

Institutionen för kommunikation och medier

Lunds Universitet

B-uppsats i medie- och kommunikationsvetenskap, MKVA22:4

VT 2022

Männ-i-skors identitet

-En studie om skor som medium, identitet och signaler

Författare: Lovisa Bard & Goliath Ivarsson

Handledare: Fredrik Edin

Examinator: Christine Davidsson Sandal

Abstrakt

I denna B-uppsats demonstrerar media- och kommunikationsstudenterna Lovisa Bard och Goliath Ivarsson skors eminenta roll, som ett form av logistisk medium, i den nutida processen för identitetsskapande specifikt hos Lundastudenter. Uppsatsen ämnar att kartlägga de identitetsmarkörer och signaler som skor sägs bära med sig. Genom en serie av interaktiva intervjuer hoppas vi att undersöka ut vilka signaler som sänds samt vad dessa signaler kan säga om bäraren till dessa skor. Uppsatsen utnyttjar begreppsartilleri från Saussure, Hall samt Bourdieu. Uppsatsens analyskapitel är uppdelad i tre delkapitel där det första berör identiteten till den potentiella skobäraren, det andra berör de olika signalerna som skor bär med sig och det tredje berör vad de föregående kapitel kan säga om den potentiella skobärarens kapital. Studien kommer fram till att skor definitivt sänder signaler om bäraren samt vilka signaler dessa är och hur de uppfattas från Lundastudenters perspektiv.

Nyckelord: skor; identitet; fördomar; semiotik; kapital;

1. INLEDNING OCH BAKGRUND	3
1.1 SYFTE	5
1.2 PROBLEMSTÄLLNING	5
2. TIDIGARE FORSKNING	5
3. METOD	8
3.1 KVANTITATIVA OCH KVALITATIVA UNDERSÖKNINGAR	8
3.2 MEME-PRODUKTION	9
3.4 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT OCH URVAL	10
3.5 POTENTIELLA PROBLEM OCH RISKER	12
3.6 ANALYS AV MATERIAL	13
4. TEORIER	14
4.1 SEMIOTIKEN	14
4.2 KAPITAL	15
4.3 ENCODING/DECODING	16
5. RESULTATSAMMANFATTNING	17
5.1 RESPONDENTERNA SVARAR 4/4	18
5.2 RESPONDENTERNA SVARAR 3/4 eller 2/4	19
5.3 RESPONDENTERNA SVARAR 1/4	19
6. ANALYS	20
6.1 IDENTITET	21
6.2 SIGNALER	23
6.3 KAPITAL	25
7. SLUTDISKUSSION	27
8. REFERENSLISTA	30
9. BILAGOR	32
Bilaga 1 - Starter-pack memes	32
Bilaga 2 - Intervjubilder	36
Bilaga 3 - Skor	39

1. INLEDNING OCH BAKGRUND

Låt oss gå tillbaka i tiden och besöka Nobelmiddagen år 2019. Inbjudna är klädda utefter klädkoden civil högtidsdräkt som innebär balklänning för kvinnor. Detta år bar drottning Silvia en klänning från en libanesisk designer vid namn Elie Saab. Klänningen beskrevs som en modifierad crémevärgad haute couture-klänning med guldbroderier på ett tjockt cremefärgat sidentyg (Hänt, 2019). Till klänningen bar hon de konventionella tofflorna Birkenstock för att bryta av sin glamorösa klädnad.

På detta sätt beskrevs drottning Silvias framträdande på Nobelmiddagen 2019. Dock stämmer inte den sistnämnda meningen i beskrivningen. Det flesta hade nog förvånats om drottning Silvia skulle dyka upp till en av de mest prestigefyllda festerna i ett par tofflor. Men vad är det man reagerar på? Birkenstock är ett par bekväma skor som är enkla att gå i vilket borde vara det absolut bästa alternativet för en kväll som denna. Men något säger att skorna inte passar in i sammanhanget.

Tekniska Museet röstade fram skor som en av 100 tidernas viktigaste innovationer. Skor i sin enklaste form kan ses som ett transportmedel och hjälpmedel för att ta sig från en plats till en annan. Men skor är inte bara en praktisk klädsel utan också starkt förknippat med identitet präglad av kulturella kontexter (Tekniska Museet, 2021).

Valet av skor säger något om vilka vi är, var vi befinner oss och vad vi förknippas med. Brück (2005: s. 11) menar att jaget är ett pågående projekt där utsmyckandet av skor och kläder är ett uttryck med underliggande meningar kopplat till identitet och grupptillhörighet. I skapandet av identiteten spelar vi medvetet eller omedvetet en roll av att tolka varandra utifrån val av kläder. För att exemplifiera detta kan vi tänka oss en teatermiljö där kläder är den viktigaste ledtråden för att få en uppfattning om tid, rum och social miljö. För att avläsa situationen behövs erfarenhetsmässig kunskap om hur de människor som gestaltas brukar se ut. Det handlar om konventioner och stereotyper snarare än om någonting som är sant i djupare mening (Brück, 2005: s. 11f)

För att spinna vidare på teaterexemplet förklarar Goffman att livet är som en teaterscen där framförandet av sig själv inför andra, publiken, är vad vi visar. Detta för att styra intrycket av vem man är (Goffman 2000: s. 182).

Vi möter på skor dagligen vart vi än befinner oss men skor återfinns även i flertalet olika medietexter. Media har en betydelsefull roll i presentationen av skor och dess bärare för publiken. För att ge perspektiv på skors betydelse i medietexter kan exempel ges som den röda skon i "Trollkarlen från OZ", Asics skor i "Kill Bill", glasskon i "Askungen", klackarna i "Sex And The City" och Nike Cortez i "Forrest Gump". Men det är inte enbart i filmtexter vi finner skon i fokus, skor tar även sig i uttryck i vårt vardagliga språk som exempelvis i ordspråken som "stora skor att fylla" och "där skon klämmer". Skon återfinns även i flertalet låtar som exempelvis "Somliga går i trasiga skor" med Cornelis Vreeswijk, "These Boots Were Made For Walkin'" med Nancy Sinatra eller "Blue Suede Shoes" med Elvis Presley. Skor återfinns som en budskap i flertalet medietexter och sänder signaler. För att definiera vad en signal är utgår vi från Nationalencyklopedin:

"Signal: fysisk företeelse som är bärare av ett budskap från en sändare till en mottagare, ofta detsamma som tecken eller dess uttryck" (Nationalencyklopedin, u.å).

Vi betraktar en sko som ett medium som sänder signaler, närmare bestämt ett logistiskt medium. Logistiska medier koordinerar, ordnar och arrangerar relationer mellan människor och ting (Rossiter, 2016 s. 5, Peters, 2015 s. 37). Pengar kan exemplifiera vad ett logistiskt medium kan vara. Pengar har inget innehåll i sig men har makten att ordna allt annat runt sig Detta likt McLuhans motto "The medium is the message". (Peters, 2015 s. 37). En sko sänder signaler om bärarens identitet och arrangerar därmed hens sociala relationer. Där ser vi skon som mediet.

Från skon i sin enklaste form som ett funktionellt transportmedel till att ha präglats historiskt, kulturellt och medialt har skon fått en symbolisk betydelse för identitet och grupptillhörighet.

Vidare kommer följande studie att undersöka skor som logistiskt medium och dess signaler som de sänder om bärarens identitet.

1.1 SYFTE

En sko som logistiskt medium sänder signaler om bärarens identitet och arrangerar därmed hens sociala relationer. Det leder oss till vårt syfte.

Syftet med vår studie är att kartlägga och undersöka de semiotiska signaler och identitetsmarkörer skor bär med sig, med hjälp av ett skor-som-medium perspektiv. Vidare kommer vi att undersöka vilka signaler de olika skorna sänder samt granska de förutfattade meningar som kan förekomma kring en person baserat på skoval.

1.2 PROBLEMSTÄLLNING

Hur fungerar skor och dess signaler som identitetsuttryck?

-En studie om skor som medium, identitet och signaler.

- Vilka signaler sänder skorna om bärarens identitet?
- Hur sänder skor signaler?
- Vilka signaler sänder skorna om bärarens kapital?

2. TIDIGARE FORSKNING

2.1 IDENTITET

Tidigare forskning inom ämnet är bland annat boken Påklädd uppklädd avklädd, om kläder, kropp och identitet-av Bo G Nilsson. Boken är en antologi av 10 författare som fördjupar sig i diskussionen om kopplingen mellan kläder och identitet. Syftet är att förstå de bakomliggande koderna som finns inom mode. Den vänder sig till de som studerar inom ämnesområdet etnologi, historia och genusvetenskap men kan även vara till användning inom området medie- och kommunikationsvetenskap.

För att djupdyka i ämnet skor kommer huvudfokus placeras i bokens kapitel om “Skor, skoskav och identitet” av Helena Lindroth. Helena argumenterar för att skor skapar en image och indikerar på grupptillhörighet, könsroller och social status. Skon nämns också i sin enklaste mening som en del av vår vardag där den har ett funktionellt syfte, som exempelvis ett par gummistövlars hydrofobiska egenskaper (Lindroth, 2005 s. 144f). Oavsett hur man ser på skor så har den en mening och kan argumenteras beröra nästintill alla människor på ett eller annat sätt.

2.2 SKOR SOM VARUMÄRKE OCH TILLHÖRIGHET

Artikeln “The sneaker- marketplace icon” av Ian Denny behandlar området sneakers. I artikeln fokuserar Denny (2020) på sneakersen utifrån ett historiskt perspektiv, ett ekonomiskt perspektiv samt placerar sneakers betydande status i olika subkulturer. I sin artikel belyses den ikonicitet sneakern har och förklarar vad det är som driver och fascinerar konsumenter som deltar i vad Denny anser vara sneakerskulturen och hur varumärken på ett skickligt sätt använder sig av sneakersen som statussymbol för merförsäljning. Artikeln kommer användas för att bättre förstå kopplingen mellan skor och subkulturer och klass.

2.3 SKOR SOM POPULÄRKULTURELLT FENOMEN

Vår tredje artikel är en semiotisk analys av modet i TV-serien “*Sex and the city*”. Kurucs (2008 s. 206) analys argumenterar för att serien som populärkulturellt fenomen spelar en avsevärd roll i den allmänna diskursen kring de varumärken som introduceras i serien. Kuruc (2008 s. 206) argumenterar också för den rumsliga kontextens betydelse för identitetsproduktion genom mode, att storstadens anonymitet bidrar till en tryggare miljö att uttrycka en mer experimentell klädstil, vilket hade varit svårare att gå “ostraffad” för i en mer lantlig levnadsmiljö.

Kuruc (2008 s. 213) erkänner modets roll i serien som vidmakthållande för både genus- och kulturstereotyper men att modet emellertid även används för att bemyndiga karaktärernas identitet. Ordspråket “en bild säger mer än tusen ord” appliceras solklart till karaktärernas kläder som ofta styrker seriens narrativ och karaktärernas utveckling. Detta leder oss till en hypotes om

att de signaler om identitet som kläder bär med sig och förmedlas genom populärkulturella texter och observationer i verkliga livet har en avgörande roll i individens process för identitetsskapande.

2.4 MEMES INOM KVALITATIVA UNDERSÖKNINGAR

Vår sista artikel går in på memes som ett verktyg i kvalitativa studier. Iloh (2021 s. 1) menar att memes har makten att komplettera vår vardagliga kommunikation när orden inte räcker till. Trots att många går miste om memes argumenterar hon för att kvalitativa forskare inte bör försumma denna företeelse. Konceptet meme beskrivs som följande:

“En enhet av kulturell information, så som en kulturell praktik eller idé, som sänds från ett sinne till ett annat” (Definition.org, u.å).

Iloh (2021 s. 3) lyfter att memes precis som andra texter avkodas olika från individ till individ. Enligt Iloh, reflekterar memes en viss kontext och den som inte är familjär med den specifika kontexten går miste om meningen alltså att detta är beroende på läsarens världsuppfattning och tidigare erfarenheter (Iloh 2021 s. 3). Memes av till exempel starter-pack-typen kan då alltså spela en roll i att förstärka en bild och knyta an en signal till en företeelse, exempelvis en sko.

Iloh menar också på att memes är bra för att bygga rapport inom ett intervjutillfälle (Iloh, 2021 s. 4). Eftersom att ett kvalitativa intervjuer endast är så effektiva som rapporten mellan forskaren och respondenten. Är det så att respondenten inte känner sig bekväm i intervjusituationen kommer detta gå ut över respondentens svar och det finns en risk att den information som forskaren är ute efter uteblir. Iloh (2021 s. 4) argumenterar för att memes också är ett bra sätt att bryta isen mellan intervjuaren och respondenten. Kan en meme få respondenten att skratta så lättar en eventuell nervositet respondenten kan ha inför och under intervjun.

3. METOD

För att kunna besvara studiens syfte och frågeställning är en väl planerad metod helt avgörande. Studiens syfte är att undersöka de semiotiska signaler och identitetsmarkörer skor bär med sig, med hjälp av ett skor-som-medium perspektiv. Vi vill alltså veta om skor bär med sig signaler och vilka dessa signaler är.

3.1 KVANTITATIVA OCH KVALITATIVA UNDERSÖKNINGAR

Inom humanistisk- och samhällsvetenskaplig forskning framförs både kvantitativ och kvalitativa metoder som utvecklats inom dessa områden. Den kvantitativa forskningen skulle på ett förenklat sätt kunna förklaras som översättningen från innehållet i språkligt uttryck till siffror och data för att kunna färdigställa statistik och dra generella slutsatser. En av grundidéerna till kvantitativ forskning är att samla in stora mängder data och presentera dem på ett överskådligt sätt (Karlsson, Johansson, 2019 s. 172f). Kritik mot kvantitativa studier är att något fundamentalt går miste i överföringen av innehållet i det språkliga uttrycket när det ska översättas till siffror. Respondenterna tolkar och producerar text i sin egen mening utifrån bakgrund och sammanhang (Karlsson, Johansson, 2019 s. 172). Denna tolkning och produktion av text som kan gå förlorad i en kvantitativ studie är ett viktigt och avgörande fragment när vi ska kunna besvara vår frågeställning.

Att utföra en kvantitativ studie hade varit intressant om syftet med studien exempelvis var att undersöka sambandet mellan ålder och kön med val av skor. Då hade en kvantitativ undersökning gett en bredare överblick av ämnesområdet från insamlad data. Men då vi inte fokuserar på sambandet mellan x och y utan snarare vill fördjupa oss i att förstå individers uppfattningar och förutfattade meningar om skor som identitetsuttryck krävs det att en mer djupgående undersökning utförs.

Kvalitativa intervjuer är ett bra metodval när man studerar människors erfarenheter, tankar och åsikter för att få en bättre kunskap och förståelse för den som intervjuas. Jämfört med en

kvantitativ undersökning behöver den som intervjuas inte förhålla sig till de svarsalternativ som finns, utan kan med egna ord beskriva sin verklighet. Då dialogen mellan intervjuare och respondent är formbar, och till viss del öppen, kan alltså intervjuaren följa samtalet utefter respondentens svar och på så sätt få en djupare kunskap och förståelse i hans världsbild.

Med kvalitativa intervjuer som metod i undersökning får vi bättre inblick i personens vardag och världsbild. Just denna inblick tar oss närmare svaret på frågeställningen om individers förutfattade meningar om skor som identitetsuttryck. Då syftet med studien är att förstå skors betydelse som identitetsuttryck krävs en mer djupgående analys än en bredare mängd insamlad data. Därför kommer kvalitativa intervjuer att utföras.

3.2 MEME-PRODUKTION

Då studiens syfte är att undersöka Lundastudenters förutfattade meningar om skor som identitetsuttryck kan enbart kvalitativa intervjuer missa en heltäckande bild. Detta för att våra förutfattade meningar om något oftast sker spontant utan djupare eftertanke. Därför kommer vi börja intervjutillfällena med en uppgift som respondenterna kommer att få utöva, detta kallar vi meme-produktion.

Vid enbart intervjuer kan respondenterna ta sin tid till att fundera över svaren, och därför modifiera dem, för att inte verka fördomsfull som person snarare än att säga den faktiska tanken. Därför kommer denna studie även omfatta en uppgift för att kunna fånga upp den spontana, ogenomtänkta tanken som sedan den kvalitativa intervju kommer byggas vidare på.

Uppgiftens syfte är att exponera respondenterna för bilder på skor samt olika memes, i form av starter-pack memes, och därefter studera vilka ledtrådar bilderna säger om skorna och skobärarens identitet. De effekter som studeras kan exempelvis vara individers kunskap och attityder till olika skor.

Karlsson & Johansson (2019 s. 131f) yrkar att denna typen av uppgifter enklast utförs med hjälp av webbverktyg där vi efterliknar verkligheten, vilket i detta fall blir en digital verklighet. Detta för att skapa en digital miljö och för att på ett optimalt sätt kunna studera relationen mellan orsak

och verkan samt att ha en så naturlig meme-miljö som möjligt, jämfört med om vi skrivit ut en bild på memen. Det går alltså inte säga att verkligheten ser exakt ut på ett visst sätt utefter en uppgift, om inte vi byggt en egen plattform för memen kanske en simulerad Twitter, men det har visat att det finns förutsättningar för att effekten av budskapet skulle kunna vara densamma i en realistisk situation.

3.4 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT OCH URVAL

Inför våra kvalitativa intervjuer började vi först med att tematisera. Tematiseringen sker med utgångspunkt i tidigare val av forskning och teorier som leder till studiens problemställning och därefter sker tematiseringen då studiens huvudsakliga ämnen bestäms (Ekström, Larsson, 2019: s.112). De tema vi valt att följa har sitt ursprung i våra tre frågeställningar och är: identitet, signaler och symboliskt kapital.

Efter vi tematiserat var nästa steg att planera. Planerandet inför meme-produktionen utförde vi genom att testa dem först på varandra för att upptäcka eventuella problem och eliminera dessa. Under uppgiften fick respondenten ta del av sju skor som var och en tillhör en starter-pack meme. Vi presenterade sedan respondenten med de sju memesen dock där samtliga memes saknar sin sko, då är det respondentens uppgift att placera ut skon där hen känner att den passar. (Se bilaga 2.1-2.7)

Meme-produktionen och de kvalitativa intervjuerna utfördes digitalt. Genom att ha fört intervjutillfällena via Metas "Messenger" och kunna nyttja dess skärmdelningfunktion kunde vi utföra intervjuerna samtidigt som respondenten tog en promenad eller åkte kollektivtrafik. Detta gav oss ett användarvänligt intervjuscenario. Vikten av att fånga upp den ogenomtänkta tanken, därmed också de underliggande fördomarna, är helt avgörande för att kunna besvara på våra frågeställningar om vad skor säger om en persons identitet. Därför ser vi vikten i att använda både meme-produktion och kvalitativa intervjuer som metod i vår undersökning.

När vi planerat meme-produktionen fortsatte vi planering inför de efterföljande kvalitativa intervjuerna. Då kvalitativa undersökningar oftast enbart innehåller ett fåtal intervjuer är det viktigt att ha en noggrann urvalsprocess så rätt ändamålsgrupp väljs som respondenter utifrån

studiens syfte. I kvalitativa intervjuer som metodval ligger vikten inte på hur många som intervjuas utan snarare på vilket innehåll som kan utvinnas och användas utifrån en intervju. Därför valde vi variationsurval vilket innebär att man vill uppnå en variation av de personer som representeras i intervjuerna för att på så sätt få en bredd av de förhållanden som ska studeras (Ekström, Larsson, 2019: s. 112f).

Vidare i planeringen skapade vi tillsammans en intervjumanual som grund till intervjuerna och meme-produktionen vilket är väsentligt som underlag. För att säkra studiens kvalitet är det viktigt med ett starkt samband mellan forskningsfrågor och intervjufrågor. Frågorna följer ovan bestämda teman som vi valt ut under tematiseringsprocessen. Frågorna som är förberedda är enbart för att intervjun ska bringa in tillräckligt mycket med underlag för att besvara frågeställningen (Ekström, Larsson, 2019 s. 114f). Det är också viktigt i denna fas att ta kontakt med respondenterna innan intervjun och ge dem tid till förberedelse och information vilket vi förberedde tillsammans. Inför intervjuerna utgick vi från hur vi tillämpat forskningsetiska principer som exempelvis hur vi tillämpat hantering av samtycke- och konfidentialitetskrav (Ekström, Larsson, 2019: s. 114f).

För att kunna djupdyka i frågor krävs det av intervjuaren att vinna ett förtroende. Utan ett förtroende mellan intervjuare och intervjuad kan kunskap och tankar gå förlorat. Det kan alltså leda in respondenten på felaktiga svar eller inget svar alls (Ekström, Larsson, 2019 s.116). Då vår studie delvis täcker ett område som handlar om fördomar, ett ord med en negativ klang som människor ej vill bli förknippade med, så ligger det till stor vikt att skapa ett förtroende för att den som intervjuas ska våga öppna sig. För att hantera denna utmaning krävs skicklighet och bra förberedelser inför intervjun.

3.4.1 URVAL

Vid sökandet av material till meme-produktionen valde vi redan befintliga memes från internet. Detta för att vi inte skulle färga resultaten av meme-produktionen i någon riktning. Likt hur Lewis diskuterar en liknande företeelse inom opinionsundersökningar, vilket denna uppsats kan betraktas som åtminstone i miniatyrformat (Lewis, 2001). Givetvis färgas resultatet till viss del av att vi valt just de memes vi valt, men inte till lika stor utsträckning till om vi gjort memesen

själva. Vi sökte på internet efter starter-pack memes med fokus på svenska sådana för att vara relevanta i rum. Vi eftersökte skor som ansågs vara allmänt kända och ikoniska för svenskt mode och lyckades till och med hitta starter-pack memes med direkt koppling till studenter i beskrivningen vilket ansågs lyckat. Det första utkastet var endast tre memes (se bilaga 1.1, 1.2, 1.3), efter detta insåg vi att dessa var väldigt pojkiga och inga av memesen eller skorna utstrålade en mångfald ur ett genusperspektiv. Därför valde vi att lägga till ytterligare några som inte var lika starkt förankrade i mäns mode vilket var en utmaning. Det var en utmaning och oväntat svårt att hitta feminina svenska starter-pack memes då urvalet var snävt. Då vi inte ville skapa egna starter-pack memes så försökte vi istället att välja några memes som hade unisexa skor.

Respondenterna har funnits genom vänner till vänner. Vi ville ha en bredd i respondenternas skointresse, alltså ha med någon som inte alls är intresserad av skor och någon som älskar skor. Detta på grund av att en tidig hypotes var att det bara var sko-intresserade som hade fördomar av skor, därför valdes tre icke intresserade samt en fanatiker inom området. Respondenternas svar kommer att kategoriseras utifrån hur många som kunde matcha rätt sko till rätt starter-pack meme, vilket blir tre kategorier.

Då vi vill undersöka Lundastudenters förutfattade meningar om skor så är det just studenter från Lunds Universitet (LU) som är aktuella i vårt urval. För att få så olika infallsvinklar i vår studie så har vi även valt att ha med studenter inom olika fakulteter inom LU. Detta för att se likheter och skillnader intervjuerna emellan.

3.5 POTENTIELLA PROBLEM OCH RISKER

Vårt val av meme-produktion som uppgift problematiserar Johansson och Karlsson (2019 s. 144) speciellt om en använder allmänt tillgängliga och populärkulturella texter som exempelvis memes eller reklamfilmer, då en risk att respondenten redan tagit del av memen. Detta kan motverkas genom att fråga intervjupersonen om hen är familjär med formatet genom att visa en tom mall för memen. En annan utmaning är vår bristande erfarenhet att intervjua. Vikten att vinna respondentens förtroende är fundamentalt för insamlingen av materialet.

Eftersom uppsatsen endast är på fortsättningsnivå och det finns begränsat med tid. Därför hinner vi inte följa alla de riktlinjer som ges kring intervjuer, mer specifikt att utföra en större mängd intervjuer. Detta på grund av att det empiriska materialet ska få statistisk signifikans. Planen var först att två intervjuer skulle ske med meme-produktion och två utan för att kunna mäta huruvida memesen haft någon inverkan på de fördomar som respondenten uppger. Två intervjuer är relativt lite även för en B-uppsats, därför valde vi att utsätta samtliga intervjuer för meme-produktionen.

Utifrån den riskanalys vi utfört minskar risken för att stöta på oväntade och svårutmanade motgångar under arbetets gång. De utmaningar vi står inför utifrån från de potentiella problem och risker som finns går att hantera. Med tydliga avgränsningar och väl instuderad kunskap kring vår valda metod minskar risken för försummad information för att uppnå vårt syfte.

3.6 ANALYS AV MATERIAL

Vid analys av det insamlade materialet är det grundläggande att dela upp materialet för att sedan kunna fokusera på vissa aspekter av respondenternas verklighet. Detta är nödvändigt att göra i det vetenskapliga arbetssättet (Ekström, Johansson, 2019: s. 20f). Vi förstår att vi inte redovisar hela verkligheten, det har vi varken tid eller rum till, men vad vi gör är att isolera delar av helheten för att lättare kunna smälta och analysera de element som anses viktiga och intressanta.

I analysen av materialet utgår vi inte från förutbestämda precisa hypoteser utan har som mål att hålla en öppenhet för att kunna låta respondenterna själva beskriva sin uppfattning och tolkning av de förhållanden som studeras (Ekström, Larsson, 2019 s. 121f). Att utföra kvalitativa analyser innebär att få kunskap om kvaliteter som exempelvis kan vara en anledning till att de associerar en sko till en specifik subkultur i samhället, ett sätt att rösta på eller en sexuell läggning.

Att bevara en öppenhet i analysen ger oss en möjlighet att få tillgång till kunskaper vi inte känt till inom det område vi forskar utöver de redan befintliga ideer som finns med från början (Ekström, Larsson, 2019 s. 122). Vikten av öppenheten ger oss en inblick i de fördomar och myter som finns om en sko samt skobärandens identitet i. Memsen anses enligt vår mening vara ett digitalt medium för myter att frodas och detta är precis det vi vill fånga i meme-produktionen.

Först har respondenterna utövat meme-produktionen med efterföljande intervjuer som sedan har transkriberats. Därefter organiserades och författades analysen utefter tematiseringen.

För att kunna generalisera våra resultat kompletteras dessa tematiserade rubriker med de kommentarer och semiotiska signaler som förekommit under intervjutillfällena. Resultaten av meme-produktionen analyseras utifrån Stuart Halls encoding/decoding. Huruvida studenterna har avkodat de inkompleta memsen korrekt eller inte, då har Halls tolkningspositioner: dominant/hegemonisk, förhandlande och oppositionell att appliceras och signaler fastställas. Utifrån resultaten kommer också Pierre Bourdieus kapitalteori appliceras på den hypotetiska skobäraren. Hur den hypotetiska skobärarens ekonomiska-, kulturella- och sociala kapital kommer också att analyseras utifrån resultaten.

4. TEORIER

4.1 SEMIOTIKEN

Vi betraktar skor som medier som sänder signaler om bärarens idéer. Med hjälp av semiotiken, som studerar hur betydelser uppfattas och mening bildas, kan vi förstå en text genom att se textens minsta beståndsdelar som är tecken. Inom medie- och kommunikationsvetenskap kan i regel vilken företeelse som helst betraktas som en text.

Semiotikens urfader och lingvisten Ferdinand de Saussure menar att ett tecken är en meningsbärande företeelse, också att ett tecken har en tudelad mening, det materiella uttrycket och det immateriella innehållet (Lindgren, 2009: s. 63). Ett exempel på detta kan vara att vi ser en bild på ett äpple, då är det materiella uttrycket ett faktiskt äpple, runt och gulgrönt, samtidigt som det immateriella innehållet då skulle vara det teoretiska konceptet av ett äpple, nyttigt, förbjuden frukt eller varför inte teknikjätten Apple. Det immateriella innehållet är polysemiskt vilket innebär att det tolkas på olika sätt av olika människor från olika kulturella sammanhang (Lindgren, 2009 s. 82). Det materiella uttrycket kräver minimal tolkning och meningen benämns denotativ, det immateriella innehållet kräver en djupare analytisk tolkning och meningen benämns konnotativ.

Just dessa signaler är vi intresserade av att kartlägga för uppsatsen, för att se ett eventuellt samband mellan skors generella signaler och den potentiella skobärarens identitet.

Vidare utvecklade sociologen Roland Barthes teorin om myter. Barthes kritik mot semiotiken var att fokus enbart låg på text och ville vidareutveckla det och sätta texten i sin kontext. Den mytologiska nivån handlar om att sätta ihop de konnotativa betydelseerna i sin kontext (Lindgren 2009 s. 77). Den språkliga nivån förklarar något i bokstavig mening medan på den mytologiska nivån skapas symboliska innebörder (Lindgren 2009 s. 80f). Lindgren förklarar:

“Myter framställer socialt bestämda och rådande ideal som naturliga och självklara”
(Lindgren 2009: s. 81).

Semiotiken och myter hjälper oss att förstå hur en skos signalerna ser ut utifrån att se skon som tecken som sänder ut signaler. Dessa signaler sänder ut ett budskap om skon på en denotativ nivå och på en konnotativ nivå. Genom att kunna sätta skons signaler i ett sammanhang infinner sig de symboliska innebörden, alltså myten, vilket hjälper oss att förstå varför en skos signaler säger något om bärarens identitet.

4.2 KAPITAL

För att förstå de signaler en sko sänder ut och vad det signalerna innebär för de sociala strukturerna i samhället kommer vi att använda oss av Bourdieus teori om kapital.

Bourdieu analyserar hur mänskliga praktiker såsom exempelvis mode, konst, utbildning och sport, produceras och reproduceras av sociala strukturer. Dessa sociala strukturer upprätthåller de maktstrukturer som finns i samhället. Praktiker som utövas tas gärna för givet utan närmare reflektion vilket bidrar till fortsatt dominansstruktur i samhället (Miegel & Johansson 2002, s. 271). Bourdieu menar att alla individer oundvikligt positionerar sig i det sociala rummet utifrån smakdomänen kring olika praktiker (Lindgren 2009, s. 35).

Bourdieu teori om kapital handlar om symboliska och materiella tillgångar. Han utgår från fyra olika kapital vilka är; kulturellt-, socialt-, ekonomiskt- och symboliskt kapital. Det kulturella kapitalet handlar om samhällets finkultur, exempelvis ett kultiverat språkbruk eller smak för

oljemålningar. Det sociala kapitalet handlar om vilka förbindelser en individ har med andra såsom kontaktnät och släktband. Det ekonomiska kapitalet handlar om en individs tillgångar i form av exempelvis pengar och egendomar. När något av dessa tre kapital finner sig i rätt sammanhang får detta kapital sitt värde, vilket är symboliskt kapital. Symboliskt kapital styr med andra ord någons anseende och ger auktoritet i olika sammanhang som exempelvis en prestigefull titel eller ett efternamn (Broady, 1998 s. 13). Att applicera Bourdieus teori om kapital skulle i praktiken innebära att ett par dyra märkesskor är bara dyra och unika för den som är medveten om dess pris, det vill säga att skon har ett värde inom det ekonomiska kapitalet.

Enligt Bourdieu har enbart ett fåtal individer känsla av att bedöma vad som kan avkodas vara värdefullt eller inte i ett bestämt socialt sammanhang. Dessa bedömningar av att avkoda fyller sin funktion i upprätthållandet av maktordningen i samhället genom att särskilja grupper av människor (Lindgren 2009, s. 34f).

Skor sänder alltså ut signaler om bärarens identitet samt kapital. De här signalerna ser olika ut vilket arrangerar bärarens sociala relationer och positionering i samhället. Bourdieus huvudsakliga tes i sin teori om kapital handlar om att synliggöra de underliggande maktstrukturer som råder i samhället. Genom att belysa dessa meningar, som upprätthåller och reproducerar mänskliga praktiker och dess värde, kan vi använda oss av kapital för att förstå skors signaler (Miegel & Johansson 2002, s. 271).

4.3 ENCODING/DECODING

Vi är inte bara intresserade av vad skor säger om bärarens identitet utan vi vill också undersöka tolkningen av signalerna. Stuart Halls teorier om "Encoding/Decoding", eller på svenska kodning/avkodning, beskriver att ett kodat budskap kan ha olika stark signal beroende hur de kodas och avkodas, alltså produceras och tolkas.

Kulturteoretikern Stuart Halls (1973 s. 2f) teori "Encoding/Decoding" grundar sig i Saussures semiotiska tankesätt, där en mening kodas in i mediet av en producent, sen avkodas en mening av publiken vid konsumtion. Hall förstår att olika individer i publiken kommer tolka samma text på olika sätt, på grund av att publiken har olika världsbild, som är präglad av den sociokulturella,

rumsliga och tidsliga kontexten (Hall, 1973 s. 4). Detta innebär att texten, som kommer att färgas av publikens bakgrund och tidigare erfarenheter, är polysemisk det vill säga mångtydig (Hall, 1973 s. 4). Därför har Hall valt att dela in publikens plats i tolkningsprocessen i tre kategorier: dominant/hegemonisk, förhandlande och oppositionell (Hall, 1973 s. 17).

Dominant/hegemonisk innebär att tolkningen kommer att stämma direkt överens med vad producenten vill förmedla, här lämnas ingen plats åt missförstånd eller misstolkningar. En förhandlande tolkning är relativt självbeskrivande, här avkodas vissa element såsom producenten kodat dem men inte alla. Texten färgas därför till viss del av den förhandlande publikens intressen och tidigare erfarenheter. Slutligen är den oppositionella tolkningspositionen är mest präglad av publikens kontext och världsbild. Här erkänner publiken textens tecken och deras direkta denotativa och konnotativa innebörder, men texten tolkas på ett sätt som producenten inte alls avsett (Hall, 1973 s. 18).

Studiens syfte är att undersöka och kartlägga de signaler skor sänder ut. För att kunna undersöka dessa signaler av en sko är Stuart Halls teori om kodning/avkodning helt avgörande. Teorin kommer att användas för att följa hur en skos signaler kodats av producenten och avkodats av memsen. Det vi kommer att undersöka är hur respondenterna avkodar memsen samt vad deras tolkning kan säga om skornas eventuella signaler.

5. RESULTATSAMMANFATTNING

Syftet med vår studie är att kartlägga de semiotiska signaler och identitetsmarkörer skor bär med sig med hjälp av ett skor-som-medium perspektiv. I resultatsammanfattningen kommer materialet från respondenternas meme-produktion och intervjuerna att presenteras utifrån vilka signaler de olika skorna sänder.

Resultatsammanfattningen är indelad utifrån uppgiftens resultat, hur många av respondenterna som matchat rätt sko med rätt meme, vilket fastställer huruvida signaler sänds eller ej. Under varje rubrik kommer respondenternas svar från de kvalitativa intervjuerna att sammanfattas och presenteras i form av ord och citat.

5.1 RESPONDENTERNA SVARAR 4/4

Av de sju skor som presenterades under intervjutillfället var skon Chelsea Boots av märket Gant en av de skor som matchades raskt och rätt av respondenterna vid varje tillfälle. Skon tillhörde "Business school student starter pack". Respondenterna hade en gemensam uppfattning av skon där skobäraren beskrevs med synonyma ord som basic, överklass, röstar blått, ägnar sig åt daytrading och är en ekonomistudent. En av respondenterna beskrev skon följande:

"Personen som bär denna sko pluggar ekonomi och håller på med aktier på fritiden. Han är en kille som vill verka stilig och vill antingen tillhöra överklassen eller så är en överklass. En sådan typisk cisman med jobb inom finans som bär en Daniel Wellington klocka och vill starta eget företag. Han avgudar säkert typ Elon Musk och lyssnar på Joe Rogan Experience"-Respondent 1

De två andra skorna som samtliga respondenter matchade med rätt starter-pack-meme var Salomon funktionssko samt Old Skool Vans. Beskrivningen av personen som bär Salomon funktionssko och Old Skool Vans talade också för en ömsesidig uppfattning av respondenterna. De båda skorna var inte lika snabbt placerade i rätt starter-pack meme, men när placeringen av skon till memen var färdigställd var respondenterna övertygade om att skorna placerades rätt. Salomonskon tillhör memen "Humble engineering student starter-pack". Personen som bär Salomons funktionssko beskrevs som nördig, studerar till ingenjör, gillar att spela datorspel eller sällskapsspel och introvert. När vi bad respondenterna att vara elak mot personen med dessa skor fick vi kommentarer som "incel" och "ta på dig deodorant" vardera vid fler än ett tillfälle.

Skon Old Skool Vans tillhörde "Pretends To Skate starter-pack". Här beskrivs skobäraren som en person med stark koppling till skejtkulturen, tillhör medelklassen, har högervridna åsikter och att han vill vara cool. Om han pluggar så studerar han en yrkeshögskoleutbildning inom socialt arbete eller design. Värt att tillägga är att inga av respondenterna såg titeln på memesen, ändå fick vi höra citat som detta:

“Det ska ju vara en skejtsko, det är väl det som gör den populär, att det är lite subkulturellt. Att det är populärkulturellt att vara skejtare numera, men vad som är kul är att jag aldrig sett en skejtare med just dessa skor.” - Respondent 4

5.2 RESPONDENTERNA SVARAR 3/4 eller 2/4

De skor som tre av de fyra eller två av de fyra respondenterna parade ihop med rätt starter-pack-meme var Hunterstövlar och Dr Martens.

Hunterstövlarna tillhör Basic Swede starter-pack (se bilaga 1.7). Vid två tillfällen placerades respondenterna Hunterstövlarna inte till någon av starter-pack memen medan vi de andra två var övertygade om att skorna tillhörde “Basic Swede starter-pack”-memen. Alla respondenter var överens med beskrivningen om att skon bärs av en hästtjej, tjejen tillhör en höginkomsttagande familj med pappa-betalar mentalitet. Vid de två tillfällen som respondenterna inte placerade in skorna i någon av memsen var anledningen till det att “Basic Swede starter-pack”-memen tillhör en fjortis och att skobäraren av Hunterstöveln är mer åt överklassen.

Dr Martens skon tillhör “Humanities Student starter-pack” (se bilaga 1.3) och placerades till denna meme av tre av de fyra respondenterna. Det beskrevs av alla som klassöverskridande, politiskt engagerad, vill sticka ut och tillhöra en subkultur och vill vara originell. Skon beskrevs av alla respondenter att den passar in i flera subkulturer men att den gemensamma nämnaren var önskan att vara originell. Den respondent som inte kunde placera skon förklarade att skon tillhör en mer extremhöger eller extremvänster grupp vilket ingen av starter-pack memsen representerade. Personen som bär denna sko kunde både vara kvinna och man samt att personen pluggar politik eller något kreativt och flummigt.

5.3 RESPONDENTERNA SVARAR 1/4

De två skorna som enbart en av de fyra respondenterna parade ihop med rätt starter-pack-meme var Nike Roshes One samt Chuck Taylor Converse All Star. Dessa två skor matchades till flertalet starter-pack-memes och hade flertalet olika beskrivningar av respondenterna.

Skon Nike Roshes One placerades i antingen “Business School Student starter pack”, “Becknare starter pack” eller “Pretends To Skate starter pack”. Gemensamt beskrev respondenterna skobäraren som en person som ville vara bekväm och cool. Responden som placerade skon i “Business School Student starter pack” menade på att det är en person som klär sig ordentligt upptill men vill bryta av med några coola dojjor nertill. Respondenten som placerade skon i “becknare starter pack” beskrev skobäraren följande:

“Han vill bara klä sig snyggt men har egentligen inte råd så han köper ett par billiga sneakers för att passa in i sin subkultur bara för att det är ett märke på skorna. En sådan riktig looser som tror att en vit T-shirt är snyggt bara det står LV på den eller Gucci” -Respondent 3

Skobäraren av Conversen beskrevs passa in både på starter-pack-memen som tillhörde “Business school student starter pack”, “becknare starter pack”, “the basic swede starter pack” och “the swedish basic bitch” är som alla andra memsen. Respondenterna beskrev skobäraren väldigt olika gällande politisk åsikt, vilken grupp personen tillhör, kön, klass och vad personen studerade. Vad alla respondenter hade gemensamt var beskrivningen av att skon är basic och klassisk. En av respondenterna beskrev skobäraren följande:

“En person som bär denna sko är väldigt basic i sin stil. Det är ett säkert kort i nästan alla stilar. Personen skulle kunna vara centerpartist, socialdemokrat eller vänsterpartist. En person med stil och klass skulle aldrig bära denna sko för ingen med stil skulle sätta på sig något så tråkigt. Snälla alla skobärare tvätta era Converse”. -Respondent 2

6. ANALYS

I analysen kommer vi att diskutera och analysera resultatsammanfattningen med hjälp av val av tidigare forskning och teorier. Analysen utgår från de tre teman som präglat respondenternas meme-produktion och intervjuerna vilka är identitet, de signaler som sänds och kapital. Vidare kommer kapitel sju att struktureras utifrån dessa tre teman.

6.1 IDENTITET

Utifrån respondenternas svar såg vi en tydlig koppling mellan skornas signaler och bärarens identitet. Brück (2005) påstår att det är en självklarhet i dagens samhälle att de kläder vi har ständigt kommunicerar vilka vi är. Jaget är ett projekt som är i ständig utveckling där kläder är ett sätt att spegla sin identitet utåt (Brück, 2005 s. 10f)

Dr. Martens är ett intressant exempel värt att titta närmare på. Varumärket har som stilmässig tradition att uttrycka rebelliskhet, individualitet och anti-mainstream. Skon har genom åren haft starka kopplingar till olika subkulturer som exempelvis punkare, scooterboys, gothare och skinheads. Idag har skon även en stark koppling till individer som vill uttrycka sin kreativitet (Davies, 2016 s. 201).

På den denotativa nivån beskrevs skon som svart, tjock sula och upptill i lädermaterial. På den konnotativa nivå beskrevs skon som vädertålig och slitstark. Men skon får en vidare mening i sin kontext, den mytologiska nivån, där skobärarens identitet beskrivs av respondenterna som viljan att tillhöra en grupp och vara originell. För att citera Saussure “ett tecken kan sägas vara någonting som står för något annat - dvs. någonting som producerar mening” (Lindgren, 2009 s. 63). Genom att se Dr. Martens sko som ett tecken som står för något annat finner sig en förståelse för att skon producerar mening som exempelvis förbindelsen mellan skon och punkare.

Det var ett tydligt genomgående tema att skobärarens identitet uttrycks i sammanhanget av människor, alltså olika grupperingar, som har ett gemensamt intresse för något. Varför just memen “Humanities student starter-pack” matchades till skon kunde ingen av respondenterna svara på då alla memesen uttryckte någon typ av grupptillhörighet. Däremot nämnde två av respondenterna att bilden på skivbutikens på “Humanities student starter-pack” avslöjade att det är en person som vill vara originell genom att ha ett udda och unikt intresse.

Utan vidare bakgrundskunskap hos respondenterna kunde skon ändå beskrivas utefter dess historiska och nutida symbolik. Det påvisar den omedvetna uppfattningen om skon som tecken och hur det producerar mening i skobärarens identitet. Genom att sätta skon i sin kontext

Ett annat exempel som var utmärkande var Old Skool Vans. Skon matchades till rätt meme av alla respondenter. Sneakers har många gånger fått sin ikoniska symbolik eftersom de förknippats med olika förebilder, där oftast idrottare och artister (Denny, 2020 s. 460). Längre har skor varit ett sätt att uttrycka en persons karaktär och identitet i form av klass, nationalitet, social och kulturell placering (Denny 2020, s. 459). Det som stack var att respondenterna beskrev skobärandens identitet på samma sätt, tillhörande samma subkultur, men bars snarare som ett sätt att uttrycka identitet och tillhörighet än att utöva faktiska intresset. Det beskriver respondent 4 bra genom att påpeka att hen aldrig sett någon som skejtar bära Vans men har heller aldrig sett den som bär Vans skejta. Lindroth (2005) påstår att med skor kan människor uttrycka identitet, image och grupptillhörighet (Lindroth 2005, s. 114). Viljan att tillhöra en subkultur, som skejterkulturen, men inte utöva huvudsyftet, att skejta, visar på den myt som finns om Vansskon.

En av de två skorna som var absolut svårast att matcha med rätt meme var Nike Roshes One. Sneakern Nike Roshe One presenterades på marknaden 2012 och ansågs vara både minimalistisk och prisvärd. Skon släpptes utan reklamkampanj och fick istället tala för sin enkelhet själv utan någon hypecykel kring marknadsförande eller samarbete. Skon fick snabbt spridning på sociala medier och benämndes med titlar på memes som *“the most swagless homie”*. Trots den hårda kritiken på internet om skons smaklöshet så sålde och säljer den fortfarande bra tack vare dess prisvärdhet och breda målgrupp (Roazen, 2016).

Skon Nike Roshes One placerades i flera olika starter-pack memes av respondenterna. När de beskrev skon på den denotativa nivån beskrevs skon väldigt enkelt som svart och vit. På den konnotativa nivån beskrevs skon med fåtalet och generaliserbara ord som exempelvis enkel och passar för alla till allt. Skon i sin kontext talar för myten som skobärandens identitet. Respondenterna svarar alla för att skon passar in på flertalet starter-pack memes och därmed finns flera potentiella skobärare.

Till skillnad från Dr. Martens och väns med tydlig koppling till olika grupper och subkulturer så beskrivs Nike skobärandens identitet som avsaknad, basic och som alla andra. En stor skillnad mellan dessa tre skor är att Dr. Martens och Vans länge och frekvent marknadsfört skorna. Då marknadsföringens poäng är att sälja en ide eller myt till en viss målgrupp så har Nike Roshe

One aldrig marknadsförts vilket innebär att den heller aldrig sålts till en specifik målgrupp. Myten om Nike skon har aldrig producerats med marknadsföringen utan designades utefter en minimalism.

6.2 SIGNALER

Stöveln Chelsea Boots (se bilaga 3.3) är en sko som har sin bakgrund redan sedan den viktorska eran. Designern av skon, Joseph Sparkes Hall, påstod att själva drottningen Victoria bar skon till vardags för att påvisa värdet av uppfinningen. Skon anses bäddas av både kvinnor och män under denna tid speciellt inom promenader och ridning.

Den skon som alla respondenter satte in i rätt meme direkt var Chelsea Boot av märket Gant. De signaler skon sänder ut på den konnotativa nivån är signaler om lyx, framgång och pengar. Detta kan vara för att vi valt att inkludera märket Gant i presentationen av materialet. Emellertid vill vi argumentera för att signalerna inte är beroende av märket då bilden var relativt lågupplöst och endast en av respondenterna poängterade det. Signalerna nämnda ovan går i klang med en ekonomistudent.

Skon signalerar även en fördom om bärarens sexuella läggning. Från egna observationer präglas nutida ekonomiprogrammet av en heteronormativ syn på sex. Eftersom att samtliga respondenter satte rätt sko till rätt meme vill vi argumentera för att dessa signaler är av stark karaktär. Detta sätter även respondenterna i en hegemonisk tolkningsposition vid avkodningen av skon, både i relation till producenten Gant samt i relation till memen (Hall, 1973 s. 16). Se bilaga 1.2

Skon Dr. Martens (se bilaga 3.2) matchades sällan till rätt meme, men konnotationerna var ändå respondenterna eniga i, en färgstark individ med starka och fasta åsikter, gärna i en vänsterinriktning. Skons förflutna som en brittisk arbetarsko populär bland brevbärare, fabriksarbetare och poliser gör det inte så konstigt att den idag också förknippas med arbetarrörelsen. Att personen har starka åsikter går också i linje med skons förflutna, då den tidigt adopterades av skinheads i England på 60-talet, vilket kan verka motsägelsefullt, varför associeras skon till vänstern om den har rötter i skinheadkultur? Kan det kanske vara så att

arbetarklassen har avassocierat den gamla arbetar-kängan från skinheadkulturen? Och på så sätt styrt intrycket av skon i dess ursprungliga riktning (Goffman, 2000 s. 182).

Respondenterna uppger att personen i fråga är en kulturtant har troligtvis också med skons långa historia att göra, när docs blivit en symbol för ungdomskultur och arbetarrörelsen i England på 80-talet adapterades den även av grunge-scenen och dess rebelliska stil. Detta kan vara orsaken till att skon har en så starkt förankrad signal hos oss idag. Skon avkodas i en förhandlande tolkningsposition i förhållande till memen då skon har en så pass lång och bred historia. Emellertid tolkas skon Dominant/hegemoniskt i relation till producenten, som har omfamnat skons färgstarka fan-skara. (Hall, 1973 s. 13)

Salomonskon (se bilaga 3.6) på den konnotativa nivån beskrevs som fotriktig och opolitisk. Salomonskon har också störst åldersspann då en majoritet skulle kunna se denna skon på alla åldrar. Den potentiella skobäraren ansågs vara en man som gärna är mån om sin kropp så länge det inte involverar någon form av fysisk aktivitet, han ansågs inte tillhöra någon särskild klass men spenderar social tid till "Dungeons & Dragons"-kvällar i sin creeper-hoodie.

Salomon har från början en tydlig kundprofil där funktionalitet och hållbarhet för sportintresserade står i fokus. Hur skon då enligt respondenterna avkodas som en nördig, stillasittande gamer är nästan motsatsen till hur skon från början kodats. Hur kommer det sig då att alla fyra respondenter var så överens om skobärarens identitet, intressen och livsstil. Enligt Hall (1973 s. 3) så präglas avkodningen av publikens bakgrund och tidigare erfarenheter. Vilket många av våra respondenter delar då vi endast har studenter i Lund som samtliga till störst del av sina liv levt i Sverige och präglats av den svenska kontexten. Enligt Hall (1973 s. 18) är då publikens tolkning gentemot Salomon oppositionell. Vad som är intressant här är att skorna avkodas hegemoniskt i relation till memen.

Salomonskon började som en fotriktig vandringssko. Hur den har kommit att bli en stämpel för en påstådd illaluktande subkultur ska vi försöka reda ut. En person som gillar vandring över att spela fotboll, kan anses som en typ av introvert eller någon som gärna inte interagerar i större sällskap. Detta kan vara roten till de semiotiska signaler skon sänder, en ensamvarg. Skon

stämmer också med uttrycket vill man vara fin får man lida pin, då ingen av respondenterna tyckte att skon var någon vidare vacker och gärna poängterade att funktionen trumfar stilen för skon.

Inom äventyrsspel är ett klassiskt element att spelaren får klä sin karaktär samt att kläderna har olika attribut, att du till exempel har en större chans att överleva ett slag om du bär rustning eller att din förmåga att förtrolla din motståndare utvecklas när du har en magisk kapp. Detta stödjer Kurucs (2008 s. 213) slutsats om att media spelar en avsevärd roll i hur vi avkodar verklighetens företeelser. Ur detta utilitaristiska perspektiv är troligtvis salomonskon ultimat, då den helt enkelt är bäst för bäraren i så många olika miljöer som möjligt och minimerar potentiellt lidande. Då är det kanske inte så konstigt längre att Dungeons & Dragons-fanatikern väljer just salomonskon.

6.3 KAPITAL

Bourdieu's teori om kapital går att applicera väl på respondenternas beskrivningar av skornas signaler i resultatsammanfattningen. Det Bourdieu vill uppnå med teorin om kapital är att tränga sig igenom det som är för givet tagna praktiker och synliggöra dessa maktstrukturer (Miegel & Johansson, 2002 s. 271). Genom att synliggöra signalerna får vi en förståelse för vilket värde skorna har i sociala sammanhang.

Här kunde vi nästan alltid se någon gemensam nämnare hos alla respondenterna i deras beskrivning om skobäraren. Även om alla skor inte matchades till rätt meme så hade alla respondenter mer eller mindre en gemensam uppfattning om vem eller vilka som kunde bära skon.

Hunter-stövlarna var den sko i uppgiften som två respondenter lyckades para ihop med rätt meme. Gemensamt för alla respondenterna var att skorna beskrevs tillhöra en tjej från överklassen. De två respondenter som inte kunde placera skon var för att det saknades ett tillräckligt bra starter-pack meme alternativ. Av de två som satte rätt sko till rätt starter-pack meme menade dock på att denna tjej var en "wannabe" och ville ge intrycket av att tillhöra ett finare sammanhang men var egentligen bara medelklass.

Gummistöveln Hunter lanserades av varumärket North British Rubber Company som grundades i Skottland 1856. Den ikoniska gummistöveln design inspirerades av hertig Wellington och är idag en identitetsmarkör för att uppvisa en livsstil för exklusivt friluftsmode kring godsägare och kungligheter. Fram till idag har flertalet kändisar fotats med stövlarna på som exempelvis prins Charles, prinsessan Diana, och Kate Moss (Ågren, 2019).

Gemensamt för de fyra respondenterna var att deras bild av vem som bär Hunterstövlarna antingen ville tillhöra eller tillhörde en kvinna av övre klass. Utifrån stövelns bakgrund med kopplingar till societeten kan denna bild av skobärarens identitet förstås med bakgrund av Bourdieus teori om kapital. Utifrån dessa beskrivningar skulle skobäraren i fråga kunna placeras in i ett symboliskt kapital. Kopplingarna till överklassen kan ha att göra med att personer från societeten, exempelvis prinsessan Diana, fotats i skorna. När personer från societeten med ett prestigefyllt namn eller titel bär skorna finner Hunterstövlarna i det symboliska kapitalet (Broady, 1998 s. 13).

De signaler som Hunterstövlarna sänder ut enligt alla respondenter säger också något om dess ekonomiska kapital. Alla respondenter kopplade skobärarens identitet till en person som var född i en familj med mycket pengar. Även detta kan kopplas till skon bakgrund där skon vid flertalet tillfällen kopplats till kändisar och societeten.

En annan sko som kan kopplas utifrån respondenternas beskrivningar av ekonomiskt, och därmed kulturellt kapital är Chelsea Boot av märket Gant. Skon beskrevs av alla respondenter på samma sätt där de gemensamt påstod med synonyma ord att skobäraren strävar efter ekonomisk framgång. Utifrån skons historiska bakgrund i kunglighet och samhörighet samt den mytologiska beskrivningen om vem skobäraren är så talar detta för att skon sänder ut signaler om ett starkt ekonomiskt kapital.

De skor som sänder ut signaler om ett starkt socialt kapital är skorna med tydliga kopplingar till grupper och subkulturer. Utifrån presentationen av materialet av Dr. Martens Low beskrivs bäraren av skon sammanfattat som rebellisk och anti-mainstream. Den potentiella skobäraren skulle kunna påstås ha ett starkt socialt kapital. De förutfattade meningarna om skobärarens

identitet kan sammanfattningsvis påtala den starka viljan av att uttrycka sin ståndpunkt, och därmed identitet, genom att ta avstånd ifrån andra och därmed också tillhöra en specifik subkultur.

Skon Converse kunde enligt alla respondenter matcha in i flertalet av starter-pack memesen. Det var enbart en av respondenterna som matchade skon med rätt starter-pack. Då skon har en historia av att tillhöra ungdomskulturer sedan 1950-talet är skon idag en av världens mest välkända skor (Denny, 2020 s. 457f). Skon kan anses vara utan något värde i sociala sammanhang då den beskrivs av respondenterna som allmän och vardaglig. Detta kan förstås bättre gentemot sneakers bakgrund som en av världens mest välkända- därmed vanliga- sneakers.

7. SLUTDISKUSSION

Syftet med vår studie var att kartlägga och undersöka de semiotiska signaler och identitetsmarkörer skor bär med sig. Det fick vi också svar på. Utifrån vår undersökning förstod vi dock, mer än väntat, den slagkraftiga verkan skor har för skobärarens identitet. Skor i fel placerade i fel sammanhang och till fel person blev som en störning i någon omedveten ordning, likt myter som är självklara att upprätthålla. Media som musik, film, musikvideos, framträdanden i TV, reklam och memes spelar en huvudroll i den allmänna bilden kring skor som logistiska medium.

Det logistiska mediumet skor skapar sedan i sin tur relationer mellan människor och ting, alltså mellan människor och skor. Detta vill vi påstå i slutskedet att skor faktiskt är ett medium som sänder ut signaler då det medvetet, men oftast omedvetet, kunnat påvisas i vårt studie att skor säger något om vilka vi är, vad vi vill uttrycka och vad vi tror om andra. Signalerna må vara kodade och avkodade på olika sätt men alla skor sänder signaler om skobärarens identitet.

Så vad fick vi för svar om vad skor säger om skobärarens identitet? Av alla skor som presenterades kunde alla respondenter koppla skon till en viss personprofil. Oavsett om respondenterna var överens eller inte så var det ingen som aldrig kunde måla upp en bild om vem

som bar skon. Därför kan vi påstå att det finns en stark koppling mellan skors signaler och bärarens identitet.

Vidare undersökte vi vad skor sänder för signaler. Här kan vi tydligt påvisa att det finns signaler som kodats in i skor till viss del med hjälp av populärkultur, bland annat i form av memes samt klädtrender avkodas dessa av individens referensramar. Med undersökningen som underlag kan vi också ana en koppling mellan en skos kulturella arv och de signaler om identitet skon utstrålar. Detta innebär att skoföretag som jobbar aktivt med sitt associationsvärde också arbetar för att påverka dessa referensramar.

Slutligen undersökte vi vad skor sänder för signaler om bärarens kapital. Teorin om kapital var viktigt att applicera för att förstå det värdet signalerna har i sociala sammanhang. Eftersom alla respondenter hade lätt för att skapa någon typ av personprofil så var det inte heller svårt att konstatera skobärarens kapital utifrån den kategorisering respondenterna gjorde.

Går det att säga att skor sänder ut signaler om vem man är? Ja enligt vår undersökning så går det att säga. Oavsett om signalerna avkodas och associeras på olika sätt utifrån bakgrund, kultur, smak osv, så finns det underliggande meningarna som skors signaler ut. Tre av de fyra respondenterna sades i början inte va särskilt skointresserade men alla respondenter deltog med åsikter, tankar och fördomar om skorna och skobärarens identitet. Genom att applicera semiotiken, kodning/avkodning och kapital har vi i vår undersökning lyckats kartlägga och visa att skor sänder ut signaler.

I vår undersökning har vi studerat skor som ett logistiskt medium som sänder signaler. Vi har inte lyckats hitta någon tidigare forskning inom detta område, om ens i närheten. Vårt arbete ligger till grund inför ett helt ostuderat fält inom medie-och kommunikationsvetenskap där vi betraktar skor som logistiskt medium. I framtida forskning skulle perspektiv som kopplingen mellan medias bild av en sko och den allmänna uppfattningen om skobärarens identitet vidare kunna studeras.

Utifrån vår undersökning har vi påvisat att det går att betrakta skor som ett logistiskt medium som koordinerar, ordnar och arrangerar relationer mellan människor och ting. Vi har funnit ett

stort intresse för vår infallsvinkel på skor från vår omgivning och det går bestämt sagt inte att se människor på samma sätt längre, utan att se männ-i-skor.

8. REFERENSLISTA

Brück, Ulla (red.). 2005. "Inledning". I Nilsson, Bo G. & Garnert, Jan (red.). *Påklädd, uppklädd, avklädd: om kläder, kropp och identitet*. s. 9-19. Stockholm: Norstedts akademiska förlag.

Davies, Cath. 2016. *Smells like teen spirit: Channelling subcultural traditions in contemporary Dr Martens branding*, *Journal of Consumer Culture*, 16(1), s. 192–208

Ekström, Mats & Larsson, Larsåke (red.). 2019. "Kvalitativa intervjuer". I Ekström, Mats & Johansson, Bengt (red.). *Metoder för medie- och kommunikationsvetenskap*. uppl. 3. kap. 5 s. 101-130. Lund: Studentlitteratur.

Goffman, Erving. 2000. *Jaget och maskerna en studie i vardagslivets dramatik*. Enskede: TPB.

Hall, Stuart. 1973. *Encoding and decoding in the television discourse*. Centre for Cultural Studies. University of Birmingham. Edgbaston, Birmingham.

Iain, Denny. 2021. "The sneaker – marketplace icon" i *Consumption Markets & Culture*. vol. 24. uppl. 5. s. 456-466.

Iloh, Constance. 2021. "Do It for the Culture: The Case for Memes in Qualitative Research" i *International Journal of Qualitative Methods*. vol. 20. s. 1-10.

Johansson, Bengt & Karlsson Michael. 2019. "Surveyundersökningar och experiment". I Ekström, Mats & Johansson, Bengt (red.). *Metoder för medie- och kommunikationsvetenskap*. uppl. 3. kap. 6 s. 131-168. Lund: Studentlitteratur.

Kjørup, Søren. 2004. *Semiotik*. Lund: Studentlitteratur.

Kuruc, Katarina. 2008. "Fashion as communication: A semiotic analysis of fashion on 'Sex and the City'" i *Semiotica*. vol. 2008. uppl. 171. s. 193-214.

Lewis, Justin. 2001. *Constructing public opinion*. New York. Columbia University Press.

Lindgren, Simon. 2009. *Populärkultur: teorier, metoder och analyser*. [rev.] uppl. 2. Stockholm: Liber

Lindroth, Helena. 2005. "Skor, skoskav och identitet". I Nilsson, Bo G. & Garnert, Jan (red.). *Påklädd, uppklädd, avklädd: om kläder, kropp och identitet*. s. 144-153. Stockholm: Norstedts akademiska förlag.

Miegel, Fredrik & Johansson, Thomas. 2002. *Kultursociologi*. 2., [utök.] uppl. Lund: Studentlitteratur

Nilsson, Bo G. & Garnert, Jan. (red.). 2005. *Påklädd, uppklädd, avklädd: om kläder, kropp och identitet*. Stockholm: Norstedts akademiska förlag.

Rossiter, Ned. 2016. *Software, infrastructure, labor: a media theory of logistical nightmares*. New York: Routledge

Otryckta källor:

Definition.org. u.å. *Meme*. <https://definition.org/define/meme/> [2022-06-15]

Nationalencyklopedin u.å. *Signal*
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/signal> [2022-05-28]

Hänt. 2019. *Nobelfesten 2019: De var bäst klädda – se betyg*.
<https://www.hant.se/noje/nobelfesten-2019-de-var-bast-kladda-se-betyg/> [2022-05-28]

Peters, John D. 2015. *The marvelous clouds : toward a philosophy of elemental media*. the University of Chicago Press.

<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=cat07147a&AN=lub.4820233&site=eds-live&scope=site>[22-05-30]

Roazen, Ben. 2016. *Swagless: The Rise and Fall of the Nike Roshe Run*.

<https://hypebeast.com/2016/11/nike-roshe-run-rise-and-fall-history> [2022-05-28]

Tekniska Museet. 2021. *Skor*. <https://www.tekniskamuseet.se/lar-dig-mer/100-innovationer/skor/>

[2022-05-28]

Ågren, Joel. 2019. *Klassikern: Hunters Original Boot*.

<https://www.kingmagazine.se/klassikern-hunters-original-boot/> [2022-05-28]

9. BILAGOR

Bilaga 1 - Starter-pack memes

Bilaga 1.1: Engineering student starter pack



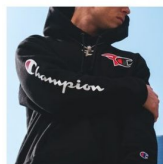
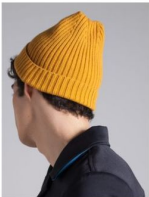
Källa: <https://studyinsweden.se/blogs/2019/01/31/swedish-student-starter-packs/>

Bilaga 1.2: Business school student starter pack



Källa: <https://studyinsweden.se/blogs/2019/01/31/swedish-student-starter-packs/>

Bilaga 1.3: Humanities student starter pack



Källa: <https://studyinsweden.se/blogs/2019/01/31/swedish-student-starter-packs/>

Bilaga 1.4: Pretends To Skate starter-pack



Källa:

https://www.reddit.com/r/starterpacks/comments/6nc9il/pretends_to_skateboard_starter_pack/

Bilaga 1.5: Becknare starter-pack



Källa:

<https://www.facebook.com/VinesSverige/photos/a.674244346050579/674246302717050/>

Bilaga 1.6: The Swedish Basic Bitch starter-pack

The Swedish Basic Bitch Starter Pack



Källa: <https://4chanarchives.com/board/int/thread/52283154>

Bilaga 1.7: The Basic Swede starter-pack



Källa: <https://9gag.com/gag/aW627od>

Bilaga 2 - Intervjubilder

Bilaga 2.1: Intervjubild 1



Bilaga 2.2: Intervjubild 2



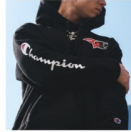
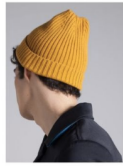
Bilaga 2.3: Intervjubild 3



Bilaga 2.4: Intervjubild 4



Bilaga 2.5: Intervjubild 5



A

B

C

D

E

F

G



Bilaga 2.6: Intervjubild 6



zumiez



PACSUN



A

B

C

D

E

F

G



Bilaga 2.7: Intervjubild 7



A

B

C

D

E

F

G



Bilaga 3 - Skor

Bilaga 3.1: Nike Roshe One



Bilaga 3.2: Låga Dr. Martens



Bilaga 3.3: Chelsea Boots av Gant



Bilaga 3.4: Chuck Taylor's Converse All-Star



Bilaga 3.5: Salomon Funktionssko



Bilaga 3.6: Old Skool Vans



Bilaga 3.7: Hunter Gummistövlar

