social *antagonism* kan uppstå när olika identiteter hindrar varandra. Det innebär inte nödvändigtvis att de står i konflikt med varandra. Inom diskursanalysen innehar individen flera identiteter utifrån flera diskurser. Om subjektet har två identiteter som ställer motstridiga krav på dennes handlingar i samma terräng, så att den ena diskursen blockerar den andra skapas social antagonism. Winther Jørgensen och Phillips skriver, "Sett ur den enskilda diskursens perspektiv kan man säga att diskursens yttre - allt som har uteslutit - hotar dess existens och dess entydighet och därmed demonstrerar dess kontingens."³⁰ *Hegemoni* syftar till organiserande av samtycke. Hegemoni kan förstås som rådande samtycke i den mån det döljer människors verkliga intresse. Detta då samtycke inte är ett uttryck för ett gemensamt underliggande grunddrag. Det är resultatet av en politisk konstruktion och kamp. Denna politiska konstruktion kan beskrivas som en hegemonisk intervention vilket syftar till den kraft som återupprättar entydigheten.³¹ I analysen kan vi med hjälp av begrepp som *antagonism* och *hegemoni* synliggöra hur det som vi uppfattar som naturligt konstrueras och rekonstrueras.

Pierre Bourdieu – Mode som socialt fält

Bourdieu utforskar delar av modebranschen ur ett sociologiskt perspektiv i boken *Kultursociologiska texter* från 1993. De sociala utrymmen som han beskriver benämns som *fält*, vilka utgörs av olika aktörer. Fältet förvärvar sin struktur via konkurrensen mellan fältets aktörer. Konkurrensen bygger på aktörernas strävan efter att erhålla *symboliskt kapital*, vilket utgörs av de materiella och symboliska tillgångar som exempelvis modehusen besitter. Kampen som beskrivs, bygger på strävan efter att erhålla den exklusiva makten att skapa legitima och distingerande symboler. *Doxa* kan enligt Bourdieus förstås som den ordningen inom fältet som upplevs som naturlig. När aktörerna äntrar fältet

²⁸ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 35

²⁹ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 50

³⁰ Winther Jørgensen. & Phillips, 2000. s.55

³¹ Winther Jørgensen. & Phillips, 2000. ss. 44, 55–56

värderas deras symboliska kapital utifrån fältets uppbyggnad och struktur. Det är på så sätt aktörerna erhåller sin position inom fältet.³² Aktörernas positioner inom fältet kan sorteras efter en skala med två poler två poler. I den maktmässiga toppen befinner sig de dominerande och i botten befinner sig de dominerade. Modehusens positioner avspeglar sig i deras olika estetiska och kommersiella strategier.³³ Bourdieus teorier används i uppsatsen för att förstå modéfältets struktur och hur aktörer så som modehus och modepress agerande utifrån fältet.

Jean Baudrillard – Tecknet i det hyperreella

Baudrillard skriver i verket *Simulacra and Simulation* (1994) om det postmoderna samhället som har utvecklats till ett hyperreellt samhälle där gränsen mellan vad som är verkligt och simulerat har suddats ut. I det hyperreella samhället finns bara simulationer. *Simulationer* för Baudrillard syftar till modeller för verkligheten utan ursprung eller faktisk koppling till verkligheten.³⁴ *Simulacra* syftar då till kopian utan ett original. Kopian utgörs endast av referenser och reproduktioner av det som vi en gång uppfattade som verkligt.³⁵ Baudrillard menar att även om han dekonstruerar och synliggöra det postmoderna samhällets förvirring av verkligheten, betyder det inte att vi förstår den simulerade verkligheten som verklig. Den är lika verklig som det som en gång hade anknytning till en ”faktisk” verklighet. Teorierna om den vår postmoderna produktion av tecken ämnar i den här uppsatsen att ge inblick i hur diskursen om designmässig plagiering konstrueras. Som en konsekvens av detta verklighetsförvirrade samhälle menar Baudrillard att det uppstår en panikslagen produktion av det refererande och det verkliga. Detta kopplar han till den ökade materiella produktionen i det postmoderna samhället.³⁶ I boken *The symbolic exchange and death* granskar Baudrillard mode ur ett postmodernt perspektiv. Han menar att mode självrefererande och saknar därför mening, förutom den meningen mode skapar i sig själv. Mode är inte längre ett tecken utan har blivit ett spektakel.³⁷ Spektaklet visas upp för visandes skull.

³² Bourdieu, 1993. ss.100, 174

³³ Bourdieu,1993. ss. 83–89, s. 101

³⁴ Vad verkligheten definieras som enligt Baudrillard är inte centralt i den här uppsatsen då han menar att vi i den postmoderna världen inte längre har någon direkt koppling till den. Vi kan bara förstå den som reproduktioner av våra föreställningar av verkligheten.

³⁵ Baudrillard, 1994. *Simulacra and simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press. ss. 1–3

³⁶ Baudrillard, 1994. ss. 1–3

³⁷ Baudrillard, 1993. *Symbolic exchange and death*. London: Sage Publications.

Forskningsöversikt

I följande avsnitt kommer jag att presentera tidigare forskning som lyfter designmässig plagiering, forskning som tar ett sociologiskt grepp på mode samt forskning om originalitet, autenticitet och plagiering. Utifrån detta ämnar jag visa på var min ingång kan bidra med kunskap om hur vi kan förstå designmässig plagiering inom modebranschen.

Designmässig plagiering ur ett juridiskt perspektiv

Juridikprofessorerna Kal Raustiala och Christopher Sprigman skriver om hur legal plagiering inom modebranschen och argumenterar för att fenomenet inte har en hämmande effekt. De menar att den lagliga plagieringen ger upphov till egna tolkningar och nya idéer vilket genererar innovation inom modebranschen. Laglig plagiering har alltså möjlighet att accelerera modecykler vilket innebär ett snabbare tempo. Deras utgångspunkt är ur amerikansk lagstiftning och precis som de skriver har USA ett liberalt förhållningssätt när det kommer till plagiering av kläder och mode.³⁸ I artikeln “Copy or copyright fashion? Swedish design protection law in historical and comparative perspective” från 2012 skriver Marianne Dahlén om plagiering av mode. Hon lyfter främst fenomenet utifrån svensk lag men jämför även med amerikansk och fransk lagstiftning. Lika så belyser hon att laglig plagiering är ett vanligt fenomen inom modebranschen och menar vidare att fenomenet är en etablerad del av vissa företagsmodeller.³⁹ I den här uppsatsen studerar jag inte företag som har laglig plagiering som affärsmodell, utan modehus. I artikeln belyser hon vidare hur plagiering av immateriella rättigheter även förekommer i fall där stora modehus och designers tar sig friheten att plagiera redan existerande objekt.⁴⁰ I uppsatsen ämnar jag med min modevetenskapliga ingång studera designmässig plagiering som ett kulturellt och socialt fenomen snarare än ett juridiskt. Med min uppsats ämnar jag bidra med en förståelse för hur designmässig plagiering kan förstås utifrån ett modevetenskapligt perspektiv.

Ett sociologiskt perspektiv på mode

Utifrån Bourdieus forskning om modebranschen ur ett sociologiskt perspektiv studerar Jenny Lantz hur aktörer inom modebranschen tillskrivs legitimitet som ger dem makten att diktera mode och

³⁸ Sprigman, C. J., & Raustiala, K. u.å. ss. 21–22, 56.

³⁹ Dahlén, 2012, ss. 89–91

⁴⁰ Dahlén, 2012, ss. 89–91.

trender i boken *Trendmakarna, bakom kulisserna på den globala modeindustrin*. Hon utgår ifrån sociologen Bourdieus teorier om kulturella smakskapare för att visa på hur aktörernas roll inom modets fält påverkar deras agerande.⁴¹ Jenny Lantz forskning kartlägger hur flera olika aktörer verkar inom modet fältet och skapar trender. I den här uppsatsen ämnar jag studera hur en enskild aktör kan påverka diskursen kring designmässig plagiering och originalitet.

Sammanförandet av diskursteoretiska och sociologiska perspektiv

I uppsatsen kombineras sociologen Pierre Bourdieus teorier med diskursteorin. Att gifta samman dessa teorier är inget nytt. Andrew Sawyer skriver som skrivit om detta menar bland annat att lingvisterna som la grunden för diskursteori tillskrev språket en överdriven inflytande i förklarandet av sociala fenomen. Sawyer beskriver vidare hur Bourdieus teori kan anklagas för att vara för determinerande i sättet på vilket den sociala kroppen förutbestämmer individens agerande inom fältet. I sammanförandet av dessa teorier har vi möjlighet att inte falla för vad som kan beskrivas som tanken före kroppen eller den motsatta effekten.⁴² Genom att kombinera perspektiven kan man alltså ge en större nyans i hur modehusens handlingar både påverkas av dess position inom fältet och den rådande diskursen.

Autenticitet, original och kopior

Susan Knaller skriver om autenticitet i modern- och samtida konst i kapitlet "The Ambiguity of the Authentic - Authenticity between Reference, Fictionality and Fake in Modern and Contemporary Art".⁴³ I kapitlet skriver hon om hur autenticitet i förhållande till konsten har förändrats i takt med att konsten har förändrats. Hennes resonemang om sättet på vilket autenticitet har konstruerats inom konsten ger inblick i hur kulturella objekt som konst kan förstås som antingen originell eller plagierad. Knaller landar bland annat i slutsatsen att autenticitet förblir resultatet av en process av ständig intygande. Processen är specifik för sin tid och sin plats och måste utföras om och om igen, utan en

⁴¹ Lantz, 2013. s. 34, s. 70

⁴² Sawyer, A. 2017. "Bourdieu: ally or foe of discourse analysis?" i Wodak, R. and Forchtner, B. (eds) *Handbook on Language and Politics*, London: Routledge ss. 12-14.

⁴³ Knaller, S. 2012. The Ambiguity of the Authentic Authenticity between Reference, Fictionality and Fake in Modern and Contemporary Art. *Paradoxes of Authenticity* (ss. 51-76). Bielefeld: transcript Verlag. Hämtad från: <https://www-degruyter-com.ezp.sub.su.se/view/books/transcript.9783839418192/transcript.9783839418192.51/transcript.9783839418192.51.xml> (2018-04-26)

säkrad garanti.⁴⁴ Maria Mackinney-Valentin och Stina Teilmann-Lock studerar närvaron av ”copy chic” i lyx mode som en flertydig hyllning av den iögonfallande och äktheten. De menar att plagiering i olika former, alltid varit en del av modebranschen och att plagiering idag har blivit en form av upprepning, ”samma men olika”. Plagieringen blir subversiva uttryck för differentiering för att förvirra sociala signaler. Vidare argumenterar författarna att modebranschen påbjuder fashionabel- och icke-fashionabel plagiering. Samt att mode reglerar de olikas förekomst.⁴⁵ Författarnas utgångspunkt i artikeln ligger mycket nära den förståelsen som jag i den här uppsatsen har för fenomenet. De studerar plagiering utifrån ett legalt perspektiv och ett konsumentperspektiv. I den här studien kommer jag inte rikta fokus mot konsumenten utan ”producenten”, alltså modehusen som ligger bakom de designmässiga plagiaten.

Disposition

Analysen har delats upp i tre kapitel. I det första kapitlet ämnar besvara min första frågeställning. Min andra frågeställning i det andra kapitlet och följaktligen den tredje frågeställningen i det tredje kapitlet. I det första kapitlet kommer jag att studera det empiriska materialet som består av fem instagraminlägg. I det andra kapitlet kommer jag analysera det empiriska materialet som utgörs av artiklar från den engelskspråkiga modepressen. I det tredje kapitlet som avslutar analysen avsnittet kommer jag att undersöka vilka diskurser om originalitet och plagiering som kan skönjas i Diet Prada-debatten. Varje kapitel i analysen kommer avslutas med en kortare sammanfattning av de resonemang som har förts i kapitlet. Avslutningsvis följer kapitlet Avslutning där jag återkopplar till det syfte och de frågeställningar som jag inledningsvis satt upp.

⁴⁴Knaller, 2012, s. 71.

⁴⁵ Mackinney-Valentin, M & Teilmann-Lock, S (2014) Copy Chic: Status Representation and Intellectual Property Rights in Contemporary Luxury Fashion, *Luxury*, 1:1,

Analys

Diskursanalys av Diet Pradas instagraminlägg

I följande kapitel kommer jag att analysera fem instagraminlägg som har lagts upp på Instagram av Diet Prada. Utifrån analysen ämnar jag besvara frågeställningen: *Hur beskrivs designmässig plagiering av Diet Prada?* I kapitlet kommer jag att redogöra för de sätt som Diet Prada beskriver designmässig plagiering för att sedan diskutera beskrivningen mer ingående.

Som jag presenterade i inledningen är Diet Prada ett instagramkonto som gjort sig känt för att anklaga modehus för att kopiera redan etablerade uttryck. I bilden som finns på förstasidan kan vi se hur ett typiskt inlägg från kontot kan se ut. I instagraminläggen som analyserats noterades ett återkommande sätt som designmässig plagiering och original presenterades på. I bilderna där Diet Prada påkallar designmässig plagiering jämförs två bilder som klippts ihop. På den vänstra sidan ser vi kreationen som Diet Prada definierar som originalet och på den högra sidan visar de upp den designmässiga plagieringen. I bilderna taggas de modehus som anklagas för designmässig plagiering samt de som står bakom originalen. Detta budskaps förstärks med hjälp av texten där de förtydligar vem det är som designmässigt kopierar vem.⁴⁶ I diskursen om designmässig plagiering som förs utifrån Diet Prada kan vi se hur originalet blir en nodalpunkt för det designplagiatet. Det är utifrån originalet som den designmässiga plagieringen utkristalliseras och erhåller sin betydelse.

Designmässig plagiering utan entydig betydelse

I ett inlägg från den 23 januari 2018 anklagas Dior och dess kreativa ledare Maria Garzia Chiuri för att i sin resort-kollektion 2018 ha plagierat People Tree handgjorda indiska tryck.⁴⁷ I texten får vi kunskap om People Tree som är en Fair Trade-butik och ett kollektiv i Indien. People Trees verksamhet lyfter fram lokala designers och hantverksgrupper. Enligt texten till bilden är mönstret flera decennier gammalt. I de nio bilder som Diet Prada har lagt upp i inlägget är åtta av dessa bilder bestående av två olika bilder som sammansatts. De vänstra bilderna illustrerar mönster som People Tree har skapat. De högra bilderna visar kreationer från Diors resort-kollektion som Diet Prada anklagar för designmässig plagiering. Från Diors kollektion har designmässiga plagiat av People

⁴⁶ Se bilaga 1.0, 2.0, 3.0, 4.0, 5.0

⁴⁷ Se bilaga 4.0, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8

Trees mönster använts på två klänningar, ett par byxor och en hatt.⁴⁸ Dessutom har en av klänningarna från Diors visning använts på omslaget av *Elle* som publiceras i Indien.⁴⁹ Ett liknande exempel uppdragas även i ett inlägg från 24 november 2017. Loewe anklagas för att ha designmässigt plagierat en specifik ecuadoriansk vävningsteknik och mönster. Inlägget består av två bilder. De två bilderna består av sammanklippta bilder från Loewes kollektion inför vår/sommar 2018, med bilder på originella ecuadorianska mönstret och vävnings teknikerna.⁵⁰ I bilaga 2.1, visar den vänstra bilden det traditionellt ecuadorianska mönstret och vävningstekniken och i den högra ser vi en tröja från Loewe med liknande mönster. Texten hjälper till att förklara bildernas ursprung och förtydligar att det är Loewe som anklagas för designmässig plagiering.

Dior och Loewe identifieras inom modediskursen utifrån mästesignifikanten modehus. De bilder som Diet Prada lägger upp där Loewe och Dior är taggade är från modevisningar och en modetidning.⁵¹ Både modepress och modevisningar är nodalpunkter som organiserar diskursen om modefältet.⁵² Modevisningar och modepress definieras delvis utifrån en lokal kontext med tanke på dess fysiska plats. Emellertid har modeindustrin en global spridning och definieras än mer utifrån dess globala parameter. Modeindustrin och det globala identifierar jag som två nodalpunkter som ger den designmässiga kopian dess betydelse. I de bilder som visar upp People Trees mönster och det ecuadorianska mönstret och vävningstekniken är bilderna in-zoomade på materialen utan att visa upp vilken typ av kontext de befann sig i.⁵³ Texterna under inlägget med Dior och People Tree lyder: "[...]People Tree, a fair trade store and collective in India that empowers local designers and handcrafts groups."⁵⁴ Användandet av ord som "local" och "India" förstärker min uppfattning om att originalen kopplas samman med och beskrivs utifrån en lokal kontext. Utifrån inläggen har jag visat på hur originalet kan definieras utifrån en lokal kontext. Medan designmässig plagiering beskrivs utifrån element relaterade till den globala modeindustrin. De blir alltså varandras motsatser.

⁴⁸ Se bilaga 4.3, 4.4, 4.5, 4.7

⁴⁹ Se bilaga 4.1

⁵⁰ @diet_prada, [Diet Prada]. 2017, november 24.

⁵¹ Se bilaga 2.0, 2.1, 4.1, 4.3, 4.4.

⁵² Det kan noteras att modevisningens betydelse är omdiskuterad, bland annat i Robert H. Graham artikel Leader of the Gang: Gosha Rubchinskiy and the Death of the Catwalk ur *Fashion Theory*.

⁵³ Se bilaga 4.0, 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8.

⁵⁴ @diet_prada. [Diet Prada]. 2018, januari 23. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada, (2018-05-15)

I ett inlägg från den 13 oktober 2017 anklagar Diet Prada modeskaparen JW Anderson för att ha plagierat en detalj från en vintage Hermès väska. I inlägget har det bifogats två bilder samt text under. I den första ses väskorna i sin helhet.⁵⁵ De har då taggat den vänstra bilden med Hermès och i den andra bilden har de zoomat in på den detalj som Diet Prada menar att JW Anderson har designmässigt plagierat.⁵⁶ I texten skriver Diet Prada: ”@jw_anderson we love you and want almost everything you make [...], but why did you have to go and rip off a vintage @hermes bag to create your ”signature” Pierce bag collection?”.⁵⁷ Ordet ”vintage” som förekommer i texten blir ett element som beskriver en historisk aspekt i väskan från Hermès. Diet Prada särskiljer Hermès väska från JW Andersons väska utifrån en tidsmässig uppdelning. Jag förstår på så sätt originalet som föregångaren och det designmässiga plagiatet det som följer. Utifrån det kronologiska resonemanget anklagas JW Andersons väska som designmässigt plagiat.

Med samma tidsmässiga argument anklagas Vetements för att ha plagierat Maison Martin Margielas Tabi-skor i sin 2018 höst/vinter kollektion. I inlägget framkommer det med hjälp av bild och text att flera av modellerna under visningen bar skor som Diet Prada menar har starka likheter till de ikoniska skorna. I tre av de fyra bilderna jämförs originalet och det designmässiga plagiatet sida vid sida.⁵⁸ De bifogade bilderna i inläggen består av två bilder som klippts samman till en. I dessa bilder är den högra bilden från visningen från Vetements kollektion. De vänstra är bilderna från Maison Martin Margielas Tabi-skor. Tabi-skon beskrivs i texten ha skapats 1989 av Maison Martin Margiela. Inspirationen bakom skon utgick från den traditionella japanska strumpan, som kan dateras tillbaka till 1500-talet. Tabi-skon beskrivs ha blivit en av modevärldens mest älskade kultobjekt.⁵⁹ Här beskrivs hur originalet, Tabi-skon har historiska referenser. Även inläggen där Diet Prada anklagar Dior för att ha kopierat People Tree knyts originalet samman med historisk referens. People Trees grafiska mönster beskrivs vara flera decennier gammalt⁶⁰ Utifrån dessa inlägg konstrueras ”vintage” och tidsmässiga hänvisningar till nodalpunkter. Nodalpunkterna organiserar de kringliggande tecken som Vetements och Maison Martin Margiela inom diskursen.

Det designmässiga plagiatet beskrivs till skillnad från originalet delvis utifrån en modemässig och

⁵⁵ Se bilaga 1.0

⁵⁶ Se bilaga 1.0, 1.1

⁵⁷ @diet_prada. [Diet Prada]. 2017, okt 13.

⁵⁸ Se Bilaga 3.0, 3.1, 3.2

⁵⁹ @diet_prada. [Diet Prada]. 2018, jan 20.

⁶⁰ @diet_prada. [Diet Prada]. 2018, jan 23.

global kontext samt utifrån en tidsmässig uppdelning där det designmässiga plagiatet är det som följer originalet. I inläggen där Hermès och Vetements visas bilder på originalet i forma av produktbilder (produkten är i fokus med enfärgad bakgrund) samt när personer bär produkten på gatan och på catwalken. Utifrån mina resonemang förstärker det min förståelse för att den designmässiga kopians betydelse konstrueras utifrån en global kontext. Detta eftersom att bilderna kan knytas samman med typiska tecken för modeindustrin. Det designmässiga plagiatet ordnas efter kontemporära, modemässiga och globala nodalpunkter i inläggen.

Diet Prada har i vissa inlägg framhållit originalets tidsmässiga position och i andra dess lokala koppling. Dock går inte någon av dessa beskrivningar att återfinnas i det femte inlägget när Diet Prada anklagar Burberry för designmässig plagiering. Den första mars blir Burberry och modehusets kreativa ledare Christopher Bailey utsatt för Diet Pradas kritiska öga. I inlägget jämförs Christopher Baileys sista kollektion för Burberry, med kreaturer från andra modehus som; Versace, Balenciaga, Celiné, Louis Vuitton, Gucci och Prada. Inlägget innehåller allt som allt tio bilder från Burberrys senaste visning. Bilder från Burberrys visning har klippts samman med bilder från de andra märkenas kreaturer. I åtta av de tio bilderna är bilder från Burberry-visningen positionerad till höger om originalet men i två av bilderna är de positionerade under de originalet.⁶¹I dessa två bilder är den övre bilden definierad som originalen och de undre de designmässiga plagiaten. Utifrån bilderna som är bifogade i inlägget kunde jag uttyda vad som är originalet och vad som är plagiat utifrån bildkompositionen. Den diskursiva konstruktionen av originalet och den designmässiga kopian resonerade inte med de nodalpunkter som jag identifierat i de tidigare inläggen. Bildkompositionen, där den designmässiga kopian står till höger om eller under originalet, var det enda som resonerade med sättet på vilket det designmässiga plagiatet erhöill betydelse i de andra inläggen.

Diet Pradas beskrivning av den designmässiga plagieringen blir tydlig i sättet som de använder sig av bildkompositionen för att förstärka uppdelningen. Vidare kunde jag notera hur originalet definieras utifrån flera olika nodalpunkter, men som inte används konsekvent i diskursen. Det medför att det designmässiga plagiatet inte heller beskrivs på ett konsekvent vis. Utifrån diskursteorin kan vi förstå hur originalet delvis tjänar som ett sätt att organisera diskursen om designmässig plagiering på Diet Pradas instagram-konto. Originalen tillskrivs olika betydelser i förhållande till olika diskurser vilket vi

⁶¹Se bilaga 5.5, 5.6.

har kunnat se i inläggen. Diskurser med inslag av historiska och lokala referenser påkallades i flera av inläggen men inte på ett återkommande sätt. Genom att dekonstruera uppdelningen har jag kunnat visa på hur diskursen om designmässig plagiering utifrån Diet Prada inte har någon entydig betydelse. Bildkompositionen kan dock förstås som en hegemonisk invention. Den hegemoniska inventionen blir Diet Pradas strävan efter att återupprätta en entydighet i uppdelningen mellan designplagiat och originalet inom diskursen om designmässig plagiering.

Designmässig plagiering och originalet

I diskursen om designmässig plagiering utifrån Diet Pradas instagraminlägg visas den designmässiga kopian och originalet utifrån olika diskurser om originalitet och designmässig plagiering. Baudrillard menar att i det hyperreella samhället har simulationer av verkligheten förskingrat all koppling till verkligheten. Det som en gång kunde förstås som verkligt har bytts ut till tecken som representerar verkligheten. Tecknet har i sin tur bytts mot kopior av dessa tecken och tillslut resulterat i ett tecken som helt och hållet saknar koppling till verkligheten.⁶² När Diet Prada upprepar bildkompositionen i inläggen kopplas bildernas position till deras roll som original och plagiat. Bildkompositionen skapar tecken eller rättare sagt simulacrum. Dessa tecken reproduceras i alla inlägg, men definieras på olika sätt. I den hyperreella verkligheten ser vi på de två bilderna sida vid sida och säger att bilden till höger är original och bilden till vänster är designplagiatet. Detta utan att studera huruvida originalet faktiskt skulle vara ett original eller inte. Jag menar därför att tecknet bli viktigare än den verklighet som bilden faktiskt visar upp. Detta förutsätter att uppfattningen om vad verkligheten någonsin skulle kunna ha varit är förskingrad.

I Baudrillard förståelse för det postmoderna samhället går verkligheten endast att spåra i den mängden myter av ursprung och tecken på verkligheten vilket tar sin form i en uppsjö av sanning, sekundär objektivitet och autenticitet. Avsaknaden av det verkliga leder till en intensifiering av det sanna, den levda erfarenheten och återuppståndelsen av det figurativa där både objekt och substans har försvunnit. Här menar Baudrillard att en panikslagen produktion av det verkliga och det refererande uppstår. Samtidigt som en liknande, men än större utveckling sker i paniken av materiell produktion.⁶³ Diet Pradas diskurs om originalet och den designmässiga kopian kan på så sätt förstås som en postmodern

⁶² Baudrillard, 1994. ss. 1–3

⁶³ Baudrillard 1994. s. 7, 23

avsaknad av verklighet. Diet Pradas uppdelning blir en strävan efter att visa upp och ge skenet av att det finns en verklighet. Men eftersom att verkligheten inte går att finna blir det bara en reproduktion av tecken för vad som skulle kunna vara det verkliga originalet och den verkliga designmässiga kopian. Den materiella produktionen av kläder och mode blir en produktion av referenser till verkligheten. En verklighet utan mening som måste skapa mening i sig själv. För Baudrillard blir mode därför, självrefererande och på så sätt utan mening förutom den mening som den producerar i sig själv.⁶⁴ Diet Pradas diskurs om designmässig plagiering kan på så sätt förstås som en produkt av modeproduktionens avsaknad av verklighet och självproducerad mening. Den självrefererande tendensen går att spåra i sättet som Diet Prada definierar det designmässiga plagiatet utifrån originalet. Originalen är ett endast ett annat plagg, ett annat tecken utan mening. Uppdelningen mellan original och designmässig plagiering är på så sätt en självuppfyllande uppdelning.

För att vidare förstå hur tecken kopplade till designmässig plagiering kan tjäna som meningsskapande inom modebranschen kan vi studera ett utav Baudrillards exempel för det hyperreella. Vi ser Disneyland som en imaginär värld, och kan på så sätt säga att det som finns inne på Disneyland inte är verkligt utan en fantasivärld. Fantasivärlden står i kontrast till allt som finns runtomkring, ergo resten av USA. Här menar Baudrillard att Disneyland endast tjänar som en inbillning. Disneyland får oss att tro att allt runt omkring; de parker, vägar och den civilisation som omger denna fantasivärld är verklig. Men faktumet är att inget är verkligt utan endast reproduktioner och tecken på vår inbillning om verkligheten.⁶⁵ När Diet Prada utnämner vissa produkter som designmässiga plagiat blir det en chimär för det faktum att allt är designmässiga plagiat. Produktionen av mode och kläder inom modets fält erhåller inte mening i sig själv utan är en reproduktion av tecken för det verkliga. Det medför att vi inte kan spåra någon verklighet i Diet Pradas definition av originalitet och designmässig plagiering. Diskursen som designmässig plagiering utifrån Diet Prada blir ett Disneyland, en inbillning om att det går att återfinna verklig originalitet inom modebranschen.

Sammanfattningsvis kan vi se hur beskrivningen av designmässig plagiering formas efter olika element inom diskursen. Det finns inget entydigt sätt på vilket det designmässiga plagiatet beskrivs. Bildkompositionen är det återkommande sätt som definiera designmässig plagiering i diskursen.

⁶⁴ Baudrillard 1993. s.90

⁶⁵ Baudrillard, 1994 ss. 12–13

Utifrån Baudrillard kan vi förstå det som att Diet Prada beskriver som designmässiga plagiatet som tecken. Beskrivningen av designplagiatet som tecken relaterar inte till de övriga beskrivningar som kunnat uttydas från instagraminläggen. På så sätt ser jag hur tecknet blir en hegemonisk invention som ämnar att skapa entydighet i diskursen. Diskursen om designmässig plagiering förstås som ett sätt att ge skenet av att det går att finna en verklig originalitet inom modebranschen. Men utifrån Baudrillard kan vi förstå att detta endast är en förvirring av faktumet att modebranschen endast består av simulacrum och simulationer. I den samtida modebranschen har tecknet och symbolen en betydande roll. I det här avsnittet har jag visat på hur Diet Prada genom hegemoniska inventioner definierar designmässig plagiering som ett tecken. Dock med avsaknad av entydighet i diskursen. Jag ser därför att vi måste undersöka symbolernas relation till den övriga diskursen för att förstå dess faktiska innebörd och betydelser. Detta gäller inte i modebranschen utan bör eftersträvas på alla de platser där symboler och tecken florerar.

Diskursanalys av engelskspråkig modepress

I det här analyskapitlet ämnar jag besvara frågeställningen: *Hur har Diet Pradas verksamhet mottagits i engelskspråkig modepress?* I analysen ligger det sju artiklar ur modepress som grund. I kapitlet kommer jag att lyfta de teman som jag identifierade för att besvara min frågeställning. Avslutningsvis kommer en kortare sammanfattning av de resonemang och argument som lyfts i kapitlet.

Modehus, förväntningar och designmässig plagiering

[The Cut:] Why do you feel it's important to callout comparisons today?

[Diet Prada:] Because it's unfortunate when genuine creativity is reduced to a lame knockoff. We're not talking about the fast-fashion giants whose business model is exactly that. We're talking about the designers and brands that are in a position to do something new, but choose to take the easy route by "designing" what they know is already cool or sells.⁶⁶

Citatet är från en intervju med Diet Prada ur *The Cut* från den 6e oktober 2017. I intervjun undrar författaren varför Diet Prada tycker att det är viktigt att påkalla designmässig plagiering. I svaret kan vi se hur de beskriver de hur modeskapare och märken som erhåller en viss position tillskrivs förväntningar om att skapa något som är "nytt". Detta till skillnad från snabbmodeföretag vars affärsmodell, de menar går ut på att imitera andra. För att förstå vad som förväntas av modehus kan vi se till Bourdieus förståelse för modefältet utifrån en hierarkisk ordning där modehus och

⁶⁶ Petrarca, 2017

modeskapare rangordnas efter det symboliska kapital de erhåller inom modets fält. Att erhålla symboliskt kapital och på så sätt erhålla den exklusiva makten att utgöra och bestämma de legitima och distingerande symboler är det som skapar en kamp mellan fältets aktörer.⁶⁷ Modehus som har mycket symboliskt kapital förväntas därför sträva efter att ge sin egen tolkning på omvärlden. Ju mer unik och egen tolkningen (och på så sätt skild från andras), desto mer statusfylld.⁶⁸ I den här uppsatsen är mitt fokus riktat på modehus som har en större mängd symboliskt kapital. Det som jag med hjälp utav citatet har synliggjort är att de förväntningar som Diet Prada beskriver, vilket resonerar med de som Bourdieu synliggör i sin teori om modebranschen som socialt fält. När Diet Prada anklagar modehus som Gucci, Versace och JW Anderson för designmässig plagiering går de emot de förväntningar som finns på dem. Med hjälp av Bourdieus teorier kan vi delvis förstå vad det är som har gjort att modepressen rapporterar om Diet Pradas verksamhet. Deras agerande synliggör hur modehus agerar på ett sätt som inte är förväntat av dem.

Den engelskspråkiga pressen som rapporterar om mode ämnar inte ge skenet av att förväntningarna uppfylls. I artikeln beskrivs Loewe ha designmässigt kopierat Hermès design. Vidare beskrivs det hur Coach, i sin tur har designmässigt kopierat Loewes väska.⁶⁹ På samma kedjemässiga vis beskrivs designmässig plagiering även i artikeln från *Nylon*: ”*A scroll through the feed will show how copying is rather rampant in fashion. @Diet_Prada points out that Alexandre Vauthier has raided the Yves Saint Laurent archives, Yves Saint Laurent’s Anthony Vaccarello more than borrowed from Tom Ford, and Tom Ford replicated this key Balenciaga look. It’s almost like a cyclical copying motion.*”⁷⁰ Citatet är hämtat från *Nylon* är en är en multimedia-plattform som fokuserar på populärkultur och mode. I citatet ovan, som är hämtad från artikeln i *Nylon*, samt i artikeln från i *Financial Times* rapporteras den designmässiga plagieringen som ett fenomen som berör flera stora modehus på ett kedjeliknande sätt och på så sätt som ett fenomen berör flera modehus inom fältet.

Detta blir framförallt tydligt i fallet med Gucci som kopierade den kända designern Dapper Dan som var verksam under 80-talet i Harlem, men även när modehuset Victor och Rolf designmässigt kopierar en Parsons student som skickat in sin portfolio i ansökan om praktikplats. I *Nylon* beskriver de ett fall

⁶⁷ Bourdieu, 1993. s. 101

⁶⁸ Lantz, 2013. s.184

⁶⁹ Stoppard, 2017

⁷⁰ Meisel, 2017

där Diet Prada uppmärksammade hur modehuset Victor och Rolf i sin couture visning hade modeller som bar stora dockhuvuden. I intervjun framgår det att Diet Prada menade att de hade fått sin inspiration från en student på den väletablerade modeskolan Parson, som två månader tidigare hade skickat in sin portfolio till modehuset. I portfolio fanns ett fåtal bilder av modeller med dockor som modeller. *Nylon* beskriver hur dessa var näst intill identiska de som visades på modevisningen och hur likheterna inte kunde förbises.⁷¹ Utifrån följande exempel kan vi se hur designmässig plagiering även sträcker sig bakåt i tiden och nedåt i den hierarkiska ordningen som fältet ställer upp. Den designmässiga plagieringen skrivs alltså inte fram som driven av en strävan efter att efterlikna de ledande modehusen. I de sju artiklar som ligger till grund för studien nämns endast två modehus som anklagas för designmässig plagiering, flera än en gång. Gucci nämns i två av artiklarna. I både *Financial Times* och *i-D* skriver de om fallet när Gucci designmässigt plagierade Dapper Dan.⁷² Yves Saint Laurent beskrivs ha designmässigt kopierat Tom Ford, vilket de skriver om i *Nylon* och i *Financial Times* beskriver de hur Yves Saint Laurent designmässigt kopierade Isabel Marant.⁷³ *Hey Woman!* Och *i-D* återberättar även de om anklaganden som Diet Prada utfärdar på instagram och i artikeln från *Man Repeller*, *The Cut*, *Hey Woman!*, *Nylon* och *i-D* har även Diet Pradas instagraminlägg bifogats. Utifrån artiklarna ser jag hur diskursen om designmässig plagiering utifrån Diet Pradas lyfts i den engelskspråkiga modepressen. De återberättar då de anklagande som Diet Pradas verksamhet har utfärdat. Detta förstår jag som att den engelskspråkiga modepressen reproducerar Diet Pradas diskurs om designmässig plagiering samt deras arbete. Diskursteorins förståelse för diskursen som ett bestämt sätt att tala om och förstå världen synliggör att när diskursen sprids i engelskspråkig modepress bidrar detta till spridandet av diskursen. På så sätt sprids sättet på vilket diskursen förstår världen. Diet Pradas diskurs om designmässig plagiering kopplar samman stora modehus verksamhet med designmässig plagiering. Spridningen av den artikulationen bryter mot förväntningarna på modehus, som jag beskrev inledningsvis. Utifrån detta menar jag att den engelskspråkiga modepressen reproducerar förståelsen för att modehus inte strävar efter att skapa egna och unika kreationer i och med att de kopplas samman med designmässig plagiering.

⁷¹ Meisel, 2017

⁷² Stoppard, 2017. Se även Wheeler, 2017

⁷³ Stoppard, 2017. Se även Meisel, 2017.

Designmässig plagiering och ekonomiska intressen

[*The Cut*.:] How would you define the difference between an homage, copy, and cultural appropriation?

We [Diet Prada] feel that to be an homage it needs to come from a place of love, and better if they credit the inspiration. Copies generally have a commercial air around them; you know they did that screen tee or puffy sleeve dress because they saw other brands having success with it and they want to cash in too.⁷⁴

Citatet är hämtat ur en intervju med *The Cut* där Diet Prada får frågan om vad skillnaden mellan designmässig plagiering, hommage och kulturell appropriering. I fem av de sju artiklar som har analyserats beskrivs plagiering som skild från andra inspirerade praktiker.⁷⁵ I artiklarna eftersöks en definition av den designmässig plagiering som Diet Prada anklagar modehus för. I diskursen om designmässig plagiering kan praktiker som inspiration, hommage och kulturell appropriering beskrivas tillhöra det diskursiva fältet. Inom det diskursiva fältet återfinns den mening som designmässig plagiering har eller har haft inom andra diskurser men som är exkluderade inom den specifika diskursen för att skapa en entydig mening.⁷⁶ När hommage, inspiration och kulturell appropriering lyfts i förhållande till designmässig plagiering fungerar det som ett sätt att definiera sättet på vilket designmässig plagiering innehar en egen och entydig betydelse.

I artikeln från *Paper Magazine* beskriver författaren Justin Moran hur Diet Pradas beslut om att belysa problem inom modebranschen görs utifrån en noggrann process som grundar sig i utbildning. *Paper Magazine* ett oberoende, New York baserat magasin som fokuserar på mode, populärkultur, konst, musik och film. Moran beskriver även hur Diet Prada erkänner att det finns en linje mellan vad som är ett uppenbart plagiat och en finkänslig referens. När Diet Prada uppmärksammar designmässig plagiering av andra företags framgångsrika designs eller företagsmodeller som drivs av ekonomiska vinstintressen, måste de avslöjas.⁷⁷ Flera av artiklarna söker efter en uppdelning mellan vad Diet Prada definierar som inspiration, hommage och designplagiat. Det återkommande sättet på vilket uppdelningen beskrivs är genom att referera till avsikten bakom kreationen. I magasinet *i-D* som dokumenterar mode och samtidskultur, beskriver de hur det är okej att inspireras av vintage kreationer

⁷⁴ Petrarca, 2017.

⁷⁵ Diamond, 2017. Se även Abeltshauser, 2017.

⁷⁶ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s.55

⁷⁷ Moran, 2018

vilket också lyfts fram i artikeln från mediaföretaget *Man Repeller*.⁷⁸ När det kommer till frågan om vad som skiljer homage från designplagiat, lyfter både artikeln från *The Cut* och *Hey Woman!* att avsikten ska vara kopplad till en kärlek till inspirationens källa som kan rättfärdigas genom att källan till inspirationen krediteras.⁷⁹ I diskursen kan vi se hur inspirationsmässiga praktiker som homage ses som en naturlig del av hur modehus arbetar. Mackinney-Valentin och Teilmann-Lock belyser att det inom modebranschen finns fashionabel- och icke-fashionabel plagiering.⁸⁰ Här kan vi tydligt se hur vissa plagierings liknande aktiviteter ingår som en naturlig del av mode-diskursen. Detsamma kan inte sägas om designmässig plagiering.

Avsikten bakom det designmässiga plagiatet beskrivs i flertalet artiklar som relaterat till ekonomiska strategier. Alltså som en vilja att tjäna pengar på någon annans verk.⁸¹ Detta synliggörs bland annat i det citat som inleder stycket. Utifrån artiklarna ser jag att de ifrågasätter hur Diet Prada skiljer den designmässiga plagieringen från inspirationsrelaterat arbete. Vidare ser jag dock inte att de ifrågasätter något av de anklaganden som Diet Prada utfärdat på sitt konto eller motiven bakom. Istället kan modepressen förstås reproducera Diet Pradas verksamhet utan att själva anklaga modehus. De reproducerar på så sätt även diskursen om designmässig plagiering som erhåller en specifik betydelse i förhållande till Diet Prada. Hur kan modepressen mottagande förstås utifrån modefältet fältets struktur?

Modebranschens ekonomiska sida är något som Bourdieu kommer in på i kapitlet ”Produktionen av tro”, det som han bland annat benämner som oärlighetens ekonomi. Det symboliska värdet som positionerar modehusen utifrån fältet är centrala i skapandet av ekonomiska vinster. Omvandlandet av symboliskt värde till ekonomisk vinst beskriver Bourdieu som en operation som definieras utifrån fältets doxa. Modeskapare och modehus har genom signaturens magi och sitt symboliska kapital möjlighet att konsekra objekt och på så sätt dra hem ekonomiska vinster. Han menar att inom oärlighetens ekonomi skapas värde med hjälp av flera processer och flera aktörer. I produktionen och reproduktionen av det symboliska värdet spelar aktörer som stylist, branschfolk, inköpare och modepress en viktig roll i produktionen av det symboliska värdet.⁸² Vad modepressen skriver om

⁷⁸ Wheeler, A. 2017 Se även Diamond, 2017

⁷⁹ Petrarca, 2017

⁸⁰ Mackinney-Valentin & Teilmann-Lock, 2014, s.94

⁸¹ Wheeler, 2017 Se även Petrarca, 2017, Moran, 2018, Abeltshauser, 2017

⁸² Bourdieu, 1993, ss. 156–158.

modehusen får alltså konsekvenser för deras möjlighet att kapitalisera på deras symboliska kapital. Bourdieu menar vidare att producenten och mellanhänderna alltid bör sträva efter att ge skenet av inte eftersträva ekonomiska vinster, då en grundregel för produktionen av tro på det symboliska värdet är förnekandet av ekonomiska intressen. Detta bygger inte på en ideologisk maskering eller total avvisande av ekonomiska intressen utan är ett ackumulerat sätt, på vilket produktionen om tro på det symboliska värdet och på så sätt även fältets struktur skapas. Det är på så sätt som aktörerna inom fältet kan skörda ekonomisk vinst av det symboliska kapitalet. Alltså genom att rätta sig efter de ekonomiska strukturer som finns inbyggda inom fältet.⁸³ När engelskspråkig modepress artikulerar tydliga samband mellan designmässig plagiering och ekonomiska intressen i artiklar om Diet Prada artikuleras modehusens ekonomiska intresse och drivkraft. Diskursen kopplar alltså samman ekonomiska intressen och vinster med designmässig kopiering. Detta undanröjer det ständiga ekonomiska förnekandet och avslöjar fältets undangömda intressen. Modepressen som producenter bryter mot de överenskommelserna som utgör fältets struktur. Detta motverkar sättet på vilket symboliskt kapital kan omvandlas till ekonomiska vinster.

Designmässig plagiering och snabbmodeföretag

I intervjun med *Man Repeller* besvarar Diet Prada frågan om var gränsen går mellan plagiering och inspiration genom att lyfta snabb-modeföretag. De menar att dessa företag använder sig av plagiering av redan existerande produkter i sin affärsmodell, alltså som ett sätt att tjäna pengar.⁸⁴ Utifrån Diet Prada kan vi förstå det att snabbmodeföretag, som har mycket lågt symboliskt värde inom modets fält designmässigt kopierar de stora modehusens kreationer och kan då erbjuda sina kunder kläder som efterliknar de med högre modegrad till ett betydligt lägre pris.⁸⁵ Här kan vi tydligt se hur designmässig plagiering knyts samman med ekonomiska intressen men inom en annan del av modefältet, en del där designmässig plagiering är etablerad. I artikeln från *Paper Magazine* kan vi också se hur designmässig plagiering artikuleras i förhållande till snabbmodeföretag som försöker kränga den senaste trenden. Att vissa snabbmodeföretag praktiserar designmässig plagiering i mer eller mindre utsträckning är ett moment inom diskursen om designmässig plagiering som är given och på så sätt hegemonisk. När

⁸³ Bourdieu, 1993, ss. 156–158.

⁸⁴ Diamond, 2017.

⁸⁵ Alla snabbmodeföretag arbetar idag inte utifrån en affärsmodell där de kopierar större modehus kreationer. H&M och Topshop är två av de snabbmodeföretag som idag använder sig av designteam. Detta till skillnad från Forever 21 som förlitar sig på förläggare och agenter som kopierar uttryck från de senaste visningarna. Det går att läsa mer om detta i boken *Trendmakarna* av Jenny Lantz (2013).

den engelskspråkiga modepressen som skriver om Diet Prada beskriver hur modehus designmässigt kopierar andra modehus artikuleras en koppling mellan snabbmodeföretag och modehus. Snabbmodeföretag inom diskursen anses vara drivna av ekonomiska intressen. Likt artikulationen mellan designmässig plagiering och ekonomiska vinster manipulerar diskursen sättet som vi förstår modehus inom diskursen om designmässig plagiering.

Pierre Bourdieu menar att förhållningsättet till ekonomi är det som skiljer de kommersiella företagen från de kulturella. De kommersiella eftersträvar full ekonomisk vinst och de kulturella kämpar, enligt dem, för att ackumulera kulturell vinst.⁸⁶ Utifrån diskursen om designmässig plagiering och Bourdieus teori synliggörs hur modehusen kan kategoriseras mer som kulturella företag än kommersiella i förhållande till snabbmodeföretag som är mer kommersiella. Utifrån Bourdieus förståelse för hur symboliskt kapital kan omformuleras till ekonomiska vinster kan vi se hur det är viktigt att pointera att det är utifrån de stora modehusen som de snarare beskrivs eftersträva kulturell vinst. Modehusen liksom snabbmodeföretagen har båda ekonomiska intressen, men utifrån modéfältets struktur kan vi se hur modehusens ekonomiska intressen förnekas. Vidare kan vi, utifrån Bourdieu, se hur motsättningen mellan kommersiella- och kulturella företag, fullständigt täcks av motsättningen mellan riktigt mode och kommersiellt.⁸⁷ Resonemanget följer sättet på vilket den engelskspråkiga modepressen beskriver snabbmodeföretag som ekonomiskt drivna. När snabbmodeföretag designmässigt kopierar är det därför inget nytt, då deras position som kommersiella snarare än kulturella inom fältet inte ställer några sådana förväntningar, utan kommersiella strategier är för dem naturliga inom diskursen. När stora modehus som förväntas producera mode av en högre grad inom modets fält, beskrivs anamma kommersiella strategier för att öka ekonomisk vinst, skapas antagonism. Ergo, en kamp mellan modehus som producenter av distingerande symboler eller designmässigt kopierande, som sökande av kulturella värden eller ekonomiska vinster. Kampen om modehusens uttalade motiv och ställning kan utifrån resonemanget ovan, leda till ifrågasättande av modehusens position och legitimitet inom *fältet*.

Utifrån artiklarna visade jag på hur diskursen om designmässig plagiering utifrån Diet Prada artikulera samband mellan ekonomiska intressen och designmässig plagiering. Detta genom att designmässig plagiering beskrivs vara motiverad av ekonomiska intressen. Samt att designmässig

⁸⁶ Bourdieu, 1993, s. 169

⁸⁷ Bourdieu, 1993, s. 169

kopiering i diskursen artikuleras som en naturlig del av snabbmodeföretagens verksamhet. När modepressen artikulera sambanden mellan ekonomiska intressen och designmässig plagiering ifrågasätter det delvis modehusens strävan efter att påbjuda legitima symboler inom modebranschen. Vidare ifrågasätts även modepressens funktion som förnekande av modehusens ekonomiska intressen. I det här kapitlet har jag alltså visat på hur modepressen mottar Diet Pradas verksamhet genom att ifrågasätta hur Diet Prada definierar designmässig plagiering, dock utan att ifrågasätta den verksamhet som Diet Prada bedriver. Den engelskspråkiga modepressen kan på så sätt ses reproducera Diet Pradas verksamhet och deras diskurs om designmässig plagiering. Samt omforma diskursen om designmässig plagiering genom att koppla in ekonomiska element. Mottagandet kan utifrån Bourdieus teorier förstås som ett ifrågasättande av fältets struktur, modehusens roll som skapare av distingerande symboler samt modepressens roll som samproducenter av modehusens modekapital där av även fältets struktur och logik.

Vad som bör noteras i detta kapitel är att Bourdieus teorier om modebranschen lades fram för 25 år sedan och har sedan dess har branschen undgått märkbar förändring. På så sätt kan min användning av Bourdieus teorier ifrågasättas i studier av modebranschens struktur och ordning. I Lantz forskning om trendbyråer och smakskapare visar hon på hur Bourdieus teorier ännu är relevanta i modevetenskaplig forskning.

Original, plagiat och kreativitet – vilka diskurser kan skönjas

I följande kapitel kommer jag att undersöka vilka diskurser om originalitet, plagiering och kreativ integritet som återfinns inom Diet Prada-debatten och på så sätt besvara min tredje frågeställning som lyder: *Vilka diskurser kring originalitet och plagiat kan skönjas i Diet Prada-debatten?*

Diskursen om designmässig plagiering utifrån Diet Prada synliggör en form av designmässig plagiering som finns inom modebranschen. Inom modebranschen har det alltid funnits olika former av plagiering, vilket Mackinney-Valentin och Teilmann-Lock lyfter fram. Plagiering ligger i själva modets natur och går att återfinna inom de flesta delar av modebranschen.⁸⁸ Diskursen om

⁸⁸ Mackinney-Valentin & Teilmann-Lock, 2014, s.94

designmässig plagiering som Diet Prada för samt den som modepressen plockar upp och reproducerar är alltså inget nytt. I den här uppsatsen har jag endast tittat på ett avgränsat utsnitt av fenomenet plagiering inom modebranschen. På så sätt kan mina resultat inte göras generaliserbara för fenomenet plagiering inom hela modebranschen. Som jag visade på i det andra kapitlet behandlas uppfattas olika former av plagiering på olika sätt inom modediskursen. Hur olika former av plagiering förstås beror på hur modediskursen är konstruerad samt alla diskurser runtomkring. Diskursen som har studerats i den här uppsatsen synliggör dock ett av de sätt som vi idag ser på och förstår designmässig plagiering.

I Diet Pradas uttalanden har flertalet diskurser kopplats in i framskrivandet av vad som kan tolkas som original och plagiering. I det första analyskapitlet kunde vi skönja tecken på en definition av originalet som relaterar till en tidsmässig uppdelning mellan originalet och det designmässiga plagiatet. Knaller lyfter fram Umberto Ecos förståelse för den moderna kulturens antagande kring hur autenticitet skapas. Originaliteten erhålls genom historiska referenser och författarens originalitet. Tillskrivandet av autenticitet med hjälp av historiska referenser och påvisande av författarens originalitet kan tjäna som ett sätt att markera originalets förtur i förhållande till kopian.⁸⁹ I inläggen kunde vi se hur originalet, bilden till vänster, beskrivs utifrån historiska referenser och definieras utifrån en tidsmässig jämförelse. Diskursen som Knaller beskriver ligger på så sätt i linje med sättet som Diet Prada rättfärdigar originalet. Den tidsmässiga uppdelningen mellan ett original och designmässigt plagiat har dock ifrågasatts. Knaller belyser detta genom ett exempel: "... Borges's *Pierre Menard*, who copies *Don Quixote* word for word and yet creates a work that stands on its own and can no longer be confused with Cervantes's because space and time, that is, reception and context, grant the text in each case its own identity."⁹⁰ Poängen som Knaller för fram här är att den artistiska karaktären i Menards verk ligger i konceptuella aspekter snarare än i materiella. På så sätt kan det designmässiga plagiatet erhålla egen originalitet vilket visat i citatet ovan. Detta gör att designplagiatet alltså inte går att återfinna i motsättningen mellan autenticitet och reproduktion. Detta motsäger den definition av originalet som Diet Prada skriver fram. Vidare kan vi förstå Knallers exempel som en diskurs där det designmässiga plagiatet ses bli ett sätt att utveckla originalet, då den i högre grad relaterar till den verklighet vi ser runtomkring oss. Liknande tendenser kan även skönjas i artikeln skriven av Mackinney-Valentin och Teilmann-Lock. I deras studie tittar de på hur en shoppingväska i plast som florerat på gatorna i flera stora städer plockats upp och plagieras av stora

⁸⁹ Knaller, 2012, s.59

⁹⁰ Knaller, 2012, ss. 62–63

modeföretag Louis Vuitton och Kate Spade. I artikeln menar hon att det designmässiga plagiatet erhåller en egen funktion inom modebranschen. Väskan blir som en social valuta, en iögonfallande oäkthet. Det blir ett subversivt uttryck för differentiering, för att förvirra sociala signaler, ändock ett tecken på bärarens sociala status.⁹¹ Den oäkta väskan erhåller en plats inom modebranschen som ett original då den kan förstås som distingerande. Detta resonerar med det sättet som Knaller beskriver hur den oäkta varan kan erhålla originalitet i sig själv.

Raustiala och Sprigman har en annan ingång till förståelsen för sättet på vilket den designmässiga definieras då de tituleras som juridiska professorer. Utifrån deras syn på designmässig plagiering kan vi se hur de instämmer i resonemanget om att designmässig plagiering kan tjäna som ett sätt att skapa innovation.⁹² I diskursen om designmässig plagiering utifrån Diet Prada kan vi inte se något ifrågasättande av successionen på det designmässiga plagiatet och originalet, heller inget som talar för att ett designmässigt plagiat skulle ha några positiva konnotationer på så sätt att den skulle gagna innovationen.

I inlägget där Vetements anklagas för att ha designmässigt kopierat Margielas Tabi-skorna från 80-talet, visade jag hur originaliteten definierades utifrån historiska referenser utan även skaparens originalitet. I stycket ovan lyfte jag Knallers resonemang om hur originalet kunde erhålla originalitet genom skaparens originalitet. Inte på så sätt att originaliteten ligger i det fysiska skapandet men i upphovsman till kreationen. Detta kunde skönjas i sättet på vilket modepressen delade upp designmässig plagiering och original. I flera av Instagraminläggen lyfts modeskaparna bakom modehusen när Diet Prada utfärdar sina anklagelser.⁹³ Artikulationen mellan skaparna bakom modehuset och den designmässiga plagieringen öppnar upp för ett ifrågasättande av förhållandet mellan modehus och deras skapare. Modeskaparna bakom flera av de stora modehusen är idag inte de samma som de som en gång skapade dem. Några av de modehus som har lyfts fram i den här uppsatsen är bland annat Gucci, Yves Saint Laurent, Loewe och Hermès. I de anklaganden om designmässig plagiering från Diet Prada och i modepress har modeskaparen bakom huset lyfts fram. Knaller beskriver hur diskursen om originalet som certifierat utifrån skaparens originalitet bygger på ett

⁹¹ Mackinney-Valentin & Teilmann-Lock, 2014, s.94

⁹² Sprigman, C. J., & Raustiala, K. u.å. ss. 21–22, 56.

⁹³ @diet_prada. [Diet Prada]. 2018, jan 23. Se även, @diet_prada. [Diet Prada]. 2018, jan 20 , @diet_prada. [Diet Prada]. 2018, mars 1.

antagande om att skaparens möjlighet att skapa en unik signatur som kan kännas igen av experter.⁹⁴ Modehusens och modeskaparnas signatur är inte singular eller unik utan är reproducerbar. De kreaturer som kan förstås som singulara är i så fall de Haute Couture-kreationer som skapas för hand. Inte ens dessa är skapade med garantin om att modeskaparen står bakom hela kreationens skapelse då mycket av hantverket skapas av andra anställda på modehusegt. De modehus som har legat i fokus för den här uppsatsen kan det konstateras att skaparens signatur inte är singular. Framförallt inte i de fall där modehuset lämnats över till andra modeskapare än de som startade upp dem. Modeskapare som arbetar under en annan signatur en deras egen har på så sätt aldrig någon möjlighet att skapa något singulart enligt den diskursen om originalitet.

I instagraminläggen kunde jag inte uttyda ett entydigt sätt på vilket designmässig plagiering definierades. Detta kan precis som jag visade på, förstås som att diskursen är fragmenterad. Knaller skriver om uppdelningen mellan ett original och ett designmässigt plagiat och menar att om vi förutsätter att mode är icke reproducerbar och singular, söker vi originalets autenticitet i det sanna.⁹⁵ Vilket medför att vi enkelt kan definiera det falska i den falska utan att kunna redogöra för det originella i originalet. Men sanningen är inte faktisk eller exakt, utan är i stora drag gissningsvis.⁹⁶ I diskursen om originalet kan vi alltså inte eftersöka en faktisk sanning, vilket ligger i linje med Baudrillard's teorier. Vi kan endast finna gissningsvisa sanningar, eller rättare sagt diskursivt konstruerade sanningar som är kontingent. Utifrån min studie om hur Diet Prada beskriver designmässig plagiering har jag kunnat visa hur designplagiering erhåller sin betydelse utifrån flera diskurser. Bland annat genom den bildkomposition som jag menar kan ses som en hegemonisk intervention. Knaller landar i sitt kapitel i en förståelse för autenticitet som skapad i en ständig process av certifiering, där processen är beroende av de platser och den tid som vi befinner oss i.⁹⁷ De diskurser om originalitet och plagiering som återfinns i Diet Prada-debatten kan på så sätt förstås relatera till den samtid diskursen befinner sig i och på så sätt även det fält diskursen återfinns inom. Diskursen om designmässig plagiering blir även en process som är ständigt pågående. Sättet som originalet erhåller originalitet och det designmässiga plagiatet erhåller sin o-äkthet kommer ständigt att konstrueras och rekonstrueras.

⁹⁴ Knaller, 2012, ss. 59–60

⁹⁵ Knaller, 2012, ss. 59–60

⁹⁶ Knaller, 2012 s. 53-54

⁹⁷ Knaller, 2012, s.71

Avslutning

I inledningen av uppsatsen beskrev jag hur jag med uppsatsen ville studera hur Diet Prada anklagade stora modehus för att plagiera redan existerande kreationer och hur modepressens mottagande av Diet Pradas verksamhet. Arbetet tog på så sätt avstamp i Diet Pradas instagramkonto. Mitt syfte med uppsatsen har varit att undersöka hur Diet Prada beskriver designmässig plagiering, samt hur Diet Pradas verksamhet har mottagits av den engelskspråkig modepress. Genom att belysa hur designmässig plagiering beskrivs och hur den mottas synliggjorde jag hur designmässig plagiering skapas av och relaterar till diskurser om original och kopior. För att uppfylla syftet har jag i den här uppsatsen besvarat tre stycken frågeställningar.

Min första frågeställning var: *Hur beskrivs designmässig plagiering av Diet Prada?* I uppsatsen har jag visat på att det finns det ett flertal sätt på vilket designmässig plagiering beskrivs. Vad som varit återkommande i beskrivningen av designplagiering definieras är hur definitionen eftersöks utifrån originalet. I instagraminläggen definierades det designmässiga plagiatet utifrån globala och samtida termer. Definitionerna tjänar inte som kriterier för definierandet av det designmässiga plagiatet då de inte återropades i alla inläggen. I bildkompositionen fanns ett återkommande sätt som definierade design plagiatet. I de sammansatta bilderna i inlägget där Diet Prada jämförde den designmässiga plagieringen med originalet positionerades originalet alltid i den vänstra bilden och design plagiatet i den högra bilden. Utifrån detta visade jag på hur uppdelningen av designmässig plagiering blev tecken för originalet och den designmässiga kopian. Tecknen hade en avsaknad av en förankring i verkligheten. De tjänar som reproduktioner av våra uppfattningar om verkligheten. I analysen kom jag alltså fram till att diskursen om designmässig plagiering utifrån Diet Prada ger skenet av att det finns en verklighet att återfinna inom modebranschen. Tecknet för designmässig plagiering blir en illusion av att det som definieras som original faktiskt är originellt.

Min andra frågeställning löd: *Hur har Diet Pradas verksamhet mottagits i engelskspråkig modepress?* Utifrån artiklarna visade jag på hur diskursen om designmässig plagiering utifrån Diet Prada artikulerar samband mellan ekonomiska intressen och designmässig plagiering. Detta genom att designmässig plagiering beskrivs vara motiverad av ekonomiska intressen samt att designmässig kopiering i diskursen artikuleras som en naturlig del av snabbmodeföretagens verksamhet. När

modepressen artikulerade sambanden mellan ekonomiska intressen och designmässig plagiering ifrågasätter det delvis modehusens strävan efter att påbjuda legitima symboler inom modebranschen. Vidare ifrågasätts även modepressens funktion som förnekande av modehusens ekonomiska intressen. Alltså mottar modepressen Diet Pradas verksamhet genom att ifrågasätta hur Diet Prada definierar designmässig plagiering, dock utan att ifrågasätta den verksamhet som Diet Prada bedriver. Den engelskspråkiga modepressen kan på så sätt ses reproducera Diet Pradas verksamhet och deras diskurs om designmässig plagiering samt omforma diskursen om designmässig plagiering genom att koppla in ekonomiska element. Mottagandet kan utifrån Bourdieus teorier förstås som ett ifrågasättande; av fältets struktur, modehusens roll som skapare av distingerande symboler samt modepressens roll som producenter av fältets struktur och logik.

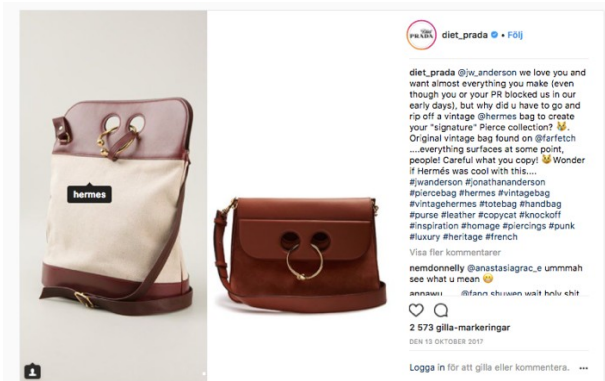
Slutligen lyder min tredje frågeställning: *Vilka diskurser kring originalitet och plagiat kan skönjas i Diet Prada-debatten?* Designmässig plagiering är inget nytt inom modebranschen. Fenomenet ligger i modets natur. I Diet Prada-debatten har vi kunnat uttyda en sida av fenomenet plagiering inom modebranschen. Debatten har flera diskurser kring originalitet kunnat uttydas. På Diet Pradas instagram-konto har originalet har bland annat legitimerats genom historiska referenser. Jag har visat på hur diskursen kring originalitet som definieras utifrån historiska referenser och skaparens autenticitet, tjänar som ett sätt att dela upp det designmässiga plagiatet från originalet. Vidare kunde jag dock visa på diskurser som ifrågasätter den uppdelningen då plagiat har kunnat erhålla egen identitet och på så sätt egen originalitet. Detta skiljer sig från sättet på vilket det designmässiga plagiatet förstås inom Diet Prada-debatten. Angående originalitet som certifieras genom skaparens originalitet kan vi se hur detta bygger på en förståelse för skaparens verk som icke reproducerbar och singular. En sådan förståelse för skaparens roll kan dock inte återfinnas inom modebranschen då modehusens kreationer ofta skapas i flera upplagor. Min studie landar i en förståelse för designmässig plagiering som en diskursiv konstruktion av ett fenomen inom modefältet. På så sätt är min förståelse för hur designmässig plagiering skapas diskursivt i linje med den process som Knaller beskriver skapar autenticitet och originalitet.

För framtida studier är det intressant studera hur designmässig plagiering tar sig uttryck i andra delar av modebranschen. Genom att analysera designmässig plagiering utifrån en diskursanalys skulle vidare studier kunna synliggöra de fall där designmässig plagiering ses som en naturlig del av branschen till skillnad från den designmässiga plagiering som jag har studerat i den här uppsatsen.

Vidare kunskap om designmässig plagiering välkomnas för att ge inblick i hur fenomen tar sig uttryck inom modebranschen.

Källförteckning

Bilagor



Bilaga 1.0: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BaMPO31FaUX/?taken-by=diet_prada, (2018-06-01)



Bilaga 1.1: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BaMPO31FaUX/?taken-by=diet_prada, (2018-06-01)



Bilaga 2.0: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/Bb4-yMdlIU/?taken-by=diet_prada, (2018-06-01)



Bilaga 2.1: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/Bb4-yMdlUA/?taken-by=diet_prada , (2018-06-01)



Bilaga 3.0: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeKIh1vlfff/?taken-by=diet_prada, (2018-06-01)



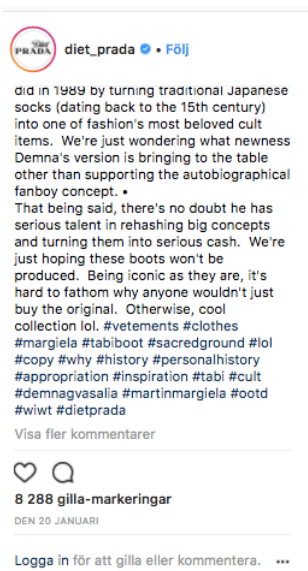
Bilaga 3.1: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeKIh1vlfff/?taken-by=diet_prada, (2018-06-01)



Bilaga 3.2: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeKIh1v1fff/?taken-by=diet_prada, (2018-06-01)



Bilaga 3.3: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeKIh1v1fff/?taken-by=diet_prada, (2018-06-01)



Bilaga 3.4: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeKIh1v1fff/?taken-by=diet_prada, (2018-06-01)



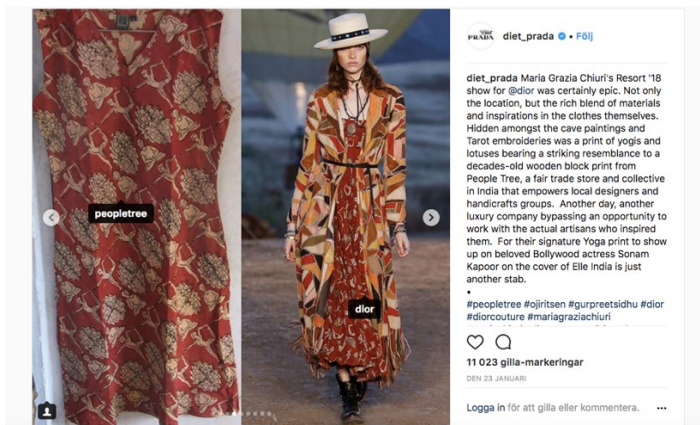
Bilaga 4.0: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada , (2018-05-15)



Bilaga 4.1: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada , (2018-05-15)



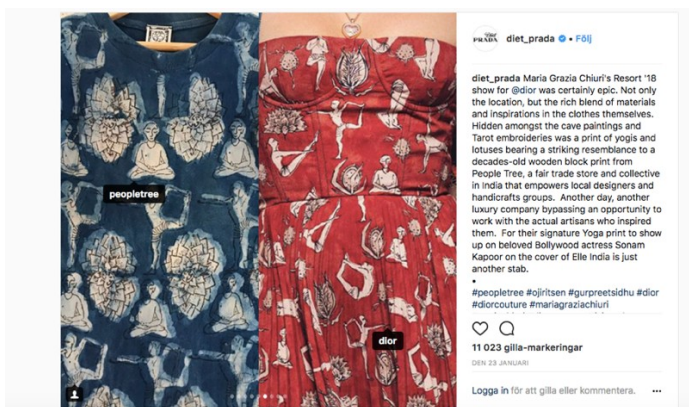
Bilaga 4.2: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada , (2018-05-15)



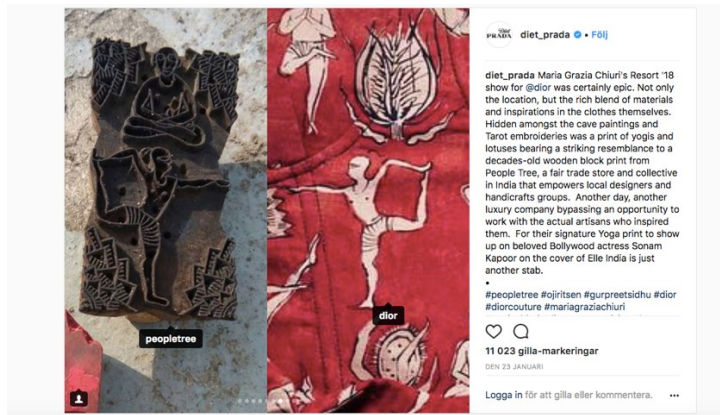
Bilaga 4.3: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada , (2018-05-15)



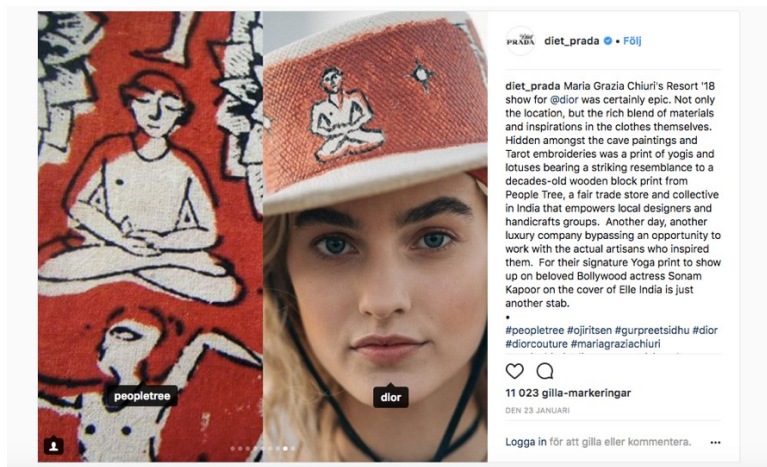
Bilaga 4.4: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada , (2018-05-15)



Bilaga 4.5: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada , (2018-05-15)



Bilaga 4.6: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada ,(2018-05-15)



Bilaga 4.7: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada ,(2018-05-15)



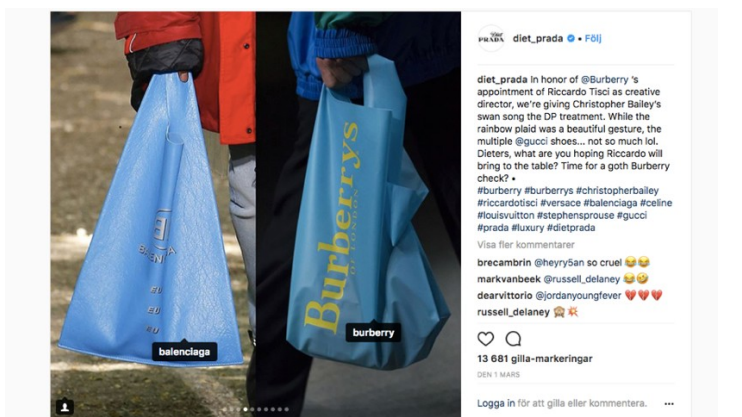
Bilaga 4.8: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada ,(2018-05-15)



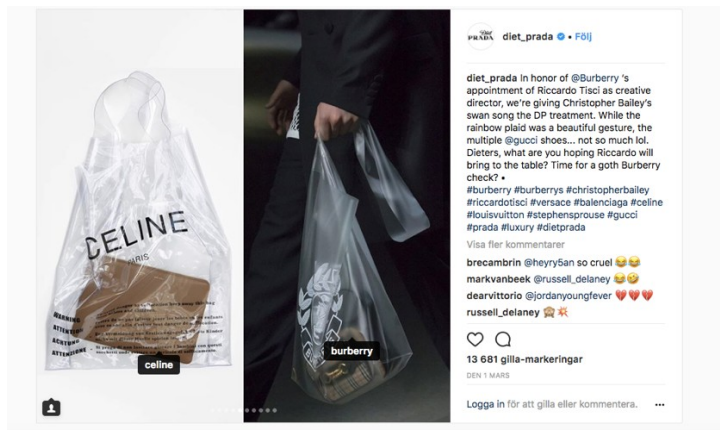
Bilaga 5.0: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/Bfxwyiw1hrQ/?taken-by=diet_prada, (2018-05-22)



Bilaga 5.1: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/Bfxwyiw1hrQ/?taken-by=diet_prada (2018-05-22)



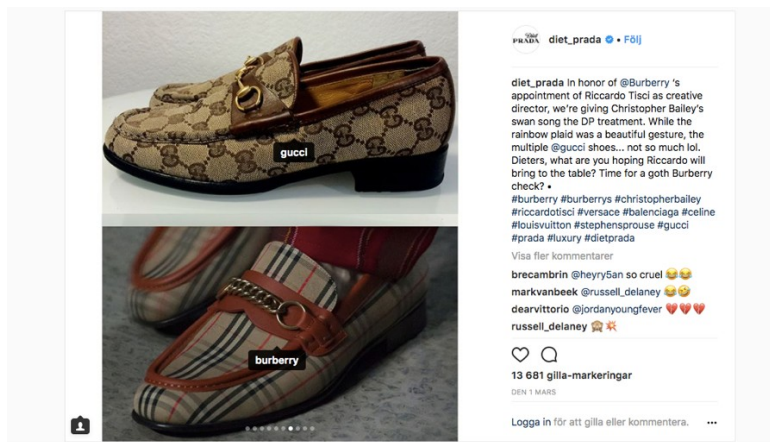
Bilaga 5.2: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/Bfxwyiw1hrQ/?taken-by=diet_prada (2018-05-22)



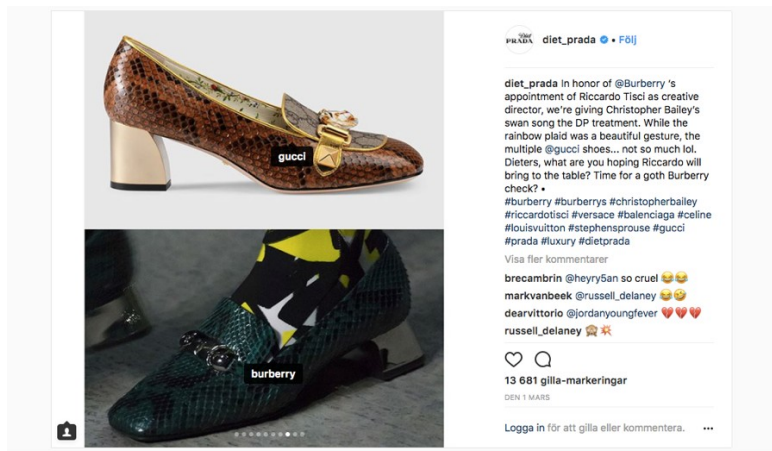
Bilaga 5.3: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BfxwyiwlhrQ/?taken-by=diet_prada (2018-05-22)



Bilaga 5.4: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BfxwyiwlhrQ/?taken-by=diet_prada (2018-05-22)



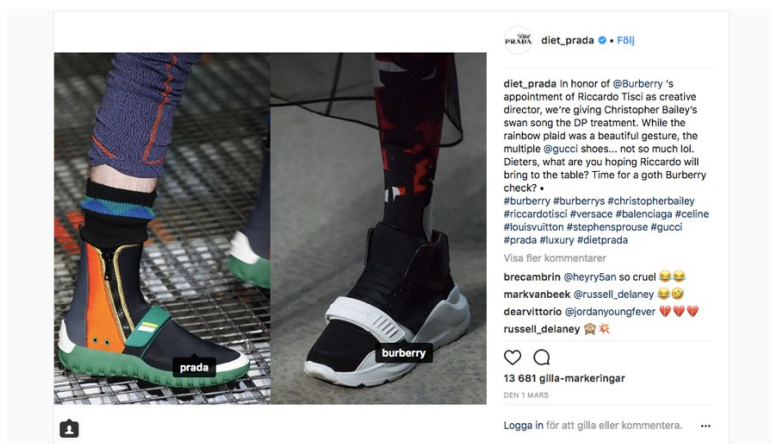
Bilaga 5.5: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BfxwyiwlhrQ/?taken-by=diet_prada (2018-05-22)



Bilaga 5.6: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BfxwyiwlhrQ/?taken-by=diet_prada (2018-05-22)



Bilaga 5.7: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BfxwyiwlhrQ/?taken-by=diet_prada (2018-05-22)



Bilaga 5.8: Nora Gombrii, *instagraminlägg*, 2018, Skärmbild, Diet Pradas instagramkonto, Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BfxwyiwlhrQ/?taken-by=diet_prada (2018-05-22)

Tryckta källor

Baudrillard, J. 1993. *Symbolic exchange and death*. London: Sage Publications.

Baudrillard, J. 1994. *Simulacra and simulation*. Ann Arbor : University of Michigan Press, cop. 1994.

Bourdieu, P., Broady, D., & Palme, M. (1993). *Kultursociologiska texter*. Stockholm ; Stehag : B. Östlings bokförl. Symposion; Stehag : B. Östlings symposion

Dahlén, M. 2012. "Copy or copyright fashion? Swedish design protection law in historical and comparative perspective" in *Business History*, Vol. 54, No. 1, februari 2012,

Graham H. R. 2017. Leader of the Gang: Gosha Rubchinskiy and the Death of the Catwalk, *Fashion Theory*, 21:6, 689-707,

Laclau, E. & Mouffe, C. 1985. *Hegemony and the socialist strategy*. (2:a uppl.), London: Verso.

Lantz, J., & Lantz, J. 2013. *Trendmakarna: bakom kulisserna på den globala modeindustrin*. Stockholm : Atlas akademi : Publit [distributör], 2013 (Malmö : Holmberg).

Mackinney-Valentin, M & Teilmann-Lock, S. 2014. Copy Chic: Status Representation and Intellectual Property Rights in Contemporary Luxury Fashion, *Luxury*, 1:1,

Sawyer, A. 2017. Bourdieu: ally or foe of discourse analysis? i Wodak, R. & Forchtner, B. (Red.) *Handbook on Language and Politics*, London: Routledge

Sprigman, C. J. & Raustiala, K. u.å. *The Knockoff Economy: How Imitation Spurs Innovation*. Lanham, MD : Oxford University Press.

Winther Jørgensen, M. & Phillips, L. 2000. *Diskursanalys som teori och metod*. Lund: Studentlitteratur.

Digitala källor

Abeltshauser, M. 2017. My World: Diet Prada. *Hey Woman!* Hämtad från <https://hey-woman.com/en/2017/my-world-diet-prada/> (2018-05-15)

Diamond, A. 2017. Diet Prada: The Instagram Account Calling Out Fashion Copy-Cats. *Man Repeller*. Hämtad från: <https://www.manrepeller.com/2017/12/diet-prada-instagram.html>, (2018-05-15)

Diet Prada, 2018, "Diet Prada", Instagram, Hämtad från: https://www.instagram.com/diet_prada/, (2018-04-30)

@diet_prada. [Diet Prada]. 2017, oktober 13. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BaMPO31FaUX/?taken-by=diet_prada, (2018-05-15)

@diet_prada. [Diet Prada]. 2017, november 24. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/Bb4-yMdlUA/?taken-by=diet_prada, (2018-05-15)

@diet_prada. [Diet Prada]. 2018, januari 20. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeKIh1vIfff/?taken-by=diet_prada, (2018-05-15)

@diet_prada. [Diet Prada]. 2018, januari 23. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BeTFKFRFGht/?taken-by=diet_prada, (2018 maj 15)

@diet_prada. [Diet Prada]. 2018, mars 1. [Instagraminlägg] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BfxwyiwIhrQ/?taken-by=diet_prada, (2018-05-15)

Knaller, S. 2012. The Ambiguousness of the Authentic Authenticity between Reference, Fictionality and Fake in Modern and Contemporary Art. i *Paradoxes of Authenticity* (ss. 51-76). Bielefeld: transskript Verlag. Hämtad från: <https://www-degruyter-com.ezp.sub.su.se/view/books/transcript.9783839418192/transcript.9783839418192.51/transcript.9783839418192.51.xml> (2018-04-26)

Meisel, M. 2017, Meet @diet_prada, Instagram's Version Of The Fashion Police. *Nylon*. Hämtad från: <https://nylon.com/articles/diet-prada-instagram-fashion-police> (2018-05-15)

Moran, J. 2018. Will Diet Prada Save Fashion From Itself? *Paper Magazine*. Hämtad från: <http://www.papermag.com/diet-prada-instagram-interview-2550882432.html>, (2018-05-15)

Nationalencyklopedin [NE]. 2018. Kontingent. NE Nationalencyklopedin AB. Hämtad från: <https://www-ne-se.ludwig.lub.lu.se/uppslagsverk/encyklopedi/1%C3%A5ng/kontingent>, (2018-05-18)

Petrarca, E. 2017. Meet Diet Prada, No-Filter Fashion Critics for an Instagram Age. *The Cut*. Hämtad från: <https://www.thecut.com/2017/10/diet-prada-instagram-fashion-critics.html>, (2018-05-15)

Stoppard, L. 2017. Diet Prada - Fashion's most powerful critic. *Financial Times*. Hämtad från: <https://www.ft.com/content/777edf64-c94a-11e7-8536-d321d0d897a3>, (2018-05-15)

The Fashion Law. 2017. Meet Tony Liu and Lindsey Schuyler: The Duo Behind Diet Prada. *The Fashion Law*. Hämtad från: <http://www.thefashionlaw.com/home/meet-tony-liu-and-lindsey-schuyler-the-duo-behind-diet-prada>, (2018-05-15)

The Fashion Law, 2018. "About" Hämtad från: <http://www.thefashionlaw.com/about/>, (2018-06-1)

Wheeler, A. 2017. @dietprada is schooling instagram on fashion history. *i-D*. Hämtad från: https://i-d.vice.com/en_us/article/wjdn9x/dietprada-is-schooling-instagram-on-fashion-history, (2018-05-15)

Bildförteckning

Bild 1: Nora Gombrii. (2017, maj, 30). Instagrminlägg från Diet Prada. [Skärmbild] Hämtad från: https://www.instagram.com/p/BUufG_MBYkP/?taken-by=diet_prada (2018-05-22)