



LUNDS
UNIVERSITET

Moderiktig kommunikation

En semiotisk analys av amerikanska Vogue runt sekelskiftet

Lydia Rosdahl

Avdelningen för Modevetenskap

Institutionen för kulturvetenskaper

Lunds universitet

MODK63, 15hp. Examensarbete för
kandidatexamen, vt 2020

Handledare: Emma Severinsson

Abstract

This thesis – Fashionable communication: a semiotic analysis of end of the century *Vogue* – investigates how American *Vogue* creates the myth of fashion in its early years through text and pictorial elements. The aim is to understand with what words and tone the text talks about fashion and how it is visualized in illustration and photography with poses and lighting to create certain associations. That is to say; how symbolic value is created and how the myth of fashion is communicated.

There is said to have occurred a major change in *Vogues* communication with Condé Nast buying the magazine in 1909, when a new audience of upper class women were established. As is shown, through use of Roland Barthes semiotic methodology, the shift in audience correlates with allusions to the fine arts and abstract phenomena like fashions ability to transform the wearer. But rather than 1909 being a harsh turning point for *Vogues* communication, the changes can be spotted in articles as early as in the 1890's. The six articles presented in this thesis show how the changes happened over time, from *Vogues* launch in 1892 to 1922, and that the myth of transformative fashion existed, even if faint, in the early educating descriptions of fashion. What changed was rather how the myth was communicated, not what kind of myth it was.

Keywords: American Vogue, communication, semiotics, symbolic value, myth, fashion myth.

Sökord: Amerikanska Vogue, kommunikation, semiotik, symboliskt värde, myt, myten om mode.

Innehållsförteckning

Inledning	1
Bakgrund.....	3
Syfte och frågeställning	5
Tidigare forskning	6
Empiriskt material och avgränsning	9
Metod och reflexivitet.....	10
Teori och begrepp	13
Disposition	15
Analys	15
Första nedslaget	15
The butterflies.....	15
<i>Denotation</i>	15
<i>Konnotation</i>	16
What she wears	17
<i>Denotation</i>	17
<i>Konnotation</i>	18
Sammanfattning	19
Andra nedslaget.....	20
The American woman of fashion	20
<i>Denotation</i>	20
<i>Konnotation</i>	21
New life to the Watteau mode	22
<i>Denotation</i>	22
<i>Konnotation</i>	23
Sammanfattning	23
Tredje nedslaget	24
All is a sleeve that flutters.....	24
<i>Denotation</i>	24
<i>Konnotation</i>	25
Transformations an woman may achieve.....	26
<i>Denotation</i>	26
<i>Konnotation</i>	27
Sammanfattning	28
Resultat och avslutning	28

Symbolisk värde och myten om mode	28
I relation till annan forskning	31
Bilagor	33
Källförteckning.....	44
Tryckta källor	44
Digitala källor.....	45
Arkiv.....	46

Inledning

Under de senaste åren har det pågått en debatt ifall tryckta magasin fortfarande är relevanta i vårt digitaliserade samhälle.¹ De ledande modemagasinerna har historiskt sätt format sättet vi ser på och talar om mode och de fungerar fortfarande som guider till vad som är moderiktigt. Idag delas denna auktoritet med allt fler modemagasin, bloggare och influencers och det sker till större delen online. Rösterna har blivit fler och mer varierade.

Förändringen som skett påverkas till stor del av de nya plattformar och sociala roller som utvecklats på grund av digitaliseringen. Även om det skiljer ett par hundra år, ser jag en viss likhet i vimlet av röster och kampen om att synas på en nyfunnen plattform med den tidiga utvecklingen av modemagasinet under 1800-talet.

Runt sekelskiftet 1900 var den amerikanska marknaden överflödad av olika slags tidningar och modemagasin, som tidigare inte funnits i stor utsträckning, trycktes nu upp för både arbetar-, borgar- och överklassen.² Mode var inte längre endast för överklassen. Detta kan liknas vid den demokratisering av high fashion som sker online idag då vem som helst enkelt kan ta del av modevisningar och senaste nytt genom livestreaming och bloggar utan att behöva bli inbjudna till exklusiva event eller köpa dyra modemagasin. Precis som i nutiden då mode snarare sprids via influencers flöden var sekelskiftets moderiktiga röster av högt antal.

Det som intresserar mig är hur dessa röster uttrycker sig. Efter att jag läst Charlotte Andersens bok *Modedefotografi: En genres anatomi*, där hon bland annat argumenterar för att modedefotografiet i *Vogue* var en stor del i deras nya image, fick jag upp ögonen för modemagasins kommunikation. Andersen menar att de experimentella fotografierna som började användas i *Vogue* 1913 var ett verktyg för att legitimera magasinet och locka en överklassmålgrupp. Eftersom denna fotografiska stil liknade, eller rent av klassades som, den konstfotografiska stilen piktorialism³ kopplade *Vogue* samman mode och konst. Detta

¹ Kay, K. (2017). "Does the fashion industry still need Vogue in the age of social media?". The guardian; Ember, S. & Grynbaum, M. M. (2017). "The not-so-glossy future of magazines". The New York times.

² Hill, D. D. (2004). As seen in Vogue: A century of American fashion in advertising. ss. 6-8; Matthews David, A. (2006) "Vogue's new world: American Fashionability and the Politics of Style". *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body, & Culture*, 10(1-2), s. 2; Best, K. N. (2017). *The history of Fashion Journalism*. London, Bloomsbury Academic. Omärkt sida inom ss. 15-44.

³ Piktorialismen karaktäriseras av ett speciellt användande av fokus och ljussättning för att skapa en suddig bild, som om motivet var omgivet av en slöja eller dimma. De tog inspiration från impressionismen i hur de behandlade ljus och motiv. Fotografierna gjorde ofta omtolkningar av verkligheten som genom dessa tekniker skulle anspela på något drömskt och ge betraktaren emotionell respons. Detta kopplar fotografiet som medium till konstvärlden, vilket var ett specifikt syfte som drev piktorialismens utformning enligt Andersen.

modefotografi blev då en symbol för *den goda smaken*. På så vis, menar Andersen, införlivade *Vogue* både magasinet och modet med högkulturens symboliska värde.⁴ Detta skifte i målgrupp och innehåll hör ihop med att Condé Nast köpte *Vogue*.

Vogue publicerades för första gången 1892 i Amerika och riktades främst till medelklassen. Magasinet grundades av Arthur Turnure och innehöll en blandning av mode, kultur och dekorum. I takt med att åren gick och magasinet fick fler prenumeranter riktades målgruppen till de övre medelklasskvinnorna och innehållet fokuserade endast på mode.⁵

Condé Nast tog över magasinet 1909 och fortsatte bearbeta innehållet för att tilltala en överklassmålgrupp.⁶ De flesta känner nog igen Condé Nast som det stora mediaföretaget som äger bland annat *Vogue*, *GQ*, *The New Yorker*, *Vanity Fair* och *Wired*. Men företaget började helt enkelt med en enda man från Amerika vid namn Condé Montrose Nast.⁷ Nast förändrade hur ofta *Vogue* gavs ut, hur mycket varje upplaga kostade samt vilka illustratörer och fotografer som han anställde. Han var noga med att innehållet i *Vogue* speglade hans vision. Den första officiella modefotografen var Adolphe de Meyer, en av de konstfotografer Andersen ger exempel på som bidrog till att förändra *Vogues* image.⁸ Detta fick mig att fundera över hur förändringen speglar sig i, inte bara fotografi, men även text och layout. Som det visar sig senare i min analys har *Vogue* förändrats både visuellt och skriftligt genom åren.

Vogue ges idag ut i flera olika länder och är ett av de mest välkända modemagasinen. Det är en stor del av modeindustrin och, som Yuniya Kawamura kallar det, modesystemet. Det är så hon benämner den symbiotiska relation som bland annat redaktörer, designers, fotografer och influencers har i kreationen av mode. Hon menar att alla industrins aktörer tillsammans bidrar till att legitima specifika plagg, märken och stilar. I denna process menar hon att modemagasinet har en stor roll. Det införlivar utvalda plagg med symboliskt värde genom att höja upp det till en abstrakt nivå och skapa en myt kring

⁴ Andersen, C. (2006). *Modefotografi: En genres anatomi*. s. 55, s.64, ss. 75-77.

⁵ Best, 2017, omärkt sida inom s. 15-44; Hill, D. D. (2004). *As seen in Vogue: A century of American fashion in advertising*. ss. 6-8; Matthews David, A. (2006) "Vogue's new world: American Fashionability and the Politics of Style". *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body, & Culture*, 10(1-2), ss. 13-38, s. 17, s. 9.

⁶ Matthews David. (2006). s. 26.

⁷ Condé Nast. "What we do". Hämtat från: <https://www.condenast.com/about> (2020-04-16).

⁸ Hill (2004). ss. 11-12; Best. (2017). Omärkt sida inom 73-101.

plagget. Det är genom deras kommunikation och skapandet av denna abstrakta myt som förvandlar kläder till mode.⁹

Modesystemet ger en förståelse för hur *Vogue* påverkar och påverkas av andra aktörer samt hur detta uppenbarar sig i deras kommunikation. Det gör att den myt de producerar kan förstås som en del i ett bredare system. Det jag gör i denna uppsats är att undersöka amerikanska *Vogues* tidiga kommunikation mellan 1892 och 1922 för att se hur magasinet, som en del i modesystemet, kommunicerade myten om mode samt hur kommunikationen skiljde sig åt mellan den riktad till medel- respektive överklassen.

Bakgrund

Under den industriella revolutionen påverkades samhället på flera olika plan. Ett vanligt exempel att ta upp är utvecklingen av kommunikation i samband med järnvägen. Den ökade kommunikationen och transporten ledde inte bara till resande, import och export utan underlättade även distributionen av tidningar. Tryckpressen utvecklades kontinuerligt och när den var både maskinell och billig kunde allt fler tidningar tryckas.¹⁰

Den internationella utvecklingen av tryckt massproducerad media var intensiv under framförallt den sista hälften av 1800-talet. Att läsa illustrerade tidskrifter var en av de mest populära fritidssysslorna på marknaden under detta århundrade och allt fler nya magasin publicerades. Utbudet var brett och innefattade allt från mode och konst till satir, politik och recensioner.¹¹

På grund av den teknologiska utvecklingen och det sjunkande priset av tryckning började det under den senare delen av 1800-talet tillverkas billigare magasin till medel- och arbetarklassen. Då var modet inte längre endast tillgängligt för eliten men innehållet i magasinerna särskildes fortfarande på grund av klasskillnader. Magasinen för de lägre klasserna var billigare, hade en utbildande ton och behandlade konsten att vara respektabel och anständig i både utseende och beteende. Etikett var ett vanligt tema. När de behandlade nya trender låg fokus på hur läsaren

⁹ Kawamura, Y. (2017) *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. 3:e uppl. Lund: Studentlitteratur. s. 70, s. 125.

¹⁰ Hill. (2004). s. 2.

¹¹ Jobling, Paul. & Crowley, David. (1996). *Graphic design: reproduction and representation since 1800*. Manchester: Manchester University Press. s. 9; Hill. (2004). s. 2.

kunde rätta sig till trenden utifrån en begränsad ekonomi. Då krävdes anpassning av så väl material som färg.¹²

Modejournalistiken var inte ännu ett etablerat yrke och inget som gick att utbilda sig till. Ofta hade skribenterna en tidigare litterär bakgrund men runt 1920-talet var det allt fler som kom från reklamindustrin. Yrket och sättet att skriva undergick en ständig utveckling, det började som endast deskriptivt men utvecklades snart till allt mer analyserande och kritisk.¹³

På grund av den ökade konkurrensen på marknaden var varje magasin tvungna att effektivt använda sig av text och bild för att fånga läsaren.¹⁴ Texten var inte bara ett viktigt verktyg för att beskriva plaggen och dess uppbyggnad utan de målade beskrivningarna av moderiktiga damer i glamorösa sammanhang bidrog också till lockelsen av att själv klä sig moderiktigt i hopp om att befinna sig i ett liknande sammanhang. Detta formade det kvinnliga ideal som starkt kopplades till moderiktighet och konsumtion. På samma vis användes illustrationerna inte bara för visuella referenser av plagg utan de porträtterade dessa situationer och målade upp en bild av en moderiktig livsstil.¹⁵

Runt 1860 framhävde majoriteten av modemagasinen sitt bildmaterial och menade på att bilden var överlägsen texten. Just eftersom det var ett snabbt sätt att kommunicera information och fånga läsarens uppmärksamhet ansågs det visuella som en viktig del i magasinet.¹⁶ Det är som talspråket lyder: ”en bild säger mer än tusen ord.”

Den mest pålitliga metoden att massproducera bilder i tidskrifter var träsnittet. Det är en teknik som innebär att man skär ut en illustration ur en bit trä, ofta päronträd, som det sedan appliceras färg eller bläck på och trycks därefter mot ett papper. Dess popularitet höll i sig under hela 1800-talet eftersom det både var hållbart samt anpassat för att tryckas tillsammans med texten direkt i tryckpressen.¹⁷ En annan teknik är litografi som tillåter att illustrationen kan målas eller skissas med ungefär vilket verktyg som helst. Tekniken bygger på att vatten stöter bort fett och trycket utförs på en impregnerad stenskiva vilken målas på med pensel eller tusch. Dock kräver tekniken en anpassad tryckpress och den kan vara svårare att tryckas direkt med texten. Men

¹² Best. (2017). Omärkt sida inom ss. 15-44.

¹³ Miller, S. & McNeil, P. (2018). *Fashion journalism: history, theory, and practice*. London, UK: Bloomsbury Academic. s. 75, s. 83; Best. (2017). Omärkt sida inom ss. 15-44.

¹⁴ Jobling & Crowley. (1996). s. 35.

¹⁵ Best. (2017). Omärkt sida inom 1-14.

¹⁶ Jobling & Crowley. (1996). ss. 24-25.

¹⁷ Jobling & Crowley. (1996). s. 12

det är en teknik som blev allt vanligare i takt med att den utvecklades.¹⁸ Samtidigt utvecklades reproduktionsteknikerna för fotografiet och vid 1880 kunde det tryckas fotografier i varierade toner och ökad detaljrikedom.¹⁹

Tack vare optimeringen av dessa trycktekniker ökade användandet av bilder i modemagasin. Modebilderna var en tydligt uppskattad del av magasinet då många amerikanska medelklasskvinnor klippte ut illustrationerna för att till exempel dekorera sina hem. Modeillustrationerna placerades från början separat från texten men under 1800-talet integrerades dem allt mer mitt i artiklarna och blev en självklar del av layouten.²⁰

Syfte och frågeställning

Syftet med uppsatsen är att ingående analysera de medium - artiklar, fotografi och illustration - amerikanska *Vogue* använde i början av sin publikation till efter skiftet av målgrupp för att se hur kommunikationen förändrats i förhållande till kreerandet av värde och myten om mode. Jag gör detta genom att utföra en analys av text- och bildmaterial för att se hur de förhåller sig till varandra både innehållsmässigt och visuellt.

De frågor jag ställer mig är:

- Hur införlivar text och bild symboliskt värde i kläder genom bl.a. ordval, berättarröst och motiv? Samarbetar de för att skapa detta värde?
- Vilka symboliska värden införlivas i kläderna och på så vis skapar myten om mode?
- På vilket sätt skiljer sig kommunikationen och myten efter bytet av målgrupp från de tidiga utgåvorna?

För att svara på följande frågor utför jag en semiotisk analys samt använder mig av teoretiska begrepp från både Roland Barthes och Kawamura. Den tidigare forskningen har hjälpt mig att identifiera specifika detaljer i materialet som är värda att analysera.

¹⁸ Hedberg, G. (2018). "En ny teknik gör entré: Stentryckets etablering i Sverige". *Bokhistoriska skrifter*. ss. 63-65.

¹⁹ Jobling & Crowley. (1996). ss. 27-28.

²⁰ Best. (2017). Omärkt sida inom ss. 15-44.

Tidigare forskning

Det finns en del forskare som, precis som jag gör, redan kombinerat analyser av text och bild i modemagasin för att titta på hela kontexten. De utgår ofta från en semiotisk analys för att granska förhållandet mellan dessa två medium.

I *Femininity and Consumption: The Problem of the Late Nineteenth-Century Fashion Journal* gör Christopher Breward en kvalitativ materialstudie av det brittiska modemagsinet *Myra's journal of dress and fashion* från 1875. Genom att granska illustrationer och textinnehåll undersöker han hur modemagasin förhåller sig till kvinnans föränderliga konsumtionsideal.²¹ Genom en redogörelse över innehållet i text och bild ser han hur debatten om kvinnoidealet speglas i illustrationerna då det sker en utveckling av motivet. Breward granskar motivet, scenerna, bakgrunderna, figurerna och objekten i illustrationerna och associerar vissa element till specifika fenomen kopplade till magasinets samtid.²² Ett exempel är illustrationen av kvinnan i den ordnade hemmiljön, omgiven av fina möbler och dekor, vilket Breward menar kommunicerar kvinnan som en symbol för det välbärgade hushållet och mannens ekonomiska status.²³ Han kunde genom analyser av fler illustrationer dra slutsatsen att i slutet av 1880-talet märks ett accepterande av kvinnans ökade vistelse i den allmänna sfären då både text och bild börjar behandla varuhusen och kvinnan som aktiv i denna miljö.²⁴

Detta lyfter fram kopplingen modemagasinet har till samhället. Magasinet behandlar direkt eller indirekt samhällsförändringar och normer vilka skapas, upprätthålls eller ifrågasätts i det redaktionella materialet. Vilket förklarar varför det görs mycket forskning om representationen av ideal och det visar även på betydelsen forskningen har för förståelsen av materialets samtid. Majoriteten av den tidigare forskningen jag tar upp behandlar just detta. Jag kan även argumentera för att den analys jag genomför, om än begränsad, bidrar till att skapa en bild av hur modemagasin kommunicerade runt sekelskiftet och vad som ansågs viktiga element i denna kommunikation.

Mary Lynn Stewart utgår från ett brett material av franska modemagasin när hon i *Dressing Modern French Women: Marketing Haute Couture 1919-1939* analyserar vilket borgerligt kvinnoideal som kommuniceras genom text och bild. Hon utför på liknande sätt som Breward

²¹ Breward, C. (1994). "Femininity and consumption: the problem of the late nineteenth-century fashion journal". *Journal of Design History*, 7(2). s. 71.

²² Breward. (1994). ss. 78-88.

²³ Breward. (1994). ss. 77-78.

²⁴ Breward. (1994). s. 83.

en innehållsanalys där hon kartlägger förändringar och gemensamma faktorer hos omslag, illustrationer, kolumner i modemagasin och beställningskataloger. Hon skriver att Barthes studie av text och bild som skapare av mening har hjälpt henne att tolka materialet.²⁵

Utifrån Stewarts analys framgår det hur kvinnoidealet kommunicerades genom specifika ämnen och motiv. Till exempel genom sport och fritid då kvinnan porträtteras som en aktiv individ, ofta i sportkläder och på resande fot. Hon påpekar även att de specifikt kvinnliga ämnen som utesluts från magasinet, graviditet och omhändertagande av barn, också är del i att skapa idealet.²⁶ Precis som i Brewards studie blir det här tydligt att text och bild samarbetar för att skapa ett ideal. Det visar hur viktigt det är att analysera dem tillsammans för att få en helhetsbild.

Det finns även de forskare som har fokuserat på modejournalistik och granskat texten i magasin. Anna Königs analys av *Vogues* utgåvor mellan 1980 och 2001 är användbara i hur jag kan närma mig och förstå uppbyggnaden av modetexten. Hon tar inspiration från Virginia Berridge som menar att modemagasinet återspeglar och förstärker läsarens världssyn genom att framställa en speciell verklighet.²⁷ Utifrån förståelsen av den kulturella betydelsen av modemagasin granskar König brittiska *Vogues* sätt att skriva om mode. Hon menar att texten tillför modeobjektet speciell mening beroende på hur texten är formulerad. Det hon gör i sin analys är att identifiera innehållet i texten, i vilken ton den är skriven, vilka ord som används och vilka kulturella referenser som görs.²⁸ Detta är ett tillvägagångssätt jag har nytta av i utförandet av min analys då hon belyser de aspekter som är viktiga att ta hänsyn till.

Laird O'Shea Borrelli har utfört en analys av hur *Vogues* olika chefredaktörer, mellan 1968 och 1993, skriver om mode under magasinets rubrik *Vouge's point of view*. I artikeln framgår det att Diana Vreeland, Grace Mirabella och Anna Wintour alla anpassar det institutionella modespråket till sitt eget persona genom deras ordval, ton och ideella föreställningar om mode. Det framgår att berättarrösten och tonläget är två av de stora faktorer redaktörerna har anpassat i språket.²⁹

²⁵ Stewart, M. L. (2008). *Dressing Modern Frenchwomen : Marketing Haute Couture, 1919–1939*. s. xv.

²⁶ Stewart. (2008) ss. xi-xii, ss. 40-41.

²⁷ König, A. (2006). "Glossy Words: An Analysis of Fashion Writing in British Vogue". *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body, & Culture*, 10(1–2). s. 209.

²⁸ König. (2006). ss. 206-207.

²⁹ Borrelli, L. O. (1997). "Dressing Up and Talking about it: Fashion Writing in Vogue from 1968 to 1993". *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body, & Culture*, 1(3). ss. 249-51.

Modetidningar i allmänhet, menar Borrelli, använder sig av ett målade språk och det som lockar är den ideala världsbilden som presenteras. Genomgående har *Vogues* redaktörer en relativt intim ton till läsaren som markerar att den befinner sig i en privat sfär av likasinnade, modeintresserade kvinnor. Redaktörens auktoritet bekräftas av framställningen av henne som att hon har tillgång till hemlig information, vilken hon skänker läsaren.³⁰

För att lättare granska *Vogues* språk delar Borrelli in orden i fyra övergripande kategorier: visualisering (visual), muntlig (oral), slagkraftig (emphatic) och populär (popular), vilka beskriver modet och/eller kopplar det till något. Hon utgår här ifrån Barthes denotation, beskrivning, och konnotation, koppling, vilken han menar är de två övergripande språkliga funktionerna. Det Borrelli främst granskar är adjektiv, rim, hyperbol och referenser.³¹

Borrellis analys belyser föränderligheten i språket och hur ord, meningsbyggnader och tonläge kan förmedla en identitet och bidra till hur modet framställs. Det visar hur viktigt språket är och vilken stor skillnad det gör i kommunikationen av myten om mode. De kategorier som Borrelli skapar hjälper mig med vad jag letar efter i texten.

I *High fashion and pop fashion: The symbolic production of fashion in Le Monde and The Guardian* granskar Agnès Rocamora innehållet i respektive magasin under året 1996. Hon lyfter fram skillnaden i deras kommunikation och benämner de faktorer som gör *Le Monde* typisk finkulturell och *The Guardian* populärkulturell. Hon gör tidigt en liknelse som enkelt beskriver skillnaderna; *Le Monde* framställer, i en av sina artiklar, catwalken som ett teaterframförande medan *The Guardian* framställer den som en fotbollsmatch.³² Det ena är en intellektuell drömvärld och den andra en hetsig tävling. Detta ger sig uttryck i ordvalen och detaljerna som beskrivs där finkulturen uppenbarar sig i abstrakta, poetiska beskrivningar av känslor och populärkulturen fokuserar på liknelser, slang och referenser till kändisar och media.³³ I likhet med de två föregående texterna är ordval och berättarröst det som förändrar språket.

Rocamora tar även upp mytbegreppet då hon menar att ordvalen skapar en föreställning av modet och designern som speglar magasinets ideal. I *The Guardian* grundar lekfulla uttryck seriösa påståenden och får designern att framstå som en vanlig person, till skillnad från *Le*

³⁰ Borrelli. (1997). ss. 256-257.

³¹ Borrelli. (1997). ss. 254-255.

³² Rocamora, Agnès. (2001). "High Fashion and Pop Fashion: The Symbolic Production of Fashion in Le Monde and The Guardian". *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 5(2), ss. 123-142. s. 126.

³³ Rocamora. (2001). s. 127.

Monde där ordet *vision* framhäver designerns roll som en övernaturlig, upplyst varelse.³⁴ Sättet som Rocamora beskriver att *Le Monde* uttrycker sig på påminner om kommunikationen i *Vogue* efter 1909 i min analys.

Empiriskt material och avgränsning

Jag analyserar de tidiga utgåvorna av amerikanska *Vogue* mellan utgivningsåren 1892 och 1922. Jag gör denna begränsning för att kunna jämföra magasinets tidiga kommunikation mellan 1892 och 1909 med den senare kommunikationen efter 1909 och bytet av målgrupp. Jag sätter gränsen vid 1922 då jag anser den nya målgruppen väletablerad och kommunikationen utvecklad vid detta skede. Detta tidsspann räcker för att se och undersöka förändringen. Inom denna period gör jag tre nedslag där jag undersöker två olika slags artiklar, från 1890-talet, strax efter 1909 och runt 1922, för att kunna se förändringen.

De artiklar jag granskar begränsas till de som innehåller både text och bild, detta för att jag ska se hur elementen fungerar tillsammans och bidrar till den gemensamma kommunikationen. Efter att ha gått igenom ett flertal års vår- och sommarutgåvor runt nedslagen valde jag ut de artiklar som jag anser representera majoriteten av artiklarna i amerikanska *Vogue*, vid den specifika tidpunkten, i form av textmängd, innehåll och utformning av layout. För varje nedslag granskar jag en kortare artikel som lägger fokus på visuellt material samt en längre artikel som innehåller mer text. Det är dessa två övergripande kategorier som återfinns i magasinet genom hela tidsspannet. Jag har valt ut de artiklar som kan representera majoriteten av innehållet och jag utesluter medvetet sådana slags artiklar som jag endast återfunnit ett fåtal gånger i materialet. Detta för att lättare kunna göra övergripande slutsatser som går att applicera på majoriteten av *Vogues* material. Att undersöka dessa avvikande och experimentella artiklar öppnar upp för en intressant vidare forskning.

Artiklarna jag analyserar är: "The butterflies" från 3:e maj 1894, "What she wears" från 17:e maj 1894, "The American woman of fashion with her keen sense of fitness approves of the latest small French shapes for traveling" från 15:e maj 1911, "New life to the Watteau mode" från 1:a maj 1912, "All is a sleeve that flutters from Jenny's lovely frocks" från 15 maj 1921 och slutligen "Transformation any woman may achieve" från 1:a maj 1921.

³⁴ Rocamora. (2001). s. 128, s. 132-133.

Eftersom min studie är kvalitativ omfattar den ett begränsat antal utgåvor av *Vogue*. Det hade dock varit intressant att granska fler utgåvor för att få en bredare bild av hur kommunikationen utvecklades. För att sätta studien i ett bredare perspektiv hade den gynnats av att kompletteras med liknande studier om andra modemagasin. Genom att granska fler magasin riktade till olika målgrupper möjliggör det ett allmänt påstående om tidiga modemagasin.

Metod och reflexivitet

För att utföra min undersökning av amerikanska *Vogues* utgåvor mellan 1892 och 1922 använder jag mig av Barthes semiotiska analys som metod.

Genom att använda mig av en semiotisk analys kan jag identifiera budskapet bakom innehållet och bilda mig en förståelse av vad myten om mode säger. Rose Gilligan menar att semiologin ger verktygen till att granska objekt, betydelsen som ligger bakom dem och hur denna betydelse skapas. Hon påpekar även att analysen framhäver författarens sätt att tänka och menar att det därför är viktigt att förstå att analysen alltid är subjektiv.³⁵ Det krävs då av mig att vara reflexiv för att fullt ut förstå min egen analys.

Barthes semiotiska analysmetod är sammanvävd med hans teori och utgår från att det finns olika lager av budskap i text och bild. I *Rhetorique de l'Image* redogör han för de tre budskapen som existerar samtidigt i t.ex. reklambilden. Texten innehåller ett lingvistiskt budskap, vilket betyder att det är orden som kommunicerar budskapet till läsaren och det krävs endast språkliga kunskaper för att avkoda det. Samtidigt kan texten även innehålla ett kodat budskap, i form av en metafor eller något som måste läsas mellan raderna, vilket kräver en högre nivå av avkodning. Bilden innehåller precis som texten både ett kodat och ett icke-kodat budskap. Det icke-kodade budskapet beskrivs som det synliga i bilden. Det karakteriseras som beskrivande och denotativt. Det kodade budskapet innehåller tecken som tillsammans kommunicerar ett fenomen. Detta beskrivs som konnotativt.³⁶

För att förklara dessa begrepp ytterligare kan det sägas att det denotativa, icke-kodade, budskapet är synligt i den verklighet bilden reproducerar. För att avkoda detta budskap behövs endast en kunskap om vad motivet föreställer och vilka materiella kvaliteter det bär.³⁷ Till

³⁵ Rose, G. (2012). *Visual Methodologies: An introduction to researching with visual materials*. London: Sage. ss. 105-109.

³⁶ Barthes. (1977). *Image, music, text*. London: Fontana. ss. 33-36.

³⁷ Barthes. (1977). s. 36.

exempel att en rödlackad klacksko är en rödlackad klacksko. Vilket innebär att den har en klack, är glansig och röd. Således innebär utförandet av en denotation rent ut beskrivandet av motivet. I textens fall motsvarar det den bokstavliga betydelsen.

I motsats till detta finns det konnotativa, kodade, budskapet under ytan och beskrivs som de kulturella associationer som kopplas till motivet. Konnotationen påverkas även av de olika objektens relation till varandra i motivet.³⁸ I detta fall är inte den rödlackade klackskon endast en rödlackad klacksko, utan en symbol för sexualitet. Vilken slags sexualitet skon kopplas till beror på resten av motivet, eller texten, då skon tolkas annorlunda beroende på det sammanhang den placeras i och vem som bär den.

Barthes menar även att konnotationen av bilden kan formas utifrån sex andra punkter: manipulation och specialeffekter, pose, objekt, fotogenia, estetisering och syntax. Jag kommer att använda mig av fyra av dessa punkter. Pose syftar på att vissa poser kopplas till specifika saker. Fotogenia syftar på de tekniker i form av ljussättning, skärpa och exponering som kan tillföra motivet andra slags betydelser. Estetisering betyder att fotografiet försöker likna sig vid en målning genom sin utformning, vilket Barthes menar är fallet med piktorialismen. Slutligen syntax, vilket är när flera bilder tillsammans, i en sekvens, konnoterar ett budskap.³⁹

Jag utför min analys utifrån de två stadier av avkodning som Barthes beskriver. Min analys börjar med en beskrivning, denotation, av det jag ser och läser i *Vogues* artiklar och övergår sedan i en konnotation där jag tolkar och avkodar innehållet. På så vis kan jag identifiera vilka specifika element som skapar symboliskt värde, hur de förhåller sig till varandra och hur de i sin tur bidrar till att skapa eller upprätthålla en myt om mode.

De element som undersöks i bilden är t.ex. motiv, atmosfär, komposition, skärpa och pose. Jag bär mig åt på ungefär samma sätt i förhållande till text då jag definierar vad texten handlar om för att sedan undersöka vilken slags mening den framför. De relevanta elementen i texten är t.ex. ord, upprepningar och berättarröst.

Det går att argumentera att det inte finns något så som denotation och en representation av en objektiv verklighet. Barthes står dock fast vid att det är uppenbart för vem som helst vad det beskrivna eller avbildade objektet innefattar. Det han inte har tagit i åtanke är hur olika personer kan förstå och tolka vardagliga objekt. Stuart Hall menar att varje individ har sina egna konceptuella kartor, vilka formas av samhället och omgivningen vi växer upp i, som påverkar

³⁸ Barthes. (1977). ss. 34-35.

³⁹ Barthes. (1977). ss. 21-25.

hur vi agerar, tänker och tolkar omvärlden.⁴⁰ Den röda klackskon jag tänker på när jag beskriver den ser kanske inte ut som den du föreställer dig. Vi kopplar antagligen även skon till olika saker. Denna koppling kan ske omedvetet eftersom vår uppväxt gjort att vi tagit den för given. På så vis tolkar varje individ allting olika, i varierande grad, beroende på kulturen. Även om detta är fallet gör det inte det denotativa stadiet lönlöst. Om det tas hänsyn till att beskrivningen inte är objektiv är det en bra början för en vidare analys.

Barthes metod och teorier har även fått kritik för att vara snårigt skriven och innehålla utdaterade åsikter. Paul Jobling, som utgår från Barthes metod i sin avhandling, menar trots detta att metoden är en god grund för att tolka modets text och bild som ett språk och som förmedlare av symbolik förutsatt att teorin anpassas.⁴¹

Jag håller med Joblings åsikter och har därför valt ut relevanta delar av Barthes teori och metod för att anpassa den efter mitt material och syfte. Jag kombinerar hans verk för att lyfta betydelsen av textens och bildens relation till varandra, vilket inte tas hänsyn till i alla hans analyser. Faktumet att det är något som tagits upp i tidigare forskning visar på hur viktigt det är för helheten och att skapa en förståelse av det materialet kommunicerar.

Slutligen bör det förtydligas att jag som subjekt har en stor påverkan på analysen. Det jag väljer att beskriva i analysen under denotationen är ett urval av det jag anser vara relevant för att besvara mina frågor. Detta för att granskandet av varje detalj inte är relevant för syftet. Som jag påpekade innan är denotationen inte heller objektiv och det sker redan här en omedveten tolkning av objekten. Det bör då uppmärksammas att även denotationen till viss grad är subjektiv och någon annans analys av samma material kan skilja sig från min. Samt att min tolkning kan skilja sig från den tolkningen *Vogues* målgrupp under 1800- och 1900-talet skulle gjort. Därför har jag i åtanke att mina tolkningar ska kunna, speciellt när det kommer till myten om mode, motiveras med ett bredare mer allmängiltigt påstående eller historisk kunskap. Jag är därför medveten om vad jag grundar de på.

⁴⁰ Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage. s. 18.

⁴¹ Jobling, P. (1998). *Fashion figures : word and image in contemporary fashion photography*. Ph.D, University of Warwick. s. 102, ss. 69-72.

Teori och begrepp

Begreppen som jag använder mig av för att skilja på de olika nivåerna av budskap är denotation, konnotation samt det lingvistiska, kodade och icke-kodade budskapet. Jag använder mig även av begreppet beteckning när jag talar om objekts och ords olika betydelser.

En beteckning kan beskrivas som de olika sätt betraktaren kan tolka ett motiv. Barthes menar att bildmotivet består av flera stycken flytande beteckningar som betraktaren måste sålla genom för att hitta den som är relevant i just det sammanhanget och på så vis tolka bilden korrekt.⁴² Som det blir synligt i min analys kan enstaka motiv ha många beteckningar vilka påverkar den slutliga tolkningen av hela innehållet.

För att hjälpa betraktaren att sålla menar Barthes att texten, det lingvistiska budskapet, kan förankra vissa av bildens beteckningar. På en denotativ nivå beskriver texten motivet och svarar mer eller mindre på vad bilden föreställer. Detta gör att betraktaren snabbt förstår motivet men det kan även leda betraktarens blick till specifika detaljer. På den konnotativa nivån hjälper texten till att tolka motivet och peka på de relevanta beteckningarna.⁴³ Förankring kan då användas för att förklara textens relation till bilden men även andra bilders och motivs relation till varandra.

Avbytning är en annan funktion som det lingvistiska budskapet har, men här i en mer kompletterande relation med bilden. Barthes menar att både text och bild bidrar med sina beteckningar för att tillsammans skapa ett budskap som nödvändigtvis inte går att se i endast bild eller text för sig. Han ger ett exempel med film där dialogen tillför något till det som visas och att betraktarens tolkning av scenen skulle varit annorlunda om ljudet eller bilden togs bort.⁴⁴ Jag kan se detta hända i några av *Vogues* senare artiklar.

Texten och bilden som kommunicerar mode benämner Barthes i *Système de la Mode* det skriftliga, respektive visuella plagget. Tillsammans kallas de för det representerade plagget eftersom de, genom text- och bildelement, representerar delar av det verkliga plagget. Barthes menar att modebilden och texten talar olika språk och att det sker en översättning av verkligheten till vardera medium. Barthes påstår att modemagasinet endast mystifierar och att modefotografiet använder sig av tekniker som framhäver de symboliska värdena i plagget

⁴² Barthes. (1977). s. 39.

⁴³ Barthes. (1977). ss. 39-40.

⁴⁴ Barthes. (1977). s. 41.

snarare än de materiella. Det materiella värdena är då något som ett dokumenterande fotografi ägnar sig åt. På liknande vis använder sig modetexten av specifika ord och annorlunda meningsstrukturer som nödvändigtvis inte är vanliga i ett vardagligt skriftspråk.⁴⁵

Uppdelningen mellan text, bild och verklighet ger mig en förståelse i hur de olika mediumerna skiljer sig från varandra och vilka möjligheter de har att kommunicera mode. Min analys fokuserar alltså på hur det representerade plagget uttrycker sig, vilket Borrelli visar i hennes analys kan vara mycket poetiskt och drömligt.⁴⁶ Texten hon analyserar tycks inte representera verkligheten, vilket är ett exempel på den mystifiering Barthes och Kawamura menar sker i modemagasin. Vilket leder oss in på myten om mode.

Kawamura ser mode som en myt vilken byggs upp av sociala system och handlingar. Myten innefattar de mest accepterade föreställningar och åsikter som finns om mode, vilka skapas av bland annat journalister, modeller, designers och bloggare.⁴⁷ Hon skiljer mode från kläder och menar att modet står för det immateriella, ogripbara, medan kläderna står för det materiella, gripbara, i likhet med det representerade och verkliga plagget.⁴⁸ Modet kräver klädernas existens för att finnas till, precis som Barthes menar att det representerade plagget kräver det verkliga. Utan ett fysiskt plagg att bära finns det inget att förvandla till mode.

Kawamura beskriver att kläder införlivas med modemytens mystik genom olika processer och förvandlas då till mode, vilket sker med hjälp modesystemets aktörer.⁴⁹ Till exempel är *Vogue* en aktör i modesystemet och bidrar till myten genom olika sätt att kommunicera mode och införliva kläder med symbolik. En av *Vogues* processer är till exempel deras artiklar och sättet de skriver om mode. Detta är då uttrycket av det skriftliga plagget. Det samma gäller för bilden och det visuella plagget. Både Kawamuras och Barthes mytbegrepp bygger på samma påstående men Kawamura inkluderar handlingar istället för endast skriftlig och visuell kommunikation i begreppet process. Vilket ger en bredare förståelse av helheten av modesystemet, som sträcker sig utanför modemagasinets uppslag. Det hon gör att vidga begreppet till ett samhälleligt perspektiv vilket gör min kvalitativa forskning av *Vogue* relevant i en bredare kontext.

⁴⁵ Barthes. (1990). *The fashion system*. London: University of California Press. ss. 3-5.

⁴⁶ Borrelli. (1997). ss. 250-251.

⁴⁷ Kawamura, Y. (2017). *Modeologi: introduktion till modevetenskap*. ss. 74-75.

⁴⁸ Kawamura. (2017). s. 76.

⁴⁹ Kawamura. (2017). s. 76.

Barthes bidrar istället med detaljerna. I *Mythologies* beskriver han myten som ett metaspråk och ett komplicerat lingvistiskt system som bygger på ett redan existerande lingvistiskt system, det vanliga språket som talas.⁵⁰ Redan här syns liknelsen mellan mode och kläder till myt och verklighet. Han menar att myten är ett system, ett språk som förmedlar ett budskap, och det är på vilket sätt budskapet kommuniceras som utgör myten. Vilket möjliggör att vad som helst kan kommuniceras genom myten och införlivas med symboliskt värde.⁵¹ Modemyten tolkar jag som det språk aktörerna i modesystemet talar för att ge kläder symboliskt värde. Alltså vilka ord, motiv, layout och så vidare de använder. Det lingvistiska systemet som Barthes myt appliceras på kan då tolkas som klädernas system. Ovanpå detta materiella språk appliceras *Vogues* symbolladdade texter och bilder, vilka utgör myten om mode. Genom dessa texter och bilder skapas då modet.

Disposition

I nästa kapitel utför jag min analys av sex stycken artiklar från amerikanska *Vogue* mellan 1892 och 1922. Den är kronologiskt och systematiskt uppdelad då jag börjar med att analysera artiklarna från första nedslaget. Varje nedslag representeras av en kortare och en längre artikel där bild, respektive text dominerar. Nedslagen avslutas med en kort sammanfattning. Jag behandlar artiklarna var för sig, inledningsvis med en denotation och därefter en konnotation. Slutsatserna diskuteras i det sista kapitlet.

Analys

Första nedslaget

The butterflies

Detta är en kortare artikel från den 3:e maj 1894, två år efter första utgåvan. Titeln lyder ”The butterflies”. Se figur 1 under bilagor.

Denotation

I artikeln är illustrationen placerad överst på sidan, i mitten, och tar upp cirka 75% av sidans utrymme. Under den är texten placerad, vilken är indelad i tre spalter. Både text och bild är

⁵⁰ Barthes. (2007). *Mytologier*. Lund: Arkiv. ss. 223-224.

⁵¹ Barthes. (2007). s. 217.

omgivna av relativt mycket tomrum, vilket skapar luft och förhindrar att sidan ser trång ut. Titeln är integrerad i illustrationen och är placerad högst upp på en banderoll.

Illustrationen är utformad på ett sätt som framhäver bildrummet i mitten, vilket innehåller en kvinna i helkropp vid en harpa. Kontrasterna mellan ljus och mörker framhäver hennes silhuett och den art nouveau-liknande ramen hon omges av. Ovanför ramen finns banderollen och ett antal fjärilar. Det hänger även en puppa ned från banderollens högra sida och en larv är placerad högst upp till vänster.

Till höger, vänster och under den inramade kvinnan är fler kvinnor illustrerade. De avbildas också i helkropp och har alla nedtonade, naturliga poser. Bakom dem skymtas hem- eller utomhusmiljöer i form av stolar, byråer och buskar. Det är även två mindre par som samtalar placerade på respektive sida av ramen. De har fjärilsvingar på ryggen.

Texten under bilden, bildtexten, är skriven i ett litet seriftypsnitt och varje stycke markeras med en hänvisning till ett plagg. ”ROBE DE VISITE (upper right figure)”. Den första delen beskriver vilket slags plagg det är och inom parentesen pekas det ut var i illustrationen det befinner sig. Typen av plagg karakteriseras av vilket tillfälle det är menat att bäras. Detta räknar jag som en underrubrik då varje stycke behandlar vars ett plagg.

Bildtexten beskriver illustrationen på ett strukturerat vis, i långa meningar utan värdeord och minimalt med utfyllnadsord. Detta får vissa meningar att framstå som hackiga och svårlästa, till exempel: ”Cape, double cape of green velvet embroidered, deep chinchilla collar, long black wide moiré ribbon with long loops hangs from the back below the waist”. Det förekommer många specifika termer som syftar på typen av snitt, material, mönster och stil. Detta möjliggör att mycket information kan kommuniceras på ett litet utrymme men det kräver att läsaren förstår dessa termer. Texten beskriver både de detaljer som syns i bilden men även de som inte syns.

Konnotation

Eftersom bildtexten inte innehåller värdeord och endast fokuserar på att framföra beskrivande information krävs endast en förståelse av språket samt termerna för att avkoda det lingvistiska budskapet. Texten syftar direkt tillbaka på illustrationen. De detaljer texten tar upp på det begränsade utrymmet tyder på att det är de detaljer som spelar störst roll i valet av korrekt klänning. Det är trots allt de som skapar den distinkta silhuetten. Den är synlig i bilderna men upprepas i texten som för att markera deras betydelse. Klänningarnas användningsområde, exempelvis ”HOUSE GOWN”, återspeglas ibland i den miljö kvinnorna illustreras. Just i detta exempel återspeglas det med ett sidobord, en lampa och en harpa. Men ”DINNER GOWN”

refererar till en illustration där kvinnan befinner sig utomhus, vilket kan syfta på ett annat användningsområde än det texten beskriver. Detta skapar en motsägelse mellan text och bild som försvagar auktoriteten bakom den undervisande tonen i texten eftersom det som presenteras inte är konsekvent. Det blir då oklart för läsaren om den ska lita mer på texten eller på bilden.

Det symboliska värdet skapas snarare i sammankopplingen av rubriken, fjärilarna, älvorna och kvinnorna i kontexten mode. *The butterflies* syftar, på en denotativ nivå, direkt till fjärilarna men jag menar att de även, på en konnotativ nivå, syftar till kvinnorna. Själva fjärilen bär redan på flera möjliga beteckningar, den kan symbolisera t.ex. frihet, skönhet och sommar. I syntax med larven och puppan skapas dock beteckningen *utveckling*. Tillsammans representerar de dem tre stadierna i fjärilens utveckling. De två paren har fjärilsvingar på ryggen, vilket både gör en direkt koppling till fjärilarna och framställer dem som älvor. Älvor existerar vanligtvis i sagor och lyfter in *magi* och *fantasi* i budskapet. *Utveckling* kan då omtolkas som *förvandling*, vilket har mer magiska konnotationer. I den modekontext illustrationen befinner sig i menar jag att *magi* och *förvandling* syftar till myten om hur mode kan förvandla bäraren. Kvinnorna i bilden representerar då denna förvandling. Om den moderiktiga kvinnan likställs med den fullt utvecklade fjärilen kan kvinnans tidigare stadier av ungdom och barndom kopplas till larven och puppan. Hennes fullvuxna ålder i kombination med modet ger henne de attribut fjärilen associeras med: fullt utvecklad skönhet.

Eftersom bilden och texten är sammankopplade kan det tolkas som om illustrationerna framställer denna myt som går att uppnå genom att läsaren följer hänvisningarna i texten. Det är bilden som fångar läsarens intresse, laddar modet med symbolik och sedan får läsaren att läsa texten.

What she wears

Denna längre artikel är från den 17:e maj 1894. Titeln lyder: "What she wears". Se figur 2-4.

Denotation

Artikeln sträcker sig över tre sidor, varav den första och sista innehåller mest text, sidan i mitten tas upp av en heltäckande illustration. Artikeln bryts även upp av en sida reklam och ett uppslag med en illustration benämnd *The Lords/The Commons* som visar på skillnaderna i bl.a. uppförande mellan överklassmannen och arbetarklassmannen på gatorna. Illustrationen framgår inte tillhöra artikeln och behandlar inte heller mode på ett sett som är relevant för mitt syfte så

jag analyserar den inte närmare förutom att se den som ett avbrott i artikeln och en kommentar på klassamhället.

Texten i *What she wears* är skriven i seriff, indelad i tre spalter och placerad mellan två andra artiklar där endast rubrikerna och ett anfang skiljer dem åt i den kompakta texten. Texten bryts upp av en illustration i nedre högra hörnet på första sidan men enligt bildtexten tillhör den föregående artikel.

Varje stycke behandlar vars en företeelse, med ett fåtal undantag. Texten är skriven i jag-form som en redogörelse över vad författaren sett i butiker, på sociala evenemang och i staden. Plagg beskrivs utifrån snitt, material och färg. Det används även en del specifika termer som *leg-o`-mutton* vilket kräver att läsaren förstår modespråket. Författaren talar med auktoritet då det förmedlas hur kläderna ska se ut och vad läsaren kan göra för att vara på modet.

Berättarrösten är mestadels neutral och saklig utan ett målade språk. Ibland visar dock författaren sitt ogillande inför vissa trender och personer med kraftfulla uttryck. Artificiella blommor beskrivs som ”[...] very unsafe ornaments to cast loose upon a community [...]” och bör speciellt inte hanteras av unga flickor, eftersom de saknar en konstnärlig känsla. Författaren betonar också en kraftig kroppsform negativt genom att uttrycka sin chock såhär: ” [...] and alas ! stout women [...]”. Författaren beklagar även samhällets beslut att göra hattar med rosetter under hakan en sommartrend eftersom det skulle bli ” [...] insufferably hot and uncomfortable” en varm dag.

Illustrationen föreställer fyra kvinnor i olika klänningar, omgivna av en organiskt flödande ram vilken påminner om art nouveau. Ramen omges av blommor, det sitter en man med värja i ramens övre vänstra hörn och det hänger ett rökelsekar under honom. Tjockleken på linjerna och stilen skiljer sig mellan ramen och kvinnorna.

Kvinnorna i mitten har enkla poser och under dem benämns deras klänningar i versaler, ”CALLING GOWN”, ”FOR STREET WEAR”. Dessa klänningar beskrivs inte mer på denna sida eller i den tillhörande artikeln vilket får mig att undra över illustrationens placering och koppling till artikeln.

Konnotation

Den auktoritära och strikta berättarrösten som går rakt på sak ger intryck av att läsarna behövs styras upp och utbildas. Som författaren ger intryck av i exemplet med de artificiella blommorna och unga damerna samt den nya hatt-trenden är folk inte tillräckligt kunniga för att klara sig själva. Författaren tar här rollen som modeexpert och talar om vad som ska och inte ska göras.

Kritik ges till det som författaren inte håller med om och beröm ges till de damer som lyckats bemästra konsten att klä sig. Det ges även utförliga tips till läsarna. Utformningen av texten stärker *Vogue* som en stilguide och författarna som auktoriteter inom modevärlden. Åsikterna i artikeln är skrivna på ett sätt som får dem att framstå som självklara, utan nyanserade tolkningar och rättfärdigande. Självklarheten får författaren att framstå som att hen vet bäst, åsikterna behövs inte ens förklaras eftersom det är uppenbart att de är korrekta.

Illustrationerna bryter upp textmassan och skapar lite luft. Det är ett, enligt mig, välbehövt avbrott eftersom ögat tröttnas ut av mycket tät text. Det framstår inte att bilderna har en annan funktion än denna, kopplat till artikeln, eftersom ingen av klänningarna refereras till i texten. Den enda gemensamma nämnaren är *leg-o`-mutton* ärmarna på klänningarna i bilderna vilka nämns kort i texten ofta vara gjorda av somrigt silke.

Faktumet att klänningarna i mittenillustrationen inte beskrivs mer ingående än med ”CALLING GOWN” och ”FOR STREET WEAR” tyder på att den förklarande och utbildande funktionen, som texten har, inte är den främsta funktionen hos illustrationen. Den verkar främst ha ett estetiskt värde. Detta förstärks av den detaljerade ramen som omger kvinnorna. Ramen och damerna ser ut att vara illustrerade av olika personer eller med olika tekniker eftersom bredden och utformningen på linjerna skiljer sig åt. Även stilen på figurerna är annorlunda då mannen med värjan är mer stiliserad och damerna mer detaljerade. Detta får mig att tro att ramen är ditsatt i efterhand som för att fånga betraktarens blick och dra till sig uppmärksamhet. Ramen gör kvinnorna till något annat än modeller för moderiktiga klänningar, den ramar in dem och skapar ett grafiskt element med övervägande estetiskt värde.

Detta kan vara ett exempel på faktumet att modeillustrationer klipptes ut och sparades av vissa kvinnor som dekor.⁵² På så vis ger *Vogue* modeillustrationen en annan funktion än att visualisera en beskrivning och uppmanar läsarna att se det estetiska värdet i den. Att se mode som konst lyfter ut det från den materiella och praktiska sfären som kläder har och placerar det i konstens sfär där abstrakta kvaliteter som känsla, atmosfär och symbolik skapar värde.

Sammanfattning

Det framgår att det första nedslaget karakteriseras av en text med beskrivande innehåll, vilken ofta är icke-kodad, som kan kompletteras med en kodad illustration som tillför symbolik. Bilden

⁵² Best.(2017). Omärkt sida inom ss. 15-44.

fungerar här som en visualisering av textens innehåll eller enbart för sig själv som estetiskt värde.

I den första artikeln syns det hur texten och bilden refererar till varandra genom att syfta på samma plagg. Det blir även tydligt att de talar olika språk, som Barthes säger, då texten beskriver plagget och bilden visualiserar det samtidigt som det skapar en myt om mode. I syntaxen av fjärilen, larven, puppan, älvorna och de moderiktiga kvinnorna förankras beteckningarna *förvandling* och *magi*. Myten som skapas kan syfta på modets magiska förmåga att förvandla kvinnan till sin fullt utvecklade form, då hon uppnått ultimata skönhet.

I den andra artikeln är inte text och bild sammankopplade och de förmedlar olika budskap. Texten är här också beskrivande men författaren tillåts ha en stark åsikt och användandet av värdeladdade ord skapar en föreställning av författaren som både kunnig och pålitlig inom modevärlden. Detta är nödvändigtvis inte en myt om mode men utformningen av texten legitimerar *Vogue* som en modeexpert vilken har auktoritet nog att utbilda läsarna.

Illustrationen, som framhävs på en hel sida, har främst estetiskt värde eftersom det saknas utförliga beskrivningar och istället tillsätts en dekorativ ram vars motiv inte tycks vara kopplat till modet. Jag drar slutsatsen att detta var ett svar på läsarna som klippte ut modeillustrationer och ett försök att lyfta modet in i konstvärlden. Att illustrationen som inte klassas som konst framställs ha liknande värde och funktion som ett konstverk kopplar jag till begreppet estetisering, som Barthes beskrev var då modefoto efterliknade en tavla. Att applicera konst på mode kommer med sina beteckningar och kopplingar till överklassen, den kulturella eliten och *den goda smaken*.⁵³

Kopplingarna till konsten samt myten om modet som transformativt återkommer genom alla nedslag och diskuteras i slutsatsen.

Andra nedslaget

The American woman of fashion

Detta är en mindre artikel från den 15:e maj 1911. Titeln lyder: "The American woman of fashion with her keen sense of fitness approves of the latest small French shapes for traveling".

Se figur 5.

⁵³ Andersen (2006). s. 78, s. 80; Jelinek, J. (2018). "Art as strategic branding tool for luxury fashion brands". *Journal of Product & Brand Management*, 27(3), ss. 300-302.

Denotation

Bildelementen består till största delen av fotografier och tar upp ungefär 90% av sidans utrymme. Till vänster är ett ovalt porträtt av en kvinna som överlappar fyra andra porträtt på höger sida. Dessa kvadratiske porträtt är placerade tätt med varandra som i ett rutnät. Under dessa fyra porträtt är en inramad bildtext, omgiven av stilrena blommor. I det lilla utrymmet som finns kvar, i vänstra hörnet, är titeln och bildtexten till det ovala fotografiet placerat.

Alla fotografierna är tagna i bystformat, bakgrunden och nedre delen av kroppen är suddiga vilket leder ögat till modellens ansikte och hennes hatt. Porträtten föreställer två modeller i olika slags hattar. Deras poser är minimala. I två av fotografierna lutar sig modellen mot vad som ser ut som ett armstöd och i alla förutom ett fotografi undviker modellen ögonkontakt med betraktaren.

Rubriken är skriven i versaler och typsnittet är en serif i fet stil. Rubriken består av en lång mening som förmedlar vad den amerikanska moderiktiga kvinnan tycker om "French shapes". Vad "French shapes" betyder går inte att lista ut endast genom rubriken utan sker i samband med både bildtexterna och fotografierna. Jag återkommer till detta.

Bildtexterna är skrivna i ett mindre, kursivt, seriftypsnitt. De består av en enda mening som beskriver bilden ovanför. Alla meningarna följer samma struktur och börjar med ett värdeladdat adjektiv som beskriver hattens skick eller känslan den utstrålar. Sedan betecknas stilen eller typen av hatt, färg och material, sist beskrivs utvalda detaljer.

Konnotation

Det enda i bildtexterna som tillför symboliskt värde är adjektiven, vilka framställer hattarna som att de utstrålar dessa värden, till exempel *chic* och *smart*. Faktumet att hattarna presenteras som moderiktiga leder till att moderiktighet också kopplas till dessa värden. För att vara moderiktig bör läsaren alltså uttrycka några av dessa värden i sin klädsel.

Rubrikens "French shapes" syftar i kontexten på hattarna som bildtexterna beskriver och som fotografierna avbildar. Att beskriva en hatt som en form utesluter hattens praktiska funktion som kommer med benämningen *hatt* och framhäver istället hattens utformning. Begreppet *shapes* är även aningen abstrakt i den mening att formen kan se ut hur som helst och kan referera till många objekt och fenomen. Tillsammans med fotografierna framhävs den estetiska utformningen och strukturen på hattarna, vilket förankrar kopplingen till skulpturer. *Shapes* beskriver då hattarna som skulpturer och kopplar dem till konsten. Med den utökade beskrivningen "French shapes" blir dessa skulpturer ett uttryck för idén av det franska

formspråket och Frankrike som centrum för konst och haute couture. Med denna koppling följer även myten om haute couture-designern som geni. Att hattarna framställs som skulpturer formade av ett franskt geni införlivar dem med symbolisk värde och status.

Rubriken förmedlar även ett ideal av vem den moderiktiga amerikanskan ska vara. ”The American woman of fashion”, ”approves of” och ”French shapes” beskriver fransk designs betydelse i Amerika och hur det är ett tecken för moderiktighet. ”Shapes for traveling” och ”the American woman of fashion” förmedlar ett ideal av den moderiktiga kvinnan på resande fot. Tillsammans med de värden bildtexten tillför hattarna kan det tolkas att amerikanskan också ska vara *chic* och *smart*, vilket hon kan uppnå genom att bära en av dessa hattar.

New life to the Watteau mode

Detta är en längre artikel från utgåvan den 1:a maj 1912. Titeln lyder: “New life to the Watteau mode”. Se figur 6.

Denotation

Högst upp på sidan står titeln, på höger sida under den finns en undertitel. Texten är indelad i fyra spalter, vilka även bilderna rättar sig efter. På övre vänstra sidan tar en inramad illustration upp en fjärdedel av utrymmet på sidan. I nedre högra hörnet är två illustrationer placerade. Bildtexterna är placerade under eller bredvid illustrationerna. Text och bild tar upp ungefär lika mycket utrymme.

Huvudtexten inleds med ett anfang och är skriven flytande med tre underrubriker som behandlar vardera illustration. Underrubrikerna ”Blending pastel shades”, ”The frock of many petticoats” och ”A flower gown” lyfter fram specifika detaljer från varje klänning och refererar tillbaka till titelns underrubrik ”Layers of filmy petticoats in rainbow hues are topped by panniers and sprinkled with artificial flowers”. Denna upprepning av specifika detaljer återkommer under alla rubriker och bildtexter.

Huvudtexten inleds med en berättelse där författaren träffar designern Madame Loyse och det inkluderas en liten intervju där de diskuterade hennes nya kreationer. Designern beskrivs som en konstnär som ”[...] learned the art of making women beautiful [...] through the essentially feminine medium of daintiness”. *Daintiness*, eller nätthet, är ett återkommande begrepp när detta mode beskrivs.

Klänningarnas material, färg, dekor och uppbyggnad beskrivs ingående i resterande huvudtext. Återkommande ord är: liten, nätt, porslin, blommig, pastell, mjuk, broderi och lager. Det lyfter de detaljer som urskiljer ett ”Watteau mode”, vilket illustrationerna visualiserar. Kvinnornas minimala poser speglar nättheten som beskrivs i texten.

Konnotation

Antoine Watteau är en rokokokonstnär som levde mellan 1684 och 1721. En av hans kända konstverk är *Les Fêtes vénitiennes*, vilken föreställer en grupp personer som sitter utomhus och tittar på när en kvinna och en man dansar.⁵⁴ Stilen på klänningarna är döpta efter honom antagligen på grund av de detaljer som författaren ständigt upprepade. Tanken med kopplingen till Watteau är att klänningarna ska utstråla rokokostil och att ”Watteau himself might have designed them” som författaren menar. Pastell, mjuk, lager och blommig är de ord från artikeln som går att beskriva vissa element i *Les Fêtes vénitiennes* med, såväl som annan rokokokonst. Designerns konstnärliga förmåga likställs då nästan med Watteau eftersom hennes klänningar påminner så mycket om hans tavlor. Återigen ger kopplingen till konsten både designern och mode symboliskt värde.

Designern beskrivs även använda den typiskt kvinnliga egenskapen nätthet för att göra kvinnor vackra. Hennes metoder menas inte vara lika drastiska som en fransk designers. Genom en försiktig framhävnin g av bärarens inneboende nätthet förstärks då hennes kvinnlighet. L ägg märke till att designern själv även beskrivs som nätt genom sina återhållsamma metoder. Hon framställs som det idealet hon får andra kvinnor att uppnå. Samtidigt framställs franska designers som överdrivna och då även som mindre kvinnliga. Detta är något som speglar åsikterna om Paris mode som oanständigt, en tanke som speciellt amerikanska modemagasin brottades med då till exempel *Godey's Ladies' Book* amerikaniserade franska modeillustrationer.⁵⁵ Kvinnligheten är något som också speglas i rokokokonsten då den kom att beskrivas som lättsinnig och känslös, kvaliteter som kopplats till kvinnor och, under 1600- och 1700-talet, en överklass med för mycket fritid.⁵⁶

⁵⁴ Honour, H. & Fleming, J. (2009). *A world history of art*. 7:e uppl. London: Lawrence King Publishing. ss. 609-610.

⁵⁵ Steele, V. (1998). *Paris fashion: a cultural history*. 2:a uppl. Oxford: Berg. ss. 3-5.

⁵⁶ Honour & Fleming. (2009). ss. 608-609.

Sammanfattning

Dessa två artiklar har också beskrivande texter men det syns en tydlig förändring där utomstående fenomen och abstrakta ord används för att beskriva de plagg som bilderna visualiserar. Här samarbetar bild och text för att skapa nya kopplingar, främst till konsten.

I den första artikeln används *shapes* som beteckning på hattarna. *Shapes* är ett brett begrepp som kan syfta på mycket men tillsammans med fotografiet av hattarna skapas en konnotation. Det kan förklaras att bilden förankrar beteckningen *skulptur* i ordet *shapes* och att *skulptur* i sin tur framhäver hattens estetiska element och gömmer de praktiska. Text och bild förankrar varandra och fungerar som avbytningar till skapandet av hatten som ett skulpturalt element. Hatten är inte längre ett skydd mot vädret utan något estetiskt tilltalande, ett konstverk. Detta är ett fenomen som återkommer i den sista artikeln i tredje nedslaget.

I den andra texten skapas också symboliskt värde i kopplingen till något utanför modevärlden, men här mindre abstrakt. Det är främst texten som väldigt tydligt beskriver modet som direkt relaterat till rokokon. Detta görs genom adjektiv som kan kopplas både till rokokokonst och modet i fråga men även genom liknelsen av designern till Watteau. Modet får rokokons beteckningar av passion, lättsinnighet och romans och designern får konstnärens beteckning som geni. Genom att benämna modet som feminint och nätt förstärks rokokons koppling till kvinnlighet och könsnormen kring det manliga konstnärsgeniet utmanas. Kopplingarna till konsten är ständigt återkommande i *Vogue* och diskuteras mer i slutsatsen.

I denna artikel blir även myten om det transformativa modet synligt. Designern beskrivs kunna framhäva bärarens nätthet genom sina klänningar och på så vis göra de mer kvinnliga. I likhet med artikeln ”The butterflies” från första nedslaget påstås det att modet är direkt kopplat till hur vacker eller kvinnlig bäraren är.

Tredje nedslaget

All is a sleeve that flutters

Denna mindre artikel kommer från utgåvan den 15:e maj 1921. Titeln lyder: “All is a sleeve that flutters from Jenny’s lovely frocks”. Se figur 7.

Denotation

I denna artikel är de enda bildelementen tre fotografier, dessa tar upp cirka 90% av utrymmet på sidan. Fotografiet högst upp i mitten är inramat i en stilren kvadratisk ram. Nedanför på var

sida är två fotografier i helkropp, inramade i en ram formad som en båge. Under dessa foton finns deras bildtexter och mellan dem är bildtexten till den övre bilden samt rubriken placerad. Utrymmet mellan de fotografierna är smalt och texten ser inträngd ut.

I det första fotografiet sitter modellen i en stol och lutar armen mot en byrå bakom henne. Hon är sedd i profil och tittar ner. I fotografiet till vänster står modellen i en dörröppning, tittar med nedsänkt huvud in i kameran och håller i dörren. I fotografiet till höger står hon lutad, i profil, mot en kolonn och håller i ett objekt. I majoriteten av bildrummen kontrasteras och framhävs hennes klänning med ljus eller mörk bakgrund.

Titeln lyfter detaljen ”a sleeve” och poängterar vad den gör, ”flutters”. ”All is” pekar på att allt som är av betydelse är den fladdrande ärmen. Detta återspeglas i bildtexterna som till majoriteten beskriver denna detalj.

Bildtexterna talar om klänningarna på ett skönlitterärt vis med liknelser, poetiska beskrivningar och värdeladdade ord. Meningar som ”Shadowy, bat-like wings wave their black Chantilly lace lengths from ’Chauve Souris’ [...]” verkar förmedla en känsla snarare än att beskriva hur plagget ser ut. Designern nämns även i varje text och hennes val av utformning framhävs i ”Jenny allows [...]” och ”which are Jenny’s way of [...]”

Konnotation

Klänningar ges även namn, *Chauve Souris* översätts från franska till fladdermus och *Jade* syftar både till ett kvinnonamn och en grön färg. Att namnge plagg personifierar dem och gör att de upplevs som personligheter. Dessa två namn speglar även uppfattningen av plagget som bildtexten skapar.

Jade beskrivs inledande komma på uppmaningen av Triton som blåser i sitt horn. Triton är en grekisk havsgud som kontrollerade vågorna.⁵⁷ *Jade* likställs då här med havets vågor samt kopplas till grekisk mytologi. Referenserna till havet fortsätter med ”[...] shimmering sea-green taffeta” och ärmarna beskrivs vara ”[...] like clouds of sea mist”. Havets vågor kan ses som aggressiva naturfenomen men i kopplingen till modellens försiktiga uttryck och de övriga ordvalen i texten konnoterar klänningen snarare stilla guppande vågor. Referensen till antika Grekland tar än en gång upp kopplingen till konsten via antika skulpturer av gudar och gudinnor. Antika gudomar, hav och skönhet kopplar jag samman till motivet *Venus födelse*.

⁵⁷ Nationalencyklopedin. *Triton*. Hämtat från: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/triton> (2020-06-15)

Till skillnad från denna gudomliga skönhet som *Jade* tycks representera beskrivs *Chauve Souris* som en immateriell svart rök. "[...] a single evidence of tangibility [...]" syftar på att klänningen i övrigt är ogripbar, genomskinlig, förutom just i midjan. Detta framkallar en aura av mystik. Tillsammans med fotografiet på den timida modellen ger det mig konnotationer till en *femme fatal*, en dödligt vacker och mystisk kvinna som inte är lika oskyldig som hon ser ut.⁵⁸

Transformations any woman may achieve

Denna sista artikel tillhör utgåvan 1:a maj 1921. Titeln lyder: "Transformations any woman may achieve". Se figur 8-11.

Denotation

Artikeln sträcker sig över fyra sidor vars layout är väldigt lika varandra. Alla sidor har ett stort fotografi högst upp i mitten och under den placeras text och andra fotografier eller illustrationer. Den sammanhängande layouten gör att det skapas ett mönster och en rytm.

Bildelementen tar upp ungefär 70% av utrymmet på sidorna och det smala utrymme texten placeras på ger intrycket av att texten får rätta sig efter bilderna.

Fotografierna är signerade av Adolphe de Meyer, en av de fotografer som Nast anställde.⁵⁹ De flesta fotografierna är tagna med mjukt ljus som lyser upp modellens silhuett bakifrån och en suddig skärpa som inte framhäver några specifika detaljer i bilden. Modellen poserar enkelt och undviker för det mesta betraktarens blick genom att vrida bort huvudet eller blicken.

Illustrationerna föreställer kvinnor i bystformat. De är stilrena och saknar detaljer, förutom enstaka mönster i bakgrunden eller på klänningarna. De är, till skillnad från illustrationerna i föregående artiklar, utformade på ett mindre realistiskt vis.

Huvudtexten är skriven i en serif, markeras med ett anfang och inleds med nyheter från Paris. Damerna i Paris har insett att livet är kort och väljer istället att bära en *transformation* för att lätta på deras vardagliga problem. I artikeln syftar *transformation* på en peruk, något som förklaras utan att använda ordet *wig* mer än en gång och då för att förtydliga skillnaden mellan de två. *Förvandlingen* anses ha förmåga att ge bäraren mer tid att söka efter lycka eftersom bäraren då slipper allt tidskrävande krångel och frustration med styling av sitt eget hår. Texten är säljande och poängterar hela tiden vilket mirakel denna *förvandling* är. Det ges några

⁵⁸ Nationalencyklopedin. *femme fatale*. Hämtat från: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/femme-fatale> (2020-06-15)

⁵⁹ Best. (2017). Omärkt sida inom 73-101.

exempel på vilka olika slags kvinnor som har användningen för den, det menas att alla kan behöva en *förvandling*. I slutet av texten framställs peruken faktiskt förvandla bäraren och till och med kräva att hennes personlighet anpassas efter perukens utstrålning. De få grönögda kvinnorna som anses kunna bära den röda *förvandlingen* måste ha "[...] a ready tongue and a quick wit. When one plays with fire, one must guard against getting burnt". Bildtexterna fortsätter att lyfta denna magiska potential *förvandlingen* har.

Konnotation

Peruken framställs i citatet ovan som en kraft som måste kontrolleras, ett magiskt föremål ens inre styrka måste bemästra. Meningar som denna och "She who wears a regal wreath [...] will unconsciously adopt a queenly air and make subjects as she goes" lyfter fram *förvandlingens* förmåga att förändra det intryck bäraren har på omvärlden.

Intrycket av överklighet och magi är något som främst bildtexterna förstärker med sina ordval: "[...] dusky black hair [...] with a sweep of diamond comb", "[...] grapes of jet on a forehead of alabaster" och "[...] a gleaming rhinestone triangle cuts itself against this silver coiffure". Meningarna är formade på ett vis som påminner om poesi och färger beskrivs med liknelser. Det poetiska språket framhäver känslan som *förvandlingen* är menad att utstråla och skapar idén, föreställningen, av vad *förvandlingen* kan åstadkomma. En slags abstrakt dröm presenteras och fyller begreppet *transformation* med konnotationer som begreppet *wig* skulle ha svårare att frammana på grund av sin redan praktiska och materiella innebörd. Genom att endast byta ut ett ord ges det verkliga objektet en ny mening.

Denna abstrakta drömvärld kontrasteras i de verkliga situationer huvudtexten sätter *förvandlingen* i. Hela artikeln tar upp motsättningen mellan dröm och verklighet, vilket rubriken "Transformations any woman may achieve" sammanfattar. *Transformations* syftar både på den verkliga peruken och den magiska förvandling bärandet av peruken innebär. Själva begreppet innehåller två kontrasterande betydelser. Att varje kvinna har möjlighet att uppnå denna drömlika förvandling skapar ännu mer spänning då innebörden av begreppet *transformation* hela tiden skiftar mellan en abstrakt drömvärld och en materiell verklighet.

Fotografierna kan ses som speglingar på detta då de deras utformning skapar kopplingar till drömmen men deras faktiska existens och mediets beroende av verkliga objekt grundar dem i verkligheten. Det måste finnas ett motiv att fotografera. Fotografi som medium påverkar då tolkningen av *förvandlingen*. I kontrast till detta får *soft focus* modellen att framstå som i en dimma. Suddigheten och det mjuka ljuset skapar en aningen överklig känsla och mystik då det

är svårt att uppfatta detaljer. Dimman ger bildrummet uttrycket av att vara en del av något bortom oss. Faktumet att modellen undviker betraktarens ögon får henne att framstå som avlägsen, både fysiskt och mentalt. Detta är ett exempel på både hur pose och fotogenia påverkar fotografiets beteckningar.

Sammanfattning

I dessa två artiklar samarbetar text och bild för att tillsammans skapa symboliskt värde. Texten beskriver modet med värdeladdade ord och abstrakta fenomen på ett poetiskt vis. Både text och bild beskriver respektive visualiserar snarare känslor än fysiska egenskaper.

Båda artiklarna visar stora likheter med de texterna som Borrelli undersökte då språket är målande, poetiskt och abstrakt. Detta speglas tydligast i den första artikeln och i bildtexterna till den andra. Det är främst de värdeladdade och varierat abstrakta adjektiven som skapar känsla och symbolik. Borrelli identifierade även att hyperbol användes, vilket till viss del är synligt i ”Transformations any woman may achieve” då endast de negativa sidorna av hårstyling presenteras samt det påstådda miraklet av förvandling som peruken är kapabel till.

Myten om mode som transformativ är extra tydlig i denna sista artikel eftersom hela konceptet är att peruken, *the transformation*, förvandlar bäraren till något från hennes drömmar. Bild och text anspelar genomgående på dikotomin dröm och verklighet och de båda förmedlar tillsammans denna myt om modet. Precis som fallet i artikeln från andra nedslaget, där *shapes* syftade på hattarna, bildar här *förvandlingen* och den faktiska peruken föreställningen om modets magiska egenskaper. Denna myt visualiseras i fotografierna som genom *soft focus* förmedlar denna magiska och drömlika känsla peruken framställs ha.

Dessa suddiga fotografier är som sagt typiska för piktorialismen, en rörelse som ville legitimera fotografiet som ett konstnärligt uttryck precis som Andersen menar att *Vogue* vill legitimera modet som konst. Det visar sig att kopplingen till konstvärlden görs i varje nedslag.

Resultat och avslutning

Symboliskt värde och myten om mode

Med denna analys kan jag svara på hur symboliskt värde skapas och vilket myt som förmedlas.

I ”The butterflies” refererar texten och illustrationen till varandra men det är bara bildelementen

som skapar symboliskt värde. Genom syntaxen av motiven skapas myten om modet som en del i kvinnans fullt utvecklade stadie. Text och bild är dock fränkopplade i "What she wears". Genom att använda värdeladdade ord och en auktoritär berättarröst skapar texten en uppfattning om *Vogue* som en pålitlig modeexpert. I samma artikel gör illustrationen kopplingen till konsten genom att dess estetiska kvaliteter framhävs med en egen sida, en ram, samt avsaknaden av beskrivande bildtext. Här bidrar då även layouten till kreerandet av symboliskt värde.

Kopplingen till konsten, vilket ger värde, blir allt mer uppenbart i det andra nedslaget då texten tydligt refererar till rokokon genom att benämna modet som ett "Watteau mode" samt beskriva det med adjektiv som även går att applicera på rokokokonsten. Den andra artikeln visar även hur avbytningen mellan ordet *shapes* och hattarna på fotografierna framhäver hattens estetiska värde och än en gång kopplar modet till konsten. De båda beteckningarna förs samman och skapar då en ny konnotation om hatten som ett skulpturalt verk utan praktiska funktioner.

I det tredje nedslaget samarbetar text och bild tydligt för att införliva värde och skapa en myt. Båda artiklarna använder värdeladdade ord, liknelser, målande språk och kopplar modet till något utanför modevärlden. Även om texterna är beskrivande är de inte icke-kodade eftersom de ord och liknelser de använder för att beskriva modet även tillför vissa beteckningar och bidrar till att förmedla en känsla. Detta står i likhet med hur Borrelli beskriver utformningen på de texter hon undersöker och de fenomen hon lyfter. Fotografierna speglar denna känsla och tillsammans framställs det att kläderna har dessa inneboende kvaliteter och unika utstrålningar. Främst i "Transformations any woman may achieve" tillförs ytterligare symboliskt värde genom fotogenia och estetisering.

Myten som kommuniceras i varje nedslag skiljer sig inte mycket åt, de flesta betonar modets förmåga att förvandla bäraren, det sker snarare en förändring i hur denna myt skapas och hur stor vikt det läggs på att generera symboliskt värde. Målgruppen tycks inte påverka myten i sig själv, snarare hur framträdande den är.

Jag ser här en gradvis utveckling då *Vogue* gått från till större delen icke-kodad kommunikation till kodad. Den utbildande tonen som syns tydligast i första nedslaget påminner om den ton modemagasin för den lägre klassen hade.⁶⁰ *Vogue* var vid detta skede riktat till medelklassen.⁶¹ Vid det andra nedslaget, straxt efter Condé Nast tog över, blir det synligt att fokus har ökat på att tillföra extra värde på kläderna istället för att utbilda läsaren. I det tredje nedslaget skiljer sig

⁶⁰ Best. (2017). Omärkt sida inom ss. 15-44.

⁶¹ Matthews David. (2006). s. 17.

texten mycket från de tidigare nedslagen och den tycks genomgående generera värde genom ord, berättarröst och referenser. Precis som Rocamora beskriver i skillnaden mellan *Le Monde* och *The Guardian* tycks ett poetiskt, abstrakt språk hänga samman med finkulturella magasin. Även om hon undersöker ett magasin från 1990-talet är det stora likheter i hur den skriftliga kommunikationen ser ut mellan *Le Monde* 1996 och *Vogue* runt 1920. Hon beskriver att *Le Monde* skapar en intellektuell drömvärld vilket bildas utifrån specifika ordval och små detaljer.⁶² Som exempelvis i fallet med *shapes* och *the transformation* kan bytet av ett enda ord ge helt annorlunda beteckningar och på så vis förändra både myten samt intrycket läsaren får av magasinet, vilket Rocamora också poängterar.

Bildelementen i *Vogue* visar även på en liknande utveckling då de går från att visualisera modet någorlunda objektivt med helkroppstillustrationer och minimala poser till att betona en känsla. Denna utveckling har dock skett mer plötslig runt tredje nedslaget då de flesta illustrationer och fotografier haft liknande utformning i pose, teknik och format. De bilder som sticker ut mest är De Meyers fotografier.

När jag läste Andersens bok fick jag intryck av att förändringen av *Vogues* kommunikation skedde relativt abrupt i samband med Nasts ägande och anställande av De Meyer runt 1909 och 1913. Andersen påpekade att modefotografiets anspelning på konsten legitimerade *Vogue* som ett lyxmagasin, vilket skedde i samband med bytet av målgrupp.⁶³ Som det visar sig efter min analys stämmer detta främst när det kommer till bildelementen men det framgår att ägarbytet inte påverkade den skriftliga kommunikationen eller myten lika drastiskt som bilden eftersom de redan hade påbörjat sin förändring. Bildelementen har inte följt den genomgående utveckling texten har haft genom tidsspannet. Inte heller är kopplingen till konsten något nytt för *Vogue*. Det fanns alltid i bakgrunden och snarare framhövdes genom åren och blev fullt synligt runt 1920-talet.

Det som är gemensamt för den tidigare forskningen är att de alla beskriver modemagasin som en ideal fantasivärld där läsaren lockas in och får sin syn på mode påverkad.⁶⁴ Redan från början av *Vogues* publikation kan läsaren få intrycket av att modet kan förvandla dem och, som det argumenteras för i sista nedslaget, göra läsaren lyckligare. Men *Vogue* påverkar även hur läsaren ser på sig själv och relationen den har till magasinet. I det första nedslaget används *Vogue* för att utbilda läsaren och i "What she wears" talar författaren ner på vissa personer,

⁶² Rocamora. (2001). ss. 123-142.

⁶³ Andersen. (2006). ss. 75-77.

⁶⁴ König. (2006). s.209; Borrelli. (1997). ss.256-257; Rocamora. (2001). s. 126.

beteenden och trender. *Vogue* framställer sig själv som en expert att lära läsaren att inte göra dessa misstag. Läsaren betonas vara underställd magasinet och i behov av hjälp för att navigera trenderna. I senare nedslag blir denna syn nedtonad och gömd i påståendet att modet kommer göra bäraren både lyckligare och mer komplett. *Vogues* fördömande av trender har tagits över av upphöjandet av andra trender och betoningen av modets magiska förmåga att göra läsarens drömmar sanna. Läsaren framställs inte längre vara okunnig och i behov av utvecklade beskrivningar av korrekt klädsel utan som en person som förtjänar det bästa. *Vogue* framställs fortfarande vara till för att guida läsaren men denna föreställning är förpackad annorlunda, om jag ska göra en liknelse, med silkespapper och rosetter istället för kartong.

För att sammanfatta har *Vogue* genomgått en utveckling från ett delvis okodat och beskrivande medelklassmagasin till ett kodat lyxmagasin insvept i abstrakta liknelser och atmosfär. Kopplingen till konsten och myten om det transformativa modet har förstärkts i både text och bild genom varje nedslag och *Vogue* har alltid framställt sig själv som en auktoritär figur inom modevärlden. Bytet av målgrupp har inte förändrat myten om mode, snarare hur den kommuniceras.

I relation till annan forskning

Denna kvalitativa semiotiska analys kompletterar den tidigare forskningen med ett specifikt exempel och tidsram som bidrar till att se *Vogues* utveckling av kommunikation. Mycket av det som forskningen visat har bekräftats i min analys även om tidsperioderna som behandlas skiljer sig mycket åt. Detta visar på att lyxmagasin, och den kulturella eliten i allmänhet, verkat kopplats till konst och abstraktion under flera århundraden. Samt att teknikerna för att koppla mode till konst inte förändrats mycket när det kommer till skriftlig kommunikation i modemagasin. Vilket min, Borrellis, Rocamoras, Königs och Stewarts analyser tillsammans bekräftar. För att göra något ämnat åt en elit tycks det behövas att språk och bild formuleras på ett sätt som kräver, eller framställs kräva, en högre utbildning eller kunskap inom konst och finkultur, något som inte är tillgängligt för alla.

Trots att dagens lyxmode är mer tillgängligt för allmänheten än någonsin innan, genom bl.a. live streaming och bloggar, finns fortfarande denna föreställning att konsten tillhör en högre social samhällsklass och då fortsätter legitimeras lyxmodet som lyx. Som Julia-Sophie Jelinek visar i sin studie *Art as strategic brand tool for luxury fashion brands* använder fortfarande lyxmagasin och lyxmodemärken sig av konsten för att få denna exklusiva aura och nischade

målgrupp som *Vogue* ville uppnå för cirka hundra år sedan.⁶⁵ Den djupt rotade föreställningen om konst som exklusiv finkultur kan ses som en av de anledningarna dagens allt mer tillgängliga mode inte tappar sin aura och status.

Ifall Kawamuras teori om modesystemet tillämpas på min analys blir *Vogue* en av aktörerna som tillsammans med resterande aktörer skapar och upprätthåller olika föreställningar, myter, om mode. Min analys blir då intressant i ett bredare perspektiv och kan kompletteras med vidare forskning om hur t.ex. myten om det transformativa modet upprätthålls. Det är även intressant att se om olika magasin eller aktörer kommunicerar skilda myter samt hur detta sker. Detta kan ge insikt i hur ett modesystem hålls samman. Samt ifall det finns mer eller mindre allmängiltiga myter om mode i samhället och om dessa myter förändras beroende på århundrade. Detta kan i sin tur jämföras med hur modesystemet ser ut idag och hur dagens myter upprätthålls.

⁶⁵ Jelinek. (2018). ss. 300-302.

Bilagor

Fig.1 – *Vogue* 3:e maj 1894, “The butterflies”, Condé Nast, s. 161.



(1. Centre Picture.) HOUSE GOWN, PRIVATE GOWN.—Rob Roy plaid of satin merveilleux, full skirt, demi-train, short waist with bias centre of the plaid satin. A front of dark green velvet, and green velvet revers covered with duchesse lace, soft green velvet collar, full balloon sleeves to elbow, tight-fitting sleeves of green velvet to the wrist, trimmed with duchesse lace.

DINNER GOWN (upper left figure).—Cream-white satin, demi-train, round low neck back and front, double bertha of pink velvet bespangled with silver, full sleeves to the elbow and white chiffon spangled, in a ruffle falling half way to the wrist, Madam de Mattivette rose, long spangled chiffon scarf, caught at the back, draped over the shoulders, knotted at the belt, hangs to the bottom of the skirt; two pink spangled velvet ruffles at the bottom of the skirt; tiny mother-of-pearl fan suspended by a gold chain.

NÉGLIGÉ GOWN (lowest figure on page).—White silk

chiffon, shirred from the neck very full over a cream-white silk underskirt, sleeves very full, shirred from the elbow to the wrist, forming a “cock’s comb” on the outer side of the sleeve, with a finish of a deep ruffle over the hand, white chiffon ruffles from the throat to the bottom of the skirt in front. Light blue velvet collar, and velvet butterfly bows on both shoulders.

ROBE DE VISITE (upper right figure).—Underskirt of peunia velvet, with overskirt of gray figured cloth. Waist of gray chiffon shirred from the neck to the bust and drawn in folds to the waist line, a ruffle of three inches below the belt of peunia velvet, and gray chiffon ruffles falling over the velvet, a tiny roll of velvet around the waist, soft velvet collar. Sleeves very full and shirred. Hat peunia velvet, gray chiffon plissé around the brim, gray plumes and gray satin ribbon.

(5) TRAVELING GOWN (lower right figure).—Dark

moss-green cloth, hand embroidered at the bottom in turquoise blue, and green silk braid, with jet spangles. Waist of black chiffon, with stretches of écaré insertion only in front, black moiré collar and moiré centre. Sleeves of green cloth to the elbow, from the elbow to the wrist tight-fitting green velvet, embroidered as on the bottom of the skirt, chinchilla fur cuffs. Cape, double cape of green velvet embroidered, deep chinchilla collar, long black wide moiré ribbon with long loops hangs from the back below the waist.

(6) HOME GOWN (lower left figure).—Under skirt of black moiré with two ruffles, an Empire gown of black cloth, waist of black moiré, with folds of black chiffon, and black chiffon rosettes on shoulders with straps of gold lace insertion, back and front, soft moiré collar, full moiré sleeves with cuffs turned back à la gauntlet. Hat, Directoire hat of green velvet, embroidered, and two stiff ostrich quills.

Fig.2 – *Vogue* 17:e maj 1894, “What she wears”, Condé Nast, s. 195.

VOGUE

ner talking to the women present, each with both hands in the pockets of their trousers. When I was a young man this was considered very bad form. To-day no well-bred Frenchman would do it, and among Russians it is regarded as a positive insult. I would be greatly pleased to have the opinion of the author of those admirable articles published in *Vogue* under the title “As Seen by Him,” on this, to me, very important question.

Cornelius.

Paris, 6 April, 1894.

WHAT SHE WEARS

EVery little while I am interested and surprised to see some dainty novelty, or what the French call confection, worn by some swell woman. Some bow, ornament or arrangement of lace quite different from anything of the sort shown in the shops. When I inquire from whence have come these smart finishing touches I am invariably told they have been sent over on a French gown.

I saw on a summer gown the other day a double belt of satin ribbon which fastened on either side of the waist with two rosettes, from which fell long ends to the hem of the skirt. This was copied from a last year's Paris gown and will undoubtedly be very popular this season, for ribbons of every shade and variety are to be worn. These belts are made by allowing ribbon enough to go around the waist twice and then sewing on the rosettes so that they do not quite meet in front. The ribbon must be a finger in width.

The silk gingham, muslins and all such soft wash fabrics need a great deal of ribbon and it adds immensely to such gowns to have two sets of color, viz., with a yellow gingham to have yellow ribbon for sash and collar, and bows on the yoke if bows be used, and the same quantity of heliotrope to use when one does not care to be all in one color.

The sudden and fortunately abnormal heat of last week brought out a most remarkable assortment of gowns. The same unwritten law of the Medes and Persians which forbids a man appearing in public wearing a white straw hat before June also forbids the wearing of gingham and wash gowns in the street. When the thermometer marks over ninety degrees no woman can stand heavy woolen gowns. The consequence was last week young and old, thin, and, alas! stout women, went about in their “shapes,” and shirt waists of every color in the rainbow were seen.

I see more crépon and silk gowns worn all the time. Wood colors and bright dark blues in the crépons, and changeable effects and shepherd's plaids in the silks. I saw a wood-colored crépon at a wedding last week which was so créped it looked like the old-fashioned chenille. The skirt was plain, very full and much gored over the hips. The waist, which was short over the hips, was trimmed with full accordion-plaited vest of white satin. There were very wide revers over the sleeves, which opened to the waist, where they were finished with two black satin rosettes. The revers were trimmed with medallions of Duchesse lace fastened with jet. White lace must be used on everything, and black satin or moiré

seems also a necessity, and it is really extraordinary how they are both combined with colors as well.

Some of the hats and bonnets have long strings which, in the milliners' shops, look somewhat like the fearful “suivez-moi” that for a time last spring were so common. In Paris, I have been told, there is quite an effort made to bring back the wearing of bonnet strings, long and tied under the chin, and I fancy these hats were on that model.

Summer is not a good time to attempt the introduction of this fancy, for strings of any kind tied under the chin are insufferably hot and uncomfortable.

I saw a very smart tailor gown last week of light gray tweed. It was different, new in cut, from those which have been worn during the spring. Instead of being cut like a frock coat it was very much like a man's sack coat. With it was worn a white linen shirt with stiff black satin bow and waistcoat of black and white piqué.

Gowns of summer silk are almost without exception made with the full leg-o'-mutton sleeves, fitting quite tight to the arm below the elbow and quite guiltless of trimming. Long sleeves and falling laces about the wrists are always becoming to the hands, making them look white and soft, while a linen cuff makes the hand look very large and hard—still linen cuffs, like linen collars, are the only suitable things to wear with certain costumes, and good form is better than picturesque effect nine times out of ten.

Shirring is coming again in favor in silk waists and wash gowns. Perpendicular lines of shirring from the shoulder to the bust line is a very becoming style, and for a thin woman the diagonal shirring makes a good figure out of a bean pole. For dotted muslins it looks very well to cover the lines of shirring with lace beading run through with ribbon.

Braid is very little used for trimming, passementeries jeweled being the favorite, and narrow black velvet or satin ribbon is used. I have seen two or three blue serge suits trimmed with several rows of narrow black velvet. The effect was good but seemed to me quite unsuitable, for serge is emphatically not a dressy material, and for wear in rain and shine and dust nothing worse than velvet can be invented and satin ribbon is apt soon to be very chif-fonée also.

I was much interested to be told last

week that one of the leading modistes in town had imported and was making up some petal dresses like those worn some years ago. The one I saw was of heliotrope. The skirt of net, on which were sewed hundreds of petals of shaded velvet.

When Miss Lord made her début, two winters ago, she wore a gown of this style. It was made up over white satin. The skirts of tulle were fairly covered with daisy petals, while bunches of the flowers held back the skirt. The waist was of white satin. On one shoulder and half across the low-cut waist was a trailing mass of the daisies, while on the other side on the folds of the tulle, were quantities of the delicate fairy-like petals. Any prettier and more girlish gown I have never seen.

Another débutante has had made for wear this summer a rosebud gown fashioned on the above-described model. It is made over pink silk, and the net, or rather mousseline de soie, is covered with rose petals from the faintest pink to deep Jacqueminot color. The waist is of pink satin, with three or four of the exquisitely shaded petals sewed on so deftly that they look as though they had fallen during such a shower of rose petals as is strewn upon John Drew in the second act of *The Butterflies*.

Artificial flowers are to be used on some of the summer ball gowns. This I am sorry to have to say, for artificial flowers are very unsafe ornaments to cast loose upon a community, and I have rarely, if ever, seen them used to any advantage on gowns, particularly when worn by young girls; they require the deft fingers of an artist to arrange them becomingly and they soon become tumbled and look shabby.



“A GROUP ON THE AVENUE DES ACACIAS IN THE BOIS”
(See Cornelius's Letter.)

Fig.3 – *Vogue* 17:e maj 1894, “What she wears”, Condé Nast, s.198.



Fig.4 – *Vogue* 17:e maj 1894, “What she wears”, Condé Nast, s. 200.

VOGUE

Eton or waiters' jackets are still worn, but such a difference is there between these now seen and the ones worn last year. The new ones are really short waists, made tight-fitting and double-breasted, and cut off round just above the belt line. They are becoming to few figures and are ungraceful at the best.

Severely trimmed sailor hats seem to be somewhat out of favor this season, but later, with cotton or wash gowns of any description, they are sure to be worn, particularly the white ones. Trimmed sailor hats I can never quite like, but this year they are worn by many smart-looking women.

Mrs. Fernando Yznaga has one she wears with a blue serge suit. It has a narrow and medium crown and is trimmed with both flowers and stiff white wings. There seems to be no decided fashion in hats, unless it be the straw Hombourgs, with stiff cock's feather, that are worn with tailor suits and which, while hard in outline, have a good air and style. These are now appearing in some of the large shops and are a hideous travesty on the original design, that can only be bought at the leading hatters'.

Chiffon, mousseline de soie and black net, with sequins, are used on everything. These are such perishable materials one cannot but wonder if they will survive the heat of the summer. Nothing can be daintier and fresher when first worn, but great care is necessary to keep them as they should be.

The accordion-plaited chiffon makes most attractive ruffles and is used in quite unexpected parts of the gowns. I saw a dark blue crêpon the other afternoon, made with full waist, which had from the shoulders two plaited ruffles of palest blue chiffon, with collar of the same. Over the sleeves were the flat, square caps, so fashionable now, of heavy yellow lace. The chiffon looked utterly incongruous, but was very pretty all the same.

AS SEEN BY HIM.

Here is the novel frock coat from an English tailor's magazine. The writer assures us that the wearer will not be run after by a mob of small boys while walking down Piccadilly. This may be very true, but when one remembers that even at this day the ragged street urchin of London wears the coat of 1830, and also that many of the very remarkable institutions of liveries in that town are clad in the same garment, one cannot have the same dread of appearing in it there as one would in New York. Half the street sweepers in London purchase their second-hand clothes at St. Mary's Axe and like places, where the styles of 1830 have not yet died out. Witness the coat worn by Francis Wilson in *Erminie*, which can be seen any day in London. I should advise the wearer of the following to try Broadway first and appear among the very remarkably clad gentlemen of the Rialto—afterwards Fifth Avenue, but it would be a long time before I would venture into the unsophisticated quarters of the town:

“The coat is cut just as an ordinary frock coat, except that it is single-breasted and closes with two buttons only; that it is slightly shorter and tighter in the waist; that the shoulders are set a little lower, the sleeves closer and the skirts have more bell, to keep the hat in countenance.

“The material is just of the ordinary soft Shetland make, except that it is becoming

bottle-green instead of a dull black or Oxford; all these are quite permissible departures in their way, and it is only when taken in conjunction with the shirt front, collar, tie, hat and clean shaven face; all of which are already worn, that there is much novelty in the tout ensemble.

“The vest is made of some light material, and should show well above the opening of the coat.

“The trousers are cut in the prevailing stovepipe style and are made of creamy shepherd's check worsted trousering, which will be worn very extensively this coming season by our well-dressed men about town.”

Thus much for the coming man. I am a conservative and I do not approve. Here in his closing remarks are a few hints as to the present, which are authentic and are well worth consideration. In describing a frock-coat, present style, he says: “This is the ordinary three-button frock, as it is destined to be worn by the estimable gentleman who, in matters of dress, prefers to go with the majority. The skirt must not come lower than the knee. As a matter of fact, the length of the knee has never been exceeded in this country, unless it may have been by some outsiders, and we are greatly amused to see. American and Continental fashion journals represent frock coats with skirts down to the ankles and describe them knowingly as the latest London style.”

The writer follows this statement with a wild plaint at the exaggeration shown in other nations of British fashions, until they actually become grotesque.

A covert coat, described by this same authority, is double-breasted and has large white or smoked-pearl buttons.

Next week I shall speak of some garments for the field and the drive, etc.

N.—For a luncheon I should advise that the table be set with silver and cut glass. If flowers are to be used they should be in the centre of the table in a silver and glass jardinière. The accepted menu, with changes as desired, should consist of bouillon in cups, lobster à la Newburgh, or scrambled eggs with truffles, or any other entré dainty, chops with green peas, or filet with one or two vegetables, to be followed by birds and salad, dessert and coffee.

Outing flannels are to be pure white. A yachting authority prescribes a yachting suit made for the Duke of York as being of blue cheviot with club buttons and lined throughout with Jaeger material. This is supposed to be a preventative against cold. The boots with this suit are of white buckskin and leather soles. Rubber soles are ridiculous for yachting. They are most disastrous on deck when the weather is a bit squally.

Russia leather is being used for tan boots.

These boots should be “ornately brogued” with overlapping margins above the seams, worked into a lace-like pattern by punching innumerable holes therein by hand. “With a fashionable lounge suit,” continues my authority, “and low hat, such a boot is perfection for town-wear in the morning. The absurd French fashion of shirts of fancy colored cambrics, with plaited bosoms, not starched in the laundering but left soft, are beginning to be worn in England. I spoke of these garments some time ago. They are palmed upon you at the Carnival de Venise, but I am not in favor of them. I suppose they will go with white kid gloves and the ridiculous stocks which I see Frenchmen are adopting at present. They are to be avoided by a well-dressed man. Straw hats, I hear, will not have as wide brims as those of last year. I am sorry, because I think the fashion of last summer was both sensible and chic.

The Oxford-Cambridge boat race inaugurated a perfectly new style of sweater for athletic purposes. They are described as being made of machine-knit white wool in various patterns, and they are said to possess perfect elasticity. They have succeeded the “Jersey” in England. Walking sticks are now perfectly straight, with a silver, gold, or fancy knob. They look like long wands of office. They are not as convenient as the old crook sticks, or even those with huge handles, but they are more dressy and in better taste. One feels even something like a drum major with them. Some have pure rock crystal knobs, “not drilled with an unsightly hole and screwed on, but set in gold sockets.” Then, again, I hear that snuff boxes of gold are coming into vogue. Snuffing is a disreputable habit, but it was fashionable as late as the time of George IV., the First Gentleman in England. As we are drifting back to 1830, I think these gimcracks could be revived to make up an important detail of the costume of the period.

ANNOUNCEMENTS

A forthcoming issue of *Vogue* will contain an illustrated article on finger rings which will be of especial interest to all women. It will be written from a practical standpoint.

The issue of *Vogue* for May 24 will contain some models recently imported of lawn, silk, gingham, or light silk.

That number will also show four views of the drawing-room and library of Mr. Charles B. Alexander's town house. Another interesting set of drawings will illustrate an article on a recent Viennese fête.



An English tailor's idea of a desirable frock coat.

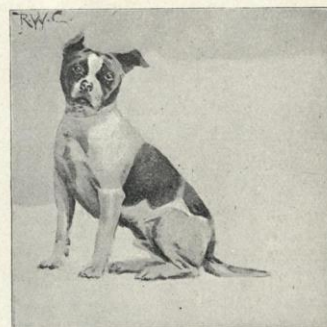


Fig.5 – *Vogue* 15:e maj 1911, “The American woman of fashion with her keen sense of fitness approves of the latest small French shapes for traveling”, Condé Nast, s. 35.

May 15 35

Novel turban of gray hemp in winged shape, with wide spreading feathers of royal blue

**THE AMERICAN WOMAN OF FASHION
WITH HER KEEN SENSE OF FITNESS
APPROVES OF THE LATEST SMALL
FRENCH SHAPES FOR TRAVELING**

FROM MADELEINE LECHAT

Pierrot-like toque of white hemp with facing and mounting loops of Empire green velvet

New rolled brim toque of white hemp with crossing feathers in owl's coloring

Chic poke model in yellow straw with a gold embroidered motif tied on with brown velvet

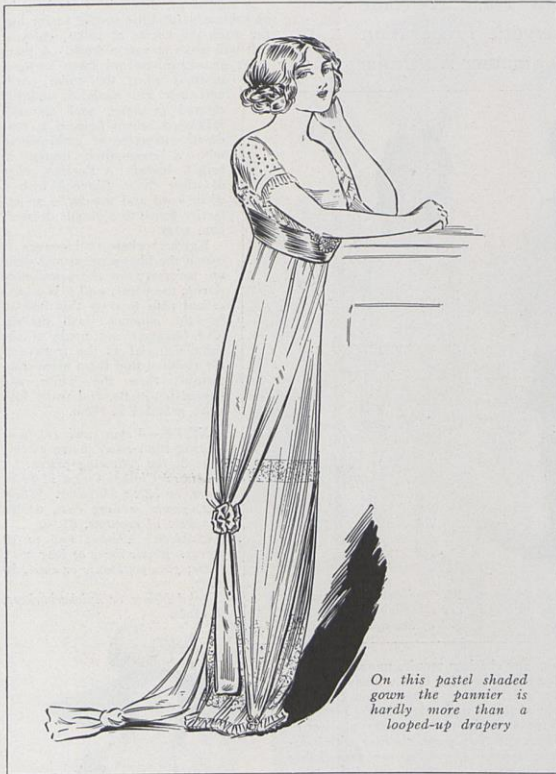
Smart walking shape of olive hemp massed at back with moss roses and draped with olive ribbon

Copyright © 2012 Condé Nast

Fig.6 – Vogue 1:a maj 1912, “New life to the Watteau mode”, Condé Nast, s. 48.

NEW LIFE TO THE WATTEAU MODE

Layers of Filmy Petticoats in Rainbow Hues are Topped by Panniers and Sprinkled with Artificial Flowers



On this pastel shaded gown the pannier is hardly more than a looped-up drapery

ON a favorite shopping thoroughfare in London lives one of our most popular couturières, an artist who has learned the art of making women beautiful, not by the drastic and striking methods of some French couturières, but through the essentially feminine medium of daintiness. From each of her delicate, fanciful creations breathes an atmosphere of France of the days of bergers and bergères. Watteau himself might have designed them. One day when I remarked to Madame Loyse how like her dainty creations were to Dresden china figurines she exclaimed:

“Madame has noticed. It is so. Our dresses are inspired by the delicate little china shepherdesses with their flower-sprinkled gowns veiled with folds of chiffon and lace.”

And when I asked the question her models provoke, “Are we going to wear petticoats again?” she vanished into an enormous cupboard and came out with a slimy robe over her arm.

“Would Madame be horrified if I told her this slim little dress has three petticoats?”

“Not horrified but incredulous,” I smiled.

“But it is true. What we call petticoats this season are made of fine chiffon, and so enchantingly trimmed. It is a pleasure this year to design and make the little frocks to wear over them. They are again the dainty, feminine things they ought to be.”

THE FROCK OF MANY PETTICOATS

This model with the three petticoats is pictured to the left at the bottom of the page. The innermost petticoat is made of the very finest lawn and the

hem is embroidered in a pattern of roses in fine white thread. It measures only a yard and a half around the hem, but at the right side a little fan of plaits opens out as the wearer moves. Over this petticoat is another made of the finest pale mauve chiffon. The edge is trimmed with a cobwebby Mechlin lace and a tiny silver ribbon outlines the pattern of the lace. Then comes petticoat number three, fashioned of the same texture of chiffon as the mauve, this time in a shade like the inside of a wild rose petal. Only the right side of the petticoats show, and here they are beautifully trimmed. There is a narrow hemming of fine Mechlin lace and above this, a line of pale blue ribbon on which lies a tiny ruche of pale lavender ribbon. Sprinkled over the lace are single roses, each pink silken petal no larger than a fly’s wing. Above the lace, as if hovering over the roses, is poised a butterfly of quilted satin ribbon in shades of pale mauve, pink and blue, the wings are outlined in silver with black velvet ribbons forming the antennae.

The dress itself is made of very soft, pale pink chiffon taffeta slashed up the right side to show the trio of little petticoats, which shade exquisitely one into the other. On the slashed skirt is a rosette of soft, pink ribbon, from which fall a couple of long ends which are hemmed in a novel fashion with tiny pink roses and forget-me-nots. The crossed tunic made of pink chiffon, sewn all over with tiny silk balls, gives the popular pannier effect. It is edged with a band of fine Mechlin lace, above which is laid a narrow band of blue satin. On the lace is a wreath composed of deep petunia-pink roses, for-

get-me-nots, mauve pansies and lime-green satin leaves, that encircles the whole tunic. The wide waist-band is of deep petunia pink and pale blue.

BLENDING OF PASTEL SHADES

Another of these “Dresden china” dresses which shows the graceful possibilities of the modern pannier is sketched in the upper corner. It is a wonderful blending of duck’s-egg-blue, shell-pink and lilac. The first petticoat is made of pale pink nixon with a wide border of Limerick lace, the borders of which are outlined with pale blue ribbon. The lace is arranged in medallions, on each of which is a pale blue bow, and sprinkled about are clusters of tiny, pale pink velvet berries. The second veiling is pink chiffon hemmed with silver lace and a tiny ruche of lilac satin ribbon. Then comes a tunic of pink chiffon bound with pale blue satin ribbon. This falls to the hem of the dress in long points, weighted by bouquets of tiny pink roses, violets and forget-me-nots.

Above this is draped the pannier of mauve chiffon, looped up at the sides with wide, turquoise-blue ribbon. It falls to the ground at the back, where it is knotted to form a narrow train. The bodice is made of palest duck’s-egg-blue chiffon, veiled in pink, hemmed with blue satin. The pink chiffon is sewed with crystal beads, and the sleeves are bordered with a mauve ruching. On the front of the bodice is a medallion of white net embroidered with a bouquet

of tiny flowers in pale pink, and crystal and gold beads with pearl centers.

A FLOWER GOWN

Madame Izod, another well-known dressmaker, who has just returned from Paris, gives the verdict of “Loops everywhere.” Draperies, she says, are seen on every side, yet so graceful that they give no extra width to the figure. If the dress is to proclaim the new fashions, there must be somewhere a draping of chiffon, a looped ribbon sash or a band of ribbon festooned across the front of the dress. Everything is much trimmed, and the little bits and bows of lace and trails of miniature flowers give their wearers the air of a Watteau shepherdess or court lady.

Madame Izod presents the gown sketched at the extreme right as her contribution to the rage for Dresden china prettiness. The underdress is a white taffeta printed with a blurred pattern of tiny bunches of roses, heliotrope and forget-me-nots. The pannier is a delicate shade of pale blue nixon ornamented with buttons formed of tiny clusters of the miniature flowers repeating the design on the skirt. From each floral button hangs a tassel of pale pink silk. The yoke is of tinted net, on which is sewed, in very fine wools, a design of roses, heliotrope and forget-me-nots. At the back of this dress is one long panel of black velvet ribbon, the end sewn with tiny flowers, while another panel of narrower proportions is looped through rings of the flowered taffeta.



Over a foundation of many petticoats hangs a pannier-tunic dotted with tiny silk balls and wreathed with tiny flowers



Floral buttons, flowered silk, and embroidery in flower design, proclaim the Dresden china origin of this gown

Fig.7 – *Vogue* 15:e maj 1921 “All is a sleeve that flutters from Jenny’s lovely frocks”, Condé Nast, s. 61.

May 15 61





Shadowy, bat-like wings wave their black Chantilly lace lengths from “Chauve Souris”, a slender, lovely gown of black satin and black lace which Jenny allows a single evidence of tangibility in a narrow gir-dle of black ribbon and black jet beads with dull red baikalite drops, which catches the lace to the figure

MODELS IMPORTED
BY WANAMAHER

ALL IS A SLEEVE
THAT FLUTTERS
FROM JENNY'S
LOVELY FROCKS

As if it had come in answer to a call from old Triton's horn is “Jade”, of shimmering sea-green tafeta covered with green bugles. Like clouds of sea mist are the trailing sleeves of green tulle, which are Jenny's way of making two sweeping trains

Jenny allowed “Raguse”, of flame wisps of marqui-sette hung among panels of flame and gold tissue, to remain sleeveless. The girale of blue and gold beads obligingly allows the marquisette petals to be worn encircling the skirt or in clusters at either hip

Sherrill Schell

Copyright © 2012 Condé Nast

Fig.8 – *Vogue* 1:a maj 1921, “Transformations any woman may achieve”, Condé Nast, s.45.

May 1 45

TRANSFORMATIONS ANY WOMAN MAY ACHIEVE

(Right) This is Dolores, and if you are of the opinion that nothing could be more beautiful than Dolores in her own golden hair, you may see that she would have nothing to fear if premature greyness should overtake her. She is shown here in a white transformation, coiffed by Manuel, and gowned by de Meyer



(Left, below) Grapes of jet on a forehead of alabaster, green silk ivy leaves against a coiffure of burnished gold, beads of jade, and a cat black gown below snowy shoulders — should not the most vivid personality be content with the dazzling perfection of the ensemble? The head-dress from Kurzman



INDICATIONS in Paris are that the time may not be far distant when a woman will use her own hair for sleeping purposes only. For one's waking hours, there will be the transformation. Life, the war-seasoned Parisienne realizes, is short, and the art of the coiffure is long indeed. Certainly, if a woman wears a transformation, she has much more time to devote to the pursuit of happiness. Such problems as back hairs and temples over which nothing can be induced to wave go out of her life automatically. And the saving of wear and tear upon her nerves must be tremendous—for, despite the things poets have said so beautifully about hair, there comes a time in the experience of every woman when hers is almost more than she can bear.



There is the terrible hour just after the shampoo. There are the weeks of anxious waiting for short hair to grow long. There are the visitations of the elements to be endured. (Oh, the havoc wind and rain have wrought!) And there are contours that are grounds for tears on sight. All these things make a woman's life a tenuous thing—but it is to laugh if one wears a transformation. For the conquest of the coiffure then resolves itself into the adjustment of a hook and eye.

One gets up in the morning. A few whisks of the brush gather at the back of the neck the hair one was born with. Then one takes the transformation, as light as thistle-down and as porous at its net foundation—the modern trans-

Copyright © 2012 Condé Nast

Fig.9 – *Vogue* 1:a maj 1921, “Transformations any woman may achieve”, Condé Nast, s. 46.

46

VOGUE



POSED BY
DOLORES

TRANSFORMA-
TIONS FROM
MANUEL

DEMMEYER

formation is no bungling wig, but a small affair constructed to encircle one's head like a ribbon—and fastens it. It hooks together at the back of the head and there unites with one's own hair. To create a chignon at the desired angle is then just a matter of inserting a few pins. If one wishes to discard one's own hair altogether, the operation is of even less moment. Ask Manuel or Pierre.

So much for the utilitarian side of the transformation. Its decorative value is even greater. Wilde would have wept with joy at the sight of the modern transformation. It is such an improvement on nature, and wasn't he the one who thought nature existed only to be improved? To begin with, it may be had in any shade. A woman may match her own hair, or if she wants to get that golden brown or red or white that her own might be, but just misses, she can help nature just that much. The hair is, of course, nature's own transplanted, and in the pink of condition. And the parts! One wig-maker maintains in a voice husky with emotion that his parts are more natural than Madame's own! One may have either a side part or a front one and fear not the glance of the most penetrating.

FOR EVERY FACE

There is literally a transformation for every face, and the mission of the transformation is to enhance the perfections inherent in each. Nature's colours are not always mixed with brains, or if they were, they frequently become faded. For instance, one may have a beautiful skin that is completely discounted by the colour of one's hair. The duty of a transforma-



For a white night when the spring is warm, there is this silver coiffure to set against the stars. Silver grapes and leaves and a silver ribbon are part of its harmony; head-dress from Thurn

(Left) A black velvet bandeau with a gleaming rhinestone triangle cuts itself against this silver coiffure; a black lace fan outlines itself against a shoulder; and the face of Dolores lies between; head-dress from Bergdorf Goodman; fan from Joseph



(Right) Her low, close Egyptian coiffure and her turs are black, that the more radiantly may gleam against them two triangles of rhinestones and the outline of a perfect neck and shoulder; head-dress from Bergdorf Goodman

Copyright © 2012 Condé Nast

Fig.10 – *Vogue* 1:a maj 1921, “Transformations any woman may achieve”, Condé Nast, s.47.

May 1

47

tion is to bring out those beautiful dormant tints.

One may have a delicious tiptilted nose, and the most adorable, yielding chin, yet the contour of the hair may cause the former to look merely prying and the latter to appear insignificant. Now a transformation lives with no other thought than to bring the profile into its own, by making the silhouette a thing of grace and beauty.

About one's natural hair line, one has very little to say—and often one would like to say less. Few are the women for whom the French twist was made. But the hair line of the transformation has charm in every curve and curl, grace in every sweeping wave. The way it undulates over the tip of the ear is one of the things that are never forgotten.

NEW LOCKS FOR OLD

Such is the transformation that may enter into the life of every woman. Age is no barrier. The transformation, white and dark, is the opportunity of age. It is the staunch ally of thinning locks and greying ones. Silver threads among the gold may be all very well in a song, but in real life they are rather trying, and a woman may conceal them under a transformation until they have arrived in sufficient numbers to lend her distinction all her own.

Youth is no barrier. The transformation is the friend of the indiscreet—of the one who has used irons or shears not wisely, but too well. It offers a place of refuge for hair that even its owner points to with the finger of scorn.

Then there is the transformation for special wear—to please the fancy



DEMMEVER

POSED BY DOLORES

TRANSFORMATIONS FROM MANUEL

This golden brown coiffure has one of those parts—“more natural than Madame's own”, and on the side is a little fringe for a breeze to play with; necklace of pearls, jade, and diamonds from Cartier



(Right) A languorous blonde in whose deep eyes lurks tragedy, may be as Spanish as any maid of old Castile in a coiffure of dusky black hair in a softly twisted knot with a sweep of diamond comb silhouetted along its side; comb from Cartier



(Left) This white coiffure has acted admirably on the theory that the profile's the thing. Its contours are as classic as the nose under it, and the head-dress is also a classic arrangement of black leaves and jet balls; head-dress from Bergdorf Goodman

Fig.11 – *Vogue* 1:a maj 1921, “Transformations any woman may achieve”, Condé Nast, s. 48.



(Right) She who wears a regal wreath of silver leaves thrust through with sparkling shafts of crystal, will unconsciously adopt a queenly air and make subjects as she goes. The gown is of jade green charmeuse. Wreath from Thurn; gown from Bergdorf Goodman

(Left, below) If one admires Watteau, one may be a lady he would have admired in a soft brown coiffure in which perfections are such small things as shadow curls over pink ear-tips and French roses in a Louis XV wreath set at just the right angle; from Thurn; wrap from Joseph

POSED BY
KATHLENE MARTYN

DEMAYER

TRANSFORMATIONS
FROM PIERRE



or the costume. Perhaps one has a Spanish costume, or perhaps one is in a Spanish mood. There is the transformation black as night. It frames the face with a clear-cut delicacy. The profile becomes a sight for Olympus. Deep blue eyes become bottomless, and the skin as alabaster.

For a few green-eyed women there is the red transformation. She who employs it must have a ready tongue and a quick wit. When one plays with fire, one must guard against getting burnt. The red transformation is the most difficult and the most potent. Its wearer must be prepared to be accused of anything. If possible, the accusation should be perfectly justified.

If one is young enough to have kept the sparkle in one's eye—and a woman is indeed old when that dies—one may wear a glistening white coiffure with matchless effect. It is regal; it is dignified; it is tender; it is frail. Which it is to be, its wearer holds in the line of her neck, the poise of

her head, or the curve of her cheek. It is oftenest seen in Paris after sundown. The white transformation, like women and stars, is best at night.

However, enough of precept. Every woman has her desires to inspire her and her mirror to guide her, whether her transformation is only for a night or for all her days. One woman may wear a bang where another wears a part, and each achieve an equal, though different, charm. One may take her chignon low and another high. For one ear there is a curl, for another a wave. One forehead is best treated with a firm hand, and one caressed. It is simply a matter of doing the most one can for both the inner and the outer woman.

The transformation effects a compromise between the two. It is something on which a woman may count without fear of disappointment. To try to classify its virtues of pigeonhole its possibilities is like trying to measure charm or weigh the gold in sunlight.

Källförteckning

Tryckta källor

Andersen, Charlotte. (2006). *Modéfotografi: en genres anatomi*. Köpenhamn: Museum Tusulanum forlag.

Barthes, Roland. (1977). *Image, music, text*. London: Fontana.

Barthes, Roland. (2007). *Mytologier*. Lund: Arkiv.

Barthes, Roland. (1990). *The fashion system*. London: University of California Press.

Best, Kate Nelson. (2017). *The history of fashion journalism*. London: Bloomsbury Academic.

Borrelli, Laird O'Shea. (1997). "Dressing Up and Talking about it: Fashion Writing in Vogue from 1968 to 1993". *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body, & Culture*, 1(3). ss. 247-260.

Beward, Christopher. (1994). "Femininity and consumption: the problem of the late nineteenth-century fashion journal". *Journal of Design History*, 7(2). ss.71–89.

Hall, Stuart. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*, London: Sage.

Hedberg, Gunnel. (2018). *En ny teknik gör entré: Stentryckets etablering i Sverige*. Bokhistoriska skrifter, Lunds Universitet.

Hill, Daniel Delis. (2004). *As Seen in Vogue : A Century of American Fashion in Advertising*. Texas Tech University Press.

Honour, Hugh. & Fleming, John. (2009). *A world history of art*. 7:e uppl. London: Lawrence King Publishing.

Jelinek, Julia-Sophie. (2018). "Art as strategic branding tool for luxury fashion brands". *Journal of Product & Brand Management*, 27(3). ss. 294-307.

Jobling, Paul. (1998). *Fashion figures : word and image in contemporary fashion photography*. University of Warwick.

Jobling, Paul. & Crowley, David. (1996). *Graphic design: reproduction and representation since 1800*. Manchester: Manchester University Press.

Kawamura, Yuniya. (2017). *Modeologi: introduktion till modevetenskap*. 3:e uppl. Lund: Studentlitteratur.

König, Anna. (2006). "Glossy Words: An Analysis of Fashion Writing in British Vogue". *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body, & Culture*, 10(1–2), ss. 205–224.

Matthews David, Alison. (2006). "Vogue's new world: American Fashionability and the Politics of Style". *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body, & Culture*, 10(1–2), ss. 13–38.

Miller, Sanda. & McNeil, Peter. (2018). *Fashion journalism: history, theory, and practice*. London, UK: Bloomsbury Academic.

Rocamora, Agnès. (2001). "High Fashion and Pop Fashion: The Symbolic Production of Fashion in Le Monde and The Guardian". *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 5(2), ss. 123–142.

Rose, Gillian. (2012). *Visual Methodologies: an introduction to researching with visual materials*. London: Sage.

Steele, Valerie. (1998). *Paris fashion: a cultural history*. 2:a uppl. Oxford: Berg.

Stewart, Mary Lynn. (2008). *Dressing Modern Frenchwomen : Marketing Haute Couture, 1919–1939*. Johns Hopkins University Press.

Digitala källor

Condé Nast, *What we do*. Hämtad från: <https://www.condenast.com/about> (2020-04-16)

Ember, Sydney. & Grynbaum, Michael M. (2017). "The not-so-glossy future of magazines". *The New York times*. Hämtad från: <https://www.nytimes.com/2017/09/23/business/media/the-not-so-glossy-future-of-magazines.html> (2020-05-11)

Kay, Karen. (2017). "Does the fashion industry still need Vogue in the age of social media?". *The guardian*. 19:e Juli. Hämtad från: <https://www.theguardian.com/fashion/2017/jul/08/does-fashion-industry-need-vogue-in-instagram-age> (2020-05-11)

Nationalencyklopedin, *Femme fatale*. Hämtad från: <http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/femme-fatale> (2020-06-15)

Nationalencyklopedin. *Triton*. Hämtad från:

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/triton> (2020-06-15)

Arkiv

Lunds Universitet LUBcat. Proquest. *The Vogue archive*. Vogue New York: 3:e maj 1894 3(18), 17:e maj 1894 3(20), 15:e maj 1911 37(10), 1:a maj 1912 39(9), 1:a maj 1921 57(9), 15:e maj 1921 57(10). Hämtat från: https://search-proquest-com.ludwig.lub.lu.se/publication/publications_256207?accountid=12187 (2020-05-01)