



**LUNDS**  
UNIVERSITET

## **Att inkludera eller inkvotera mångfald**

**En studie om bristande etniskt mångfald och den socioekonomiska betydelsen inom svensk modebransch**

**Gabriella Edman & Emma Lekavski**

Avdelning Modevetenskap

Humanistiska och teologiska fakulteterna / Institutioner / Institutionen för kulturvetenskaper

Lunds universitet

MODKA63, 15 hp. Examensarbete för kandidatexamen, VT 2023

Handledare: Maria Carlgren

## Innehållsförteckning

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Inledning</b>   | <b>4</b>  |
| 1.1 Problemformulering  | 5         |
| 1.2 Syfte och frågeställning  | 6         |
| 1.3 Centrala begrepp  | 7         |
| 1.3.1 Mångfald  | 7         |
| 1.3.2 Socioekonomisk bakgrund   | 7         |
| 1.3.3 Tokenism  | 7         |
| 1.3.4 Reflexivitet  | 8         |
| 1.3.5 POC (People of Color)   | 8         |
| 1.3.6 BLM (Black Lives Matter)  | 9         |
| <b>1.4 Tidigare forskning</b>   | <b>9</b>  |
| 1.4.1 Hur man ser på mångfald som en fördel   | 10        |
| 1.4.2 Det kreativa fältet utifrån ett nordamerikanskt perspektiv                              | 11        |
| 1.4.3 Mångfald och postkolonialism  | 12        |
| 1.4.4 Etnicitet i Sverige   | 13        |
| 1.4.5 Mångfald inom svenska arbetsplatser   | 15        |
| 1.4.6 Sammanfattning av tidigare forskning  | 16        |
| <b>1.5 Teoretiskt ramverk</b>   | <b>16</b> |
| 1.5.1 Mode som ett institutionaliserat system   | 16        |
| 1.5.2 Kapital bland generationer  | 17        |
| <b>1.6 Material</b>   | <b>20</b> |
| <b>1.7 Metod</b>  | <b>21</b> |
| 1.7.1 Urval   | 23        |
| 1.7.2 Presentation av respondenter  | 23        |
| 1.7.3 Etiska överväganden   | 24        |
| 1.7.4 Metoddiskussion   | 24        |
| <b>2. Resultat intervju</b>   | <b>26</b> |
| <b>2.1 Analys av valda frågeställningar</b>   | <b>31</b> |
| 2.1.1 Arbetet bakom mångfald inom modeindustrin   | 31        |
| 2.1.2 Den etniska och socioekonomiska bakgrundens roll gällande avancemang inom modeindustrin | 34        |
| 2.1.3 Mångfaldens fördelar och svårigheter  | 35        |
| 2.1.4 Habitus, kapital och fält   | 37        |
| 2.1.5 Det institutionaliserade modesystemet   | 40        |
| <b>3. Avslutande diskussion</b>   | <b>43</b> |
| 3.1 Sammanfattning  | 43        |
| 3.2 Vidare forskning  | 45        |
| <b>4. Källförteckning</b>   | <b>46</b> |
| 4.1 Litteratur  | 46        |
| 4.2 Digitala Källor   | 47        |
| 4.3 Bilagor   | 49        |

## **Förord**

Vi vill ägna första sidan av uppsatsen åt att tacka våra respondenter Mona M. Ali och Robin Westling för deras medverkan i studien. Arbetet ni gör för att belysa och främja mångfald inom svensk modebransch har varit inspirationen till uppsatsen och utan er hade ämnet inte varit möjligt att undersöka. Slutligen vill vi ägna ett stort tack till vår fantastiska handledare Maria Carlgren, som väglett oss under uppsatsskrivandet.

## **Abstract**

This bachelor thesis aims to study the ethnic and socioeconomic deficiency in the current Swedish fashion industry. As Scandinavian fashion has grown nationally and globally the industry is now viewed more than ever. Sweden is today enriched by diversity and with this study we aim to investigate the lack of diversity within the Swedish fashion industry. More than ever, we see companies and magazines showcase their aim for a more sustainable future, but the question remains if the same future involves more inclusion behind the scenes. As the study aims to interview two active POC working within the Swedish fashion industry, we hope to showcase and bring knowledge to a subject that is often discussed but never really answers the question of what the work for change actually looks like. With this study we hope to answer some of these questions and start a conversation regarding diversity within the fashion industry.

Keywords: ethnicity, socioeconomic background, diversity, tokenism, inclusion, sustainability

## 1. Inledning

Modeindustrin är en global industri med goda ekonomiska tillgångar. Dess värde mättes upp till 1.53 triljoner US dollar år 2022.<sup>1</sup> Följaktligen innebär det att vi alla möter mode på ett eller annat sätt oavsett ålder, kön, etnicitet och geografisk plats. Allt startar från att en design sätts i produktion och tillverkas, för att sedan distribueras globalt. Därefter ska reklam och marknadsföring nå individer som blir potentiella konsumenter.

Modeindustrin beskrivs som en spännande industri där individer kan låta kreativiteten flöda, vilket också skapar möjligheter för karriärutveckling.<sup>2</sup> Vad som heller inte är någon hemlighet är att vägen dit inte är enkel eller något att ta för givet. Charles Frederick Worth, modelegenden som grundade haute couture, startade som skraddarlärling och spenderade många nätter i verkstaden. Den eleganta Coco Chanel arbetade på flera jobb samtidigt innan hon kunde börja livnära sig på sina skapelser.<sup>3</sup> I en studie gjord av SVT:s Uppdrag Granskning år 2022 beskriver Alison Lilja-Cosson, som anställd hos Acne Studios, att jobb inom modebranschen utan gratis praktik är “omöjligt”.<sup>4</sup> Med andra ord kan man säga att modeindustrin säljer drömmar. Vi bör däremot vara redo för den mindre glamorösa delen som innebär mycket övertid och många gånger obetalt arbete.<sup>5</sup>

I samband med polisbrutaliteten som länge pågått i USA, skulle en specifik händelse år 2020 få aktiviströrelsen Black Lives Matter att förändra modeindustrin. Även om mode och politik inte alltid går hand i hand, finns det starka kopplingar som belysts under historiens gång. I början av 1900-talet kämpade suffragetterna för kvinnliga rättigheter som rösträtt och deras signum bestod av allt lösare plagg som tillät mer kroppslig rörelse för ett friare vardagsliv.<sup>6</sup> I mitten av 1900-talet skulle den socialistiska rörelsen Black Panthers, som aktivt arbetade för svarta människors rättigheter, också använda mode som manifestation. Den typiska uniformen som skulle representera motstånd bestod av en svart skinnjacka och svart basker,

---

<sup>1</sup> Statista. Global apparel market - statistics & facts. *Statista*. 2023.

<https://www.statista.com/topics/5091/apparel-market-worldwide/#topicOverview> (Hämtad 2023-05-05)

<sup>2</sup> Sillaman, Neli Karra. So, You Want to Work in Fashion? *Harvard Business Review*. 2022.

<https://hbr.org/2022/10/so-you-want-to-work-in-fashion> (Hämtad 2023-05-07)

<sup>3</sup> Sillaman. *So, You Want to Work in Fashion?*. (Hämtad 2023-05-07)

<sup>4</sup> SVT Nyheter. Modejättens facit: Var sjätte person jobbade gratis. *SVT Nyheter*. 2023.

<https://www.svt.se/nyheter/granskning/ug/modejattens-facit-var-sjatte-person-jobbade-gratis> (Hämtad 2023-05-07)

<sup>5</sup> Sillaman. *So, You Want to Work in Fashion?*. (Hämtad 2023-05-07)

<sup>6</sup> Mendes, Varie och De La Haye, Amy. *Fashion since 1900*. New York: Thames & Hudson. 2010. s.40-41

vilket skulle komma att bli en betydande accessoar för partiet.<sup>7</sup> I samband med Black Lives Matters framväxt skulle modeindustrin inleda ett arbete för inkludering, främst genom modeller och kampanjer.<sup>8</sup> Men hur ser det ut bakom kulisserna i en industri där den långa, vita och smala silhuetten länge varit dominerande? I en intervju år 2017 skulle Edward Enninful, som är chefredaktör för British Vogue, kritisera företaget för dess helvita personalstyrka.<sup>9</sup> I en industri med plats för förändring men med starka traditioner är det således viktigt att våga gå emot normer.

Uppsatsämnet bygger alltså på mångfald inom svensk modeindustri, där målet är att undersöka *hur* stor betydelse etnisk- och socioekonomisk bakgrund har för att arbeta inom en industri med hög konkurrens. Studien är byggd på antagandet att svensk modeindustri har brist på mångfald och för att få så tydlig inblick som möjligt har vi valt att intervjua två respondenter, båda POC (people of colour) och båda med erfarenhet inom svensk modebransch och dess syn på mångfald. Den svenska modeindustrin växer snabbt och ökar i omsättning varje år, vilket gör industrin till en viktig del för den svenska ekonomin.<sup>10</sup> Vi lever i ett mångkulturellt land där modeindustrin tar allt mer plats och vi vill därför undersöka hur den svenska modebranschen arbetar med mångfald och inkludering av människor från olika etniska och ekonomiska bakgrunder.

## 1.1 Problemformulering

Vi kommer att undersöka mångfaldsarbete i svensk modebransch genom semistrukturerade intervjuer med två bransch-kunniga respondenter som jobbar för att öka mångfald inom svensk modeindustri. Respondenterna valdes ut då båda är icke-vita arbetare med branscherfarenhet, samt tack vare dess inblick i nuvarande modebransch. Genom att bjuda in dem till en djupare diskussion om mångfaldsarbetet vill vi problematisera och tydliggöra bristen på mångfald inom svensk modeindustri, samt undersöka om respondenternas egna etniska och socioekonomiska bakgrund var avgörande till möjligheten att arbeta inom branschen.

---

<sup>7</sup> Abu, Fedora. How Black Lives Matter changed fashion in 2020. *BBC News*. 2020. <https://www.bbc.com/culture/article/20201215-the-power-of-black-resistance-dressing-and-identity> (Hämtad 2023-05-07)

<sup>8</sup> Mendes, Valrie och De La Haye, Amy. *Fashion Since 1900*. 3. uppl. New York: Thames & Hudson. 2021. s.334-335

<sup>9</sup> Fedora. *How Black Lives Matter changed fashion in 2020*. (Hämtad 2023-05-07)

<sup>10</sup> Expertvalet. Statistik om den svenska modebranschen. *Expertvalet*. 2021. <https://www.expertvalet.se/blogg/2016/08/svensk-modeindustri-i-siffror> (Hämtad 2023-05-07)

Det är viktigt att belysa och visa på den positiva effekt mångfald har när det kommer till modebranschen. Vi vill därmed tydliggöra att arbetarna bakom kulisserna är precis lika viktiga som modellerna representerade på modevisningarna. Vi kan se att företag använder sig av modeller med olika etniciteter och kroppsformer, men vi vill tydliggöra att om majoriteten bakom kulisserna är vita, brister tillförlitligheten på branschen som utåt anses inkluderande.

Journalisten Rosa Sanchez skriver om den bristande representationen av mångfald på modeföretag i en artikel för ABC News. Sanchez förklarar att företag porträtterar sig som inkluderande, men att det endast gäller modeller och sällan arbetare som faktiskt kan ta korrekta beslut gällande mångfald.<sup>11</sup> Idag kan vem som helst undersöka vilka anställda som står bakom de flesta svenska modeföretagen. Även om många företag, som vi snabbt granskat ledningen av, ser inkluderande ut vill vi undersöka hur arbetet ser ut och om det gör skillnad för ökning av mångfald inom modeindustrin.

## **1.2 Syfte och frågeställning**

Syftet med uppsatsen är således att undersöka vilken betydelse den etniska och socioekonomiska bakgrunden har för möjligheten att arbeta med mode. Vi har valt att begränsa oss till två individer som aktivt arbetar för att främja mångfald och genom semistrukturerade intervjuer ställer vi frågor om individernas egna upplevelser som POC (people of colour) inom branschen. Uppsatsens främsta syfte är att undersöka hur bransch-kunniga arbetar med- och för en ökad inkludering av etnisk mångfald. Med hjälp av de valda frågeställningarna hoppas vi kunna besvara frågor om mångfald inom svensk modebransch, och därmed bidra med ytterligare diskussion användbar för framtida studier om ämnet.

1. Vad för arbete bedrivs för att främja etnisk och socioekonomisk mångfald?
2. Vilken betydelse har den etniska och socioekonomiska bakgrunden gällande anställning inom modebranschen?
3. Vilka fördelar samt svårigheter existerar inom mångfaldsarbete?

---

<sup>11</sup> Sanchez, Rosa. Models accuse fashion industry of 'falsely portraying inclusivity' amid BLM. *ABC News*. 2020. <https://abcnews.go.com/Business/models-accuse-fashion-industry-falsely-portraying-inclusivity-amid/story?id=71926936> (Hämtad 2023-05-07)

## 1.3 Centrala begrepp

I detta avsnitt kommer vi att redogöra för *sex* centrala begrepp som läsaren bör känna till för att få en bredare förståelse av uppsatsen och ämnet.

### 1.3.1 Mångfald

Enligt Cajsa Lagerkvist kommer begreppet ursprungligen från mediasamhället där man valde att synliggöra varför oberoende medier behövs. Senare skulle begreppet få fäste inom politiken där bland annat kön, klasstillhörighet, etnisk bakgrund, kulturell bakgrund och religion inkluderats.<sup>12</sup> Urban Dictionary beskriver begreppet mångfald som: när människor från olika kulturella, etniska och ekonomiska bakgrunder ingår i något, till exempel en arbetsorganisation.<sup>13</sup>

Vi anser att begreppet är relevant för vår uppsats då vi undersöker hur två företag inom den svenska modebranschen arbetar med mångfald utifrån etnicitet och socioekonomisk bakgrund.

### 1.3.2 Socioekonomisk bakgrund

Socioekonomi är ett begrepp som ofta definierar individens ekonomiska bakgrund och kan långdraget handla om klasstillhörighet, beroende på vilken forskare man frågar. Cambridge Dictionary beskriver begreppet som skillnader mellan människor som skapas på grund av deras ekonomiska livssituation.<sup>14</sup>

Begreppet är centralt då vi vill undersöka hur avgörande de ekonomiska skillnaderna är när det kommer till arbetsmöjligheter inom den svenska modebranschen och hur avgörande den enskilda socioekonomiska bakgrunden är.

### 1.3.3 Tokenism

Tokenism kan beskrivas som något en person eller organisation gör som stödjer eller hjälper en grupp människor som blir orättvist behandlade i samhället, till exempel att ge en medlem i

---

<sup>12</sup> Lagerkvist, Cajsa. *Världar emellan? Frågan om etnisk mångfald i kulturlivet*. Stockholm: Elanders Gotab, 2000. [http://nile.lub.lu.se/arbarch/aio/2000/aio2000\\_03.pdf](http://nile.lub.lu.se/arbarch/aio/2000/aio2000_03.pdf) (Hämtad 2023-04-19). s.11

<sup>13</sup> Cambridge Dictionary. Diversity. *Cambridge Dictionary*. 2023. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/diversity> (Hämtad 2023-04-19)

<sup>14</sup> Cambridge Dictionary. Socioeconomic. *Cambridge Dictionary*. 2023. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/socioeconomic> (Hämtad 2023-04-19)



den gruppen en viktig eller offentlig position, men som inte är avsett att göra förändringar som skulle hjälpa dem på ett varaktigt sätt.<sup>15</sup>

Varför Tokenism blir ett av våra centrala begrepp under uppsatsen är ett sätt för oss som forskare att visa på ifrågasättandet av inkvoterad arbetskraft. Tokenism, som Cambridge Dictionary förklarar, hänvisar till personer som blir anställda för att företagen utåt ska framstå som inkluderande av "icke-vit" arbetskraft men utan syfte för att skapa förändring eller en verklig inkludering.

### 1.3.4 Reflexivitet

När forskaren tar hänsyn till hur dess orsak, känslor och reaktioner kan påverka slutresultatet av forskningsfältet.<sup>16</sup>

Begreppet blir centralt eftersom ämnet vi undersöker ligger oss nära, samt dess politiska motiv. Reflexivitet är också en del av vår metod. Därför anser vi att vi måste ta hänsyn till våra egna förutfattade meningar, känslor och bakgrund under studiens gång för att få ett så neutralt och trovärdigt resultat som möjligt.

### 1.3.5 POC (People of Color)

En person som *inte* definierar sig själv som vit.<sup>17</sup>

Begreppet har sitt ursprung i USA och tenderar att fortfarande främst användas där. POC syftar på individer som inte klassas som vita, där begreppet används om man inte vill- eller kan specificera en individs etnicitet.<sup>18</sup> POC, som är positivt laddat, används som motsats till begreppet "minoritet" då man anser att det kan vara negativt laddat eftersom man beskriver individer som underlägsna.<sup>19</sup> POC är ett samlingsbegrepp för alla "icke-vita" etniciteter och används av respondenterna under intervjuerna, men även i vardagens språkbruk.

---

<sup>15</sup> Cambridge Dictionary. Tokenism. *Cambridge Dictionary*. 2023.

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tokenism> (Hämtad 2023-04-19)

<sup>16</sup> Cambridge Dictionary. Reflexivity. *Cambridge Dictionary*. 2023.

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/reflexivity> (Hämtad 2023-04-19)

<sup>17</sup> Oxford Learner's Dictionary. Person of colour. *Oxford Learner's Dictionary*. 2023.

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/person-of-colour> (Hämtad 2023-04-25)

<sup>18</sup> Oxford Learner's Dictionary. *Person of colour*. (Hämtad 2023-04-25)

<sup>19</sup> Law Insider. People of colour definition. *Law Insider*.

<https://www.lawinsider.com/dictionary/people-of-colour> (Hämtad 2023-04-25)

### 1.3.6 BLM (Black Lives Matter)

En rörelse som grundades år 2013 som svar på frikännandet av Trayvon Martins mördare. Organisationen är en global rörelse med rötter i USA, Kanada och Storbritannien där syftet är att radera alla tankar och åsikter om vit övermakt.<sup>20</sup> Organisationen arbetar ständigt för att skapa rättvisa för svarta individer som utsätts för rasism och våld. Syftet med rörelsen är att ta tillbaka den makt som svarta människor förlorat och förtjänar att få tillbaka, samtidigt som man vill hylla sitt folk och skapa glädje för att främja psykisk och fysisk hälsa bland befolkningen.<sup>21</sup> Begreppet är relevant för vår uppsats då BLM fick en större global spridning för tre år sedan. Vi använder oss av begreppet för att se om det finns kopplingar mellan organisationens spridning och mångfaldsarbetet inom modeindustrin.

### 1.4 Tidigare forskning

Ett centralt begrepp i uppsatsen är mångfald som definierats ovan, vilket många företag numera använder sig av. Mångfald inom arbetslivet syftar på att företag ska ta hänsyn till och nyttja individens olika egenskaper, där etnicitet och socioekonomisk bakgrund är två centrala delar.<sup>22</sup> Tidigare forskning kring mångfald inom arbetslivet finns inom den sociologiska disciplinen.

När vi sökt efter relevant litteratur till vårt uppsatsämne har vi märkt att det är brist på mångfaldsforskning inom det svenska arbetslivet, särskilt inom det kreativa fältet som modeindustrin tillhör. Vi anser att det inte tidigare gjorts en studie om bristande mångfald inom svensk modebransch och vill därför belysa bristen på akademisk litteratur som främjar studien. Syftet kommer att stärkas med hjälp av litteratur med fokus på näringsliv och mångfald. Vi har lagt märke till att mycket av forskningen är ur ett globalt perspektiv, där USA oftast är i fokus med tanke på dess historia. Flera av de valda böckerna som vi presenterar nedanför innehåller också statistik på antal anställda baserat på etnicitet, vilket är information som inte går att få tag på i Sverige. Trots det hoppas vi att den tidigare forskningen kan bidra med en djupare diskussion inom vårt valda ämne.

---

<sup>20</sup> Black Lives Matter. About. *Black Lives Matter*. <https://blacklivesmatter.com/about/> (Hämtad 2023-04-25)

<sup>21</sup> Black Lives Matter. About. (Hämtad 2023-04-25)

<sup>22</sup> Arbetsmiljöupplysningen. Mångfald. *Arbetsmiljöupplysningen*. <https://www.arbetsmiljoupplysningen.se/Amnen/Mangfald/> (Hämtad 2023-04-25)

### 1.4.1 Hur man ser på mångfald som en fördel

Veronica Velo skriver om kulturella skillnader inom globala affärsmöjligheter, där författaren vill lyfta fram relevansen av mångfald.<sup>23</sup> Velo menar att mångfald bör ses som en fördel, istället för en begränsning där författaren hoppas att boken ska kunna inspirera organisationer till att ändra sitt synsätt på mångfald.<sup>24</sup>

Vidare förklarar Velo att globaliseringen bidragit till ett förändrat geografiskt avstånd, det vill säga att vi numera kan ta oss från ett land till ett annat på bara några timmar.<sup>25</sup> I boken hänvisar Velo till forskaren Geert Hofstedes definition av kultur, vilket innebär en mental programmering.<sup>26</sup> Kultur är enligt Hofstede en mental programmering som möjliggör för människor att särskilja på varandra.<sup>27</sup> Den mentala programmeringen styr inte bara hur vi tolkar andra människor, utan även hur vi förväntar oss att människor från olika kulturer ska bete sig. Det är alltså vår individuella syn på världen som avgör dessa förväntningar.<sup>28</sup> I takt med globaliseringens framväxt har arbetsplatser blivit mer varierande, vilket har lett till att individer från olika kön, åldrar, etniciteter, kulturer och sexualiteter numera arbetar tillsammans. Velo menar att det finns arbetsplatser som tenderar att fokusera på *assimilation*, vilket syftar på att företag inte värderar individers olikheter utan har ett normativt beteende inom företaget som alla förväntas uppfylla. Det här leder därmed till en mer homogen arbetsplats som inte utnyttjar alla de möjligheter som mångfald kan tillföra.<sup>29</sup> Det andra och mer moderna sättet som allt mer växer fram i ett globaliserat samhälle kallas för *pluralism*, och det är här Velo betonar hur man bör se på mångfald inom en arbetsplats. Velo förklarar pluralism som den process där de anställdas individuella bakgrunder, erfarenheter samt personligheter uppmuntras av arbetsplatsen.<sup>30</sup> Syftet är alltså att behålla normer och värderingar inom företaget, samtidigt som man anser att de alltid kan utvecklas och inspireras av individers olikheter.

Om företag fokuserar på mångfald utifrån pluralismen finns möjlighet för att attrahera anställda med goda och varierande egenskaper från olika kulturer. De talangfulla individerna tenderar även att lockas till dessa typer av arbetsplatser då de känner sig uppskattade.<sup>31</sup> Att

---

<sup>23</sup> Velo, Veronica. *Cross-Cultural Management*. New York: Business Expert Press. 2011. s.7

<sup>24</sup> Velo. *Cross-Cultural Management*. s.13

<sup>25</sup> Ibid., s.18

<sup>26</sup> Ibid., s.20

<sup>27</sup> Ibid., s.20

<sup>28</sup> Ibid., s.21

<sup>29</sup> Ibid., s.191

<sup>30</sup> Ibid., s.191

<sup>31</sup> Ibid., s.194

använda sig av pluralism leder också till möjlighet för expanderings på en mer global arbetsmarknad eftersom man tar vara på alla individers olika etniciteter och kulturer, vilket leder till att man kan sälja in sig på allt mer mångkulturella marknader.<sup>32</sup>

Även om Veronica Velos bok inte fokuserar på företag inom modebranschen, lyfter författaren upp viktiga aspekter kring mångfald samtidigt som det finns en tydlig guide på hur man bör hantera olika situationer och hur man ser på mångfald som en möjlighet istället för ett problem. Trots att boken utgavs år 2011, vilket innebär att den är 12 år gammal, anser vi att den kan oss goda kunskaper och infallsvinklar i vårt valda ämne.

#### **1.4.2 Det kreativa fältet utifrån ett nordamerikanskt perspektiv**

Miranda Campbell, professor vid School of Creative Industries, skriver om ökningen av ungdomlig kreativitet och entreprenörskap inom det kreativa arbetsfältet dit bland annat modeindustrin hör till.<sup>33</sup> Författaren fokuserar på åldrarna mellan 18-35 och menar att det inte är någon hemlighet att det kreativa fältet innefattar systematiska hinder och diskriminering, där obetalt arbete och sociala hierarkier är två dilemman.<sup>34</sup> För att förtydliga detta så finns det svårigheter med att komma in i det kreativa fältet, samt att kunna försörja sig. Campbell menar att denna typ av forskning inte är någon större hemlighet, utan att problemet snarare ligger i att nybörjare inom fältet inte vet hur de ska hantera situationen och de saknar därmed vägledning.<sup>35</sup> Trots att de kreativa industrierna utvecklats och blivit allt mer inkluderande, menar Campbell att synen på det kreativa fältet där "vem som helst kan lyckas" innefattar vissa problem. Författaren menar att den fördomsfria synen på den kreativa industrin undanhåller det faktum att det finns systematiska ojämlikheter som riskerar att inte vidtas inom en meritokratisk industri.<sup>36</sup> Att våga prata om de existerande problemen inom det kreativa fältet kan enligt Campbell leda till snabbare åtgärder.<sup>37</sup>

Campbell betonar att de orättvisor som diskriminering och utanförskap inom det kreativa fältet även lett till förändring, särskilt sedan Black Lives Matter rörelsen allt mer uppmärksammades i samband med polisbrutaliteten i USA år 2020.<sup>38</sup> Vidare förklarar Campbell att flera olika program, som oftast benämns som *not-for-profit organizations*, allt

---

<sup>32</sup> Velo. *Cross-Cultural Management*. s.194

<sup>33</sup> Campbell, Miranda. *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. New York: Routledge. 2021. s.11

<sup>34</sup> Campbell. *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. s.11

<sup>35</sup> Ibid., s.11-12

<sup>36</sup> Ibid., s.73

<sup>37</sup> Ibid., s.73

<sup>38</sup> Ibid., s.16

mer vuxit fram för att främja individer som riskerar att hamna i dessa orättvisor. Målet är alltså att hjälpa ungdomar att komma in i det kreativa fältet genom att skapa sig ett nätverk, oftast via workshops. Samtidigt läggs oftast fokus på hur vidare förändring kan ske snarare än att endast hylla det som redan skett.<sup>39</sup> Å andra sidan blir det också tydligt att det saknas ekonomiskt stöd för det kreativa fältet.

Vi vill markera att vi är väl medvetna om att Campbells forskning främst riktar in sig på ett nordamerikanskt perspektiv, där Kanada och USA är de länder som författaren fokuserar på. Forskningen ger oss därmed en ofullständig grund till att bemöta ämnet genom ett svenskt perspektiv på det kreativa fältet som modeindustrin tillhör. Å andra sidan anser vi att Campbells forskning är relevant för vårt ämne då det ger oss chansen att jämföra det kreativa fältet inom Sverige kontra Kanada och USA, vilket ger oss möjligheten att undersöka likheter samt skillnader.

### **1.4.3 Mångfald och postkolonialism**

Thomas Calvard, lektor vid Human Resources Management på University of Edinburgh Business School, har forskat om mångfaldens för- och nackdelar inom arbetslivet. Författaren menar att mångfald kan ses som ett komplext fenomen med starka politiska kopplingar, då begrepp som makt, ojämlikhet och rasism är tillhörande.<sup>40</sup> Enligt Calvard kan detta leda till att organisationer ser på fenomenet som ‘vems intresse är det här’, det vill säga vem som ska hantera situationen om ett problem uppstår.<sup>41</sup> Vidare framför Calvard att forskning kring mångfald rotar sig i tidigare historiska händelser som än idag är väl diskuterade ämnen med politiska laddningar som slaveri, sociala orättvisor för etniska minoriteter, kolonialism samt postkolonialism.<sup>42</sup> Även om vi anser att alla ovannämnda ämnen är mycket viktiga och relevanta för mångfald väljer vi att främst fokusera på postkolonialismen ur Calvards litteratur. Vi anser att det kan ge oss en bild på hur de tidigare historiska händelserna följt med i det moderna samhällets utveckling och hur de format sig. Calvard menar att den postkoloniala synen i västvärlden fortfarande formar arbetsplatser där globaliseringen skapar en typ av spänning mellan väletablerade länder i västvärlden och tidigare koloniala regimer. De väletablerade länderna har under historien inte bara koloniserat, utan även etablerat företag och industrier vilket skapat arbete och en främjande ekonomi i underutvecklade

---

<sup>39</sup> Campbell. *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. s.81-82

<sup>40</sup> Calvard, Thomas. *Critical Perspectives on Diversity in Organizations*. New York: Routledge. 2021. s.1

<sup>41</sup> Calvard. *Critical Perspectives on Diversity in Organizations*. s.1-2

<sup>42</sup> Ibid., s.41

länder.<sup>43</sup> I sin tur kan det leda till att samhället fortfarande tenderar att måla upp västvärlden och dess vita invånare som dominerande, vilket enligt Calvard skapar en viss typ av atmosfär där individer från tidigare kolonier riskerar att uppleva orättvisa arbetsförhållanden.<sup>44</sup>

Enligt Calvard framgår det som att ett institutionaliserat system vuxit fram på samma gång som de historiska händelserna kan ge oss möjlighet att se på mångfald ur olika perspektiv. Samtidigt får vi möjligheten till att gräva djupare i ett ämne med mycket historia.<sup>45</sup> Numera har samhället förväntningar på arbetsorganisationer och det ansvar de tar gällande mångfald och inkludering, samtidigt som författaren betonar att det är en komplex process som inte går att lösa på en dag.<sup>46</sup> De kritiska perspektiven kan således ge oss en inblick i hur arbetsorganisationer arbetar med mångfald, samtidigt som brister kan belysas. Det kan exempelvis handla om för lite samarbete mellan staten, företag, organisationer och enskilda individer.<sup>47</sup> Å andra sidan kan det också vara enklare att finna en lösning till ett problem, men dessvärre svårare att tillämpa det i verkligheten.

Calwards forskning ger oss ett nyanserat och inte allt för vanligt perspektiv på mångfald inom arbetslivet, vilket vi anser kan ge oss varierande information som vi bör ta hänsyn till. Det framkommer således att det inte är en större hemlighet att mångfald och inkludering är en svår process, men genom att ta del av Calwards litteratur får vi också ta del av en historia som än idag delvis formar det moderna samhälle vi lever i.

#### **1.4.4 Etnicitet i Sverige**

För att få ett svenskt perspektiv på ämnet har vi även valt att ha med Hanna Wikströms forskning kring etnicitetens historia och betydelse ur ett postkolonialt synsätt. Wikström förklarar att begreppet *etnicitet* är ett relativt ungt begrepp som egentligen inte används inom det vardagliga livet, men det förekommer allt vanligare inom politiken samt det akademiska fältet.<sup>48</sup> I det moderna samhället har etnicitet fått en politisk betydelse i samband med framväxten av allt mer antirasistiska rörelser samt globaliseringens framväxt.<sup>49</sup> Begreppet har dessutom starka kopplingar till ord som diskriminering, rasism, kultur, invandring, olikhet och likhet vilket förtydligar dess politiska innehåll, men förklarar också varför det möjligtvis

---

<sup>43</sup> Calvard. *Critical Perspectives on Diversity in Organizations*. s.45

<sup>44</sup> Ibid., s.45

<sup>45</sup> Ibid., s.46

<sup>46</sup> Ibid., s.182

<sup>47</sup> Ibid., s.182

<sup>48</sup> Wikström, Hanna. *Etnicitet*. Stockholm: Liber. 2009. s.10-11

<sup>49</sup> Wikström. *Etnicitet*. s.17

inte används i det vardagliga livet.<sup>50</sup> Det blir således enkelt att man börjar skilja på ‘vi och dem’ samtidigt som något tenderar att anses främmande. När det kommer till etnicitet och postkolonialism menar Wikström att en människas tillhörighet eller ursprung skapas genom sociala handlingar och språket, vilket innebär att etnicitet blir rörligt eftersom människor kan ändra på sitt beteende och sitt sätt att tala.<sup>51</sup> Vad Wikström vill framföra med sin forskning är att etnicitet bör ses som något föränderligt snarare än stillastående.<sup>52</sup> Vad som är typiskt svenskt kan alltså ha en viss betydelse i Sverige, men en helt annan i andra delar av världen. Enligt Wikström är det alltså vi människor som är med och konstruerar etnicitetsbegreppet utifrån omgivningen vi befinner oss i, oavsett tid och plats.<sup>53</sup>

Likt Calvard, menar Wikström att det postkoloniala tänkandet än idag tenderar att konstruera synen på människor som inte är från västvärlden som ‘de andra’, trots att vi idag lever i ett globalt samhälle med allt mindre gränser.<sup>54</sup> Eftersom etnicitet har kopplingar till kultur menar Wikström att människor kan ha flera etniciteter, om de exempelvis har immigrerat till Sverige eller är andra generationens invandrare.<sup>55</sup> Om man utgår från att en individ anammar både den svenska kulturen samt den kultur som tillhör föräldrarnas ursprung, finns det risk att man behöver ta ställning till vad eller vem man är.<sup>56</sup> Samtidigt kan det här ännu en gång skilja sig utifrån tid och rum, vilket innebär att man många gånger antingen är ‘det ena eller det andra’ och aldrig riktigt känner sig helt svensk.<sup>57</sup>

Wikströms forskning ger oss en inblick i etnicitetens koppling till det svenska samhället, samtidigt som vi är väl medvetna om att boken utgavs år 2009, vilket ger utrymme för utveckling. Trots att Wikströms forskning utgavs för mer än ett decennium sedan, anser vi att den kan hjälpa oss att få en större förståelse för etnicitetens betydelse inom Sverige och hur människor från andra etniska bakgrunder än den svenska anpassar sig till olika kulturer i en värld där etniciteten anses vara flytande. På samma gång belyser forskningen varför etnicitet anses känsligt i det svenska samhället samtidigt som vi kan jämföra den andra forskningen från ett amerikanskt perspektiv där begreppet inte är lika laddat, trots att båda länderna tillhör västvärlden.

---

<sup>50</sup> Wikström. *Etnicitet*. s.11

<sup>51</sup> Ibid., s.13

<sup>52</sup> Ibid., s.13

<sup>53</sup> Ibid., s.14

<sup>54</sup> Ibid., s.61

<sup>55</sup> Ibid., s.63

<sup>56</sup> Ibid., s.64

<sup>57</sup> Ibid., s.66

### 1.4.5 Mångfald inom svenska arbetsplatser

För att skapa en bredare förståelse för mångfald har vi även valt att undersöka Gill Widell och Katarina Mlekovs bok *Hur vi möter mångfald på arbetsplatsen*. Widell och Mlekov går igenom den globala, men framför allt svenska, innebörden av mångfald inom näringslivet. Widell och Mlekov menar att mångfald introducerades i Sverige under slutet av 1990-talet och har sitt ursprung i de amerikanska begreppen *diversity* och *diversity management* som utvecklades i USA under 1980-talet, vilket i sin tur bygger på en tvåhundraårig historia av jämlikhetsarbete.<sup>58</sup>

Författarna menar att termen *mångfald* används i Sverige dels i samband med diskussioner om integrationspolitik, samt dels i samband med strategier för arbetsplatsens utveckling.<sup>59</sup> Större delen av Widell och Mlekovs bok berör just hur vi ska förstå mångfald för att längre fram i litteraturen belysa hur arbetsmarknaden ser ut och hur den ser på efterfrågan och bristen på mångfald. Widell och Mlekov belyser bland annat att statistiken visar att många invandrare fortfarande, oavsett utbildningsbakgrund, har svårighet att få fotfäste inom den svenska arbetsmarknaden över huvud taget och särskilt när det gäller att få arbete som motsvarar ens kompetens.<sup>60</sup> Mångfald definieras och uppfattas på olika sätt beroende på erfarenhet och bakomliggande intressen. Widell och Mlekov belyser mångfaldsarbete som en form av organisationsutveckling, en strävan efter att skapa multikulturella organisationer och arbetsmiljöer där medarbetarnas olikheter uppskattas och används för att utveckla organisationsmål. En organisation blir alltså inte multikulturell för att man har rekryterat två personer med en annan etnisk bakgrund eller ett annat kön än majoriteten.<sup>61</sup>

Varför boken blir relevant för studien säger sig självt, Widell och Mlekov belyser vikten av att arbeta för ökad mångfald och pekar även på ett större samhällsproblem och ansvar för att bidra med ökad mångfald. De säger bland annat att:

“Även om många svenska företag har uppnått en ökad medvetenhet saknas fortfarande ofta ett praktiskt handlande utifrån”.<sup>62</sup>

---

<sup>58</sup> Mlekov, Katarina och Widell, Gill. *Hur möter vi mångfalden på arbetsplatsen?* Lund: Studentlitteratur. 2013. s.10

<sup>59</sup> Mlekov och Widell. *Hur möter vi mångfalden på arbetsplatsen?* s.10

<sup>60</sup> Ibid., s.10

<sup>61</sup> Ibid., s.19

<sup>62</sup> Ibid., s.44



#### **1.4.6 Sammanfattning av tidigare forskning**

Sammanfattningsvis har den tidigare forskningen gett oss en inblick i hur mångfald bidrar med förändringar inom arbetsorganisationer, samtidigt som det inte går att undgå att människor från olika etniciteter och bakgrunder möter varandra i ett globalt samhälle. Det framkommer även att arbetsplatser kan gynnas av att arbeta med mångfald, men att det är en svår process med starka historiska samt politiska kopplingar vilket bidrar till många utmaningar som kräver ett gott samarbete mellan olika aktörer. Samtidigt verkar det finnas brist på ekonomiskt stöd för det kreativa fältet. Det framkommer även att kolonialismen än idag delvis präglar vårt samhälle och att förhållandet bland individer inom arbetsorganisationer tenderar att påverkas.

#### **1.5 Teoretiskt ramverk**

För att stödja forskningen har vi valt att använda oss av två teoretiker inom modefältet. Yuniya Kawamura belyser mode som ett större institutionaliserat system och Pierre Bourdieus teori om habitus, kapital och fält bidrar till förståelse av modebranschens bristande mångfald utifrån ett etniskt och socioekonomiskt perspektiv. Vi kommer även att presentera Agnès Rocamoras kritik mot Bourdieu för att enklare förstå hur teorin är tillämpbar på den nuvarande modeindustrin.

##### **1.5.1 Mode som ett institutionaliserat system**

Yuniya Kawamura, professor inom sociologi, menar att mode är ett socialt och globalt institutionaliserat fenomen. Kawamuras teori bygger på ett så kallat "modesystem", vilket syftar på det faktum att modeindustrin består av flera aktörer som tillsammans legitimerar det.<sup>63</sup> Uppsatsen kommer att byggas på teorin då vi, likt Kawamura, vill redogöra för det system som upprätthåller den svenska modeindustrin utifrån ett sociologiskt perspektiv.

Enligt Kawamura är modesystemets uppbyggnad starkt kopplad till slutet av 1800-talets industrialisering och framväxten av ett masskonsumerande samhälle.<sup>64</sup> Kawamuras modesystem kännetecknas av tre delar för dess sociologiska betydelse. Först presenterar hon ett strukturellt perspektiv på modesystemet där dess produktion, spridning och konsumtion är centrala delar, vilket också kopplas till 1800-talets industrialisering.<sup>65</sup> För det andra betonar

---

<sup>63</sup> Kawamura, Yuniya. *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. Stockholm: Nordstedts Akademiska förlag. 2007. s.17-18

<sup>64</sup> Kawamura. *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. s.12

<sup>65</sup> *Ibid.*, s.71

hon att de olika aktörerna, som också benämns som institutioner, tillsammans är med och skapar det system som legitimerar modet.<sup>66</sup> Trots att det finns hierarki bland aktörerna är de alla med och påverkar modets betydelse. Aktörerna kan vi hitta där vi stöter på mode, vilket förtydligar dess globala funktion.<sup>67</sup> I den tredje och sista delen redogör Kawamura för städer och designers roll inom modesystemet. Hon menar att stadens auktoritet är bidragande till legitimeringen av mode, där Paris står högst upp i hierarkin då man anser att modet startade där.<sup>68</sup> Kawamura menar att stadens status förs över till designern, vilket syftar på att Paris är en primär del av det institutionaliserade modesystemet. Designern, eller enskilda individer, måste alltså ta sig dit för att bli en del av den sociala och kollektiva uppbyggnaden av aktörer som upprätthåller modesystemet.<sup>69</sup>

Med hjälp av Kawamuras teori vill vi tydliggöra modeindustrin som ett system samt undersöka hur det är tillämpligt på studien om bristande etnisk och socioekonomisk mångfald i den svenska modebranschen. Kawamuras teori beskriver ett modesystem där klasskillnader är en av grundstenarna för att förstå modets demokratisering. Med hennes teori kan vi förstå att modebranschen är en del av samhället, samtidigt som det är ett eget system med olika aktörer som tillsammans upprätthåller den modeindustri som vi idag känner till.

### 1.5.2 Kapital bland generationer

Pierre Bourdieus teori från 1990-talet fokuserar på hur föräldrarnas klasstillhörighet påverkar barnens framtid utifrån karriärmöjligheter och värderingar.<sup>70</sup> För att enklare förstå och förtydliga Bourdieus teori har vi tagit hjälp av boken *Understanding Bourdieu* som är skriven av Jennifer Webb, Geoff Danaher samt Tony Schirato där författarna förtydligar viktiga begrepp och teorins syfte. Bourdieu använder sig av tre centrala begrepp, nämligen *habitus*, *kapital* och *fält*. Begreppet *habitus* syftar på hur enskilda individer hanterar den sociala världen, via osynliga normer och värderingar.<sup>71</sup> *Fält* syftar på samhället där individen befinner sig där det finns strukturer och regler, medan *kapital* syftar på ekonomiska och kulturella tillgångar.<sup>72</sup> För att enklare applicera teorin på vårt undersökningsområde anser vi att *fältet* är den självaste modeindustrin. Klasstillhörighet blir relevant eftersom olika *fält* består av olika

---

<sup>66</sup> Kawamura. *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. s.12

<sup>67</sup> Ibid., s.3

<sup>68</sup> Ibid., s.12

<sup>69</sup> Ibid., s.70

<sup>70</sup> Bourdieu, Pierre. *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity Press. 1990.

<sup>71</sup> Webb, Jen, Shirato, Tony och Danaher, Geoff. *Understanding Bourdieu*. Australia: Allen & Unwin. 2002. s.12-13

<sup>72</sup> Webb, Shirato och Danaher. *Understanding Bourdieu*. s.21-22

strukturer, regler samt kulturella och ekonomiska kapital, vilket blir avgörande för de värderingar som individen tar till sig i den sociala världen.<sup>73</sup>

Bourdieu menar att de ekonomiska kapitalen är tillgångar utifrån likviditet och materiella ting, medan de kulturella kapitalen syftar på tillgångar utifrån utbildning och sociala nätverk.<sup>74</sup> Eftersom vi numera lever i ett kapitalistiskt samhälle med möjlighet till klassresor, är tillgångarna rörliga. Det vill säga att vi idag kan skaffa oss en gratis utbildning, utöka vårt sociala nätverk samt byta yrkesposition om vi känner för det. Särskilt i ett så pass starkt välfärdssamhälle som Sverige. Däremot menar Bourdieu att föräldrarnas normer och värderingar styr hur barnen för sig i den sociala världen genom tal, språk och uppförande.<sup>75</sup> Bourdieu menar också att skolmiljön är relevant för hur barn tar till sig information.<sup>76</sup> Här blir klasstillhörighet ännu en gång centralt då barn från högre klasser tenderar att få bättre utbildning, vilket leder till habitus, alltså osynliga normer och värderingar, som hjälper dem att anpassa sig till högre utbildning senare i livet, som universitet.<sup>77</sup> Enligt Bourdieu riskerar barn från lägre klasser inte bara att få sämre utbildning, utan de riskerar också att stöta på utmaningar i den sociala världen genom tal, språk och uppförande.<sup>78</sup> Det handlar inte om att barn från lägre samhällsklasser betar sig på ett opassande sätt, utan att de sociala kapitalen är så pass olika att barn från lägre samhällsklasser riskerar att framstå som mållösa och mindre karriärsdrivna då de tenderar att tillfredsställas enklare.<sup>79</sup> Barn från högre klasstillhörighet tenderar också att redan från tidig ålder ha ett större socialt nätverk, eftersom föräldrarna oftast är högre utbildade och har bra jobbpositioner som främjar barnens framtid.<sup>80</sup> Det här framstår därför diskutabelt eftersom föräldrarnas habitus, alltså de osynliga värderingar och normer som människor besitter, påverkar barnen trots att de kulturella och ekonomiska tillgångarna anses vara rörliga i ett starkt välfärdssamhälle.

För att förtydliga modeindustrin som ett fält tar vi också hjälp av Pierre Bourdieus och Yvette Delsaults *Modeskaparen och hans märke*. Forskarna delar upp modeskapare i två fält, nämligen det etablerade fältet med klassiska designers som Balmain och Dior samt det nya

---

<sup>73</sup> Webb, Shirato och Danaher. *Understanding Bourdieu*. s.22

<sup>74</sup> Ibid., s.21

<sup>75</sup> Ibid., s.58

<sup>76</sup> Ibid., s.109-110

<sup>77</sup> Ibid., s.111

<sup>78</sup> Ibid., s.23

<sup>79</sup> Ibid., s.23

<sup>80</sup> Ibid., s.109

och banbrytande fältet som Paco Rabanne.<sup>81</sup> Det etablerade fältet värdesätter enligt forskarna traditionella värderingar och normer medan den mer revolutionerande stilen är klassisk för det nya fältet.<sup>82</sup> Eftersom modeindustrin ständigt utvecklas finns det rum för förändringar, vilket förklarar hur nya och icke-traditionella designers kan klättra inom modehierarkin. Forskarna betonar dock att nya kulturella kapital inte kan tilldelas utan att man respekterar och blir en del av de traditionella normerna och värderingarna.<sup>83</sup> Om vi applicerar denna tanke på Bourdieus teori om hur föräldrarnas kulturella kapital och värderingar påverkar barnens karriärmöjligheter, framkommer det att modeindustrin besitter vissa värderingar och normer som existerat så pass länge att de delvis fortfarande formar branschen. Vad som anses som bra värderingar och normer sitter alltså inte i självaste modet och kläderna, utan snarare i de kulturella kapital som designers besitter eftersom det smittar av sig på varumärket och plaggen. De kulturella kapitalen och habitus, det vill säga osynliga värderingar och normer, är alltså avgörande för huruvida man hamnar innanför eller utanför modeindustrin.

Bourdieu teori används för att underlätta förståelsen kring kopplingen mellan den socioekonomiska bakgrunden och karriärmöjligheter inom modebranschen. Med hjälp av Bourdieus teori hoppas vi kunna få svar på hur avgörande kulturella och ekonomiska kapital samt värderingar och normer är inom en industri med mycket konkurrens och starka värderingar. Det här gäller både på individnivå men även industrin i stort.

Vi vill dock betona att Bourdieus teori kritiserats inom tidigare modestudier. Agnés Rocamora anser att Bourdieus teori inte kan appliceras på den moderna modeindustrin med tanke på framväxten av ‘popular fashion’ och modets demokratisering.<sup>84</sup> Rocamora menar att de högre klasserna numera inspireras av lägre klasser i form av haute couturens acceptans av streetwear.<sup>85</sup> Vi väljer även att applicera det här på modeindustrin i stort där många varumärken inom det traditionella fältet finner inspiration från det revolutionerande fältet, samt tvärtom.<sup>86</sup> Hypebeast, som är en av världens ledande livsstilstidningar för manligt mode, förklarar att streetwear har sitt ursprung i 1990-talets hiphop-kultur i New York, skate- och

---

<sup>81</sup> Bourdieu, Pierre och Delsaut, Yvette. Modeskaparen och hans märke. I *Kultursociologiska texter*, Donald Broady och Mikael Palme (red.), 81-152. Stockholm: Brutus Östlings Bokförlag. 1994. s.83

<sup>82</sup> Bourdieu och Delsaut. *Modeskaparen och hans märke*. s.85

<sup>83</sup> Ibid., s.103

<sup>84</sup> Rocamora, Agnés. Pierre Bourdieu. The Field of Fashion. Ingår i *Thinking Through Fashion. A Guide to Key Theorists*, Agnés Rocamora och Anneke Smelik (red.), 233-250. London: I B Tauris. 2019. s.356

<sup>85</sup> Rocamora. *Pierre Bourdieu. The Field of Fashion*. s.356

<sup>86</sup> Bourdieu och Delsaut. *Modeskaparen och hans märke*. s.145

graffitikulturen i Los Angeles samt nattlivet i Japan.<sup>87</sup> Många anser att streetwear inte endast bör ses som trendigt mode, då det finns ett kulturellt och politiskt motiv bakom det. Flera av de ledande modehusen ville nämligen inte associeras med kända individer från dessa områden, vilket ledde till att de fick uttrycka sig genom att skapa sina egna kläder.<sup>88</sup> Även om Rocamora främst fokuserar på mode som materiella ting, är kritiken mot Bourdieus teori relevant för uppsatsen. Etnicitet och socioekonomisk bakgrund blir nämligen centralt för framväxten av ett accepterat streetmode eftersom det till en början endast bars av de lägre samhällsklasserna där de kulturella och ekonomiska tillgångarna hör till. Vi anser därför att Rocamoras tankar och åsikter blir relevanta för att kunna bekräfta Bourdieus relevans för uppsatsens ämne och syfte.

## 1.6 Material

Undersökningsmaterialet innefattar semistrukturera intervjuer med två respondenter inom mångfaldsarbetet i svensk modebransch, samt tidigare forskning gällande vikten av att integrera och främja mångfald inom näringslivet. Respondenterna valdes ut tack vare aktiva och offentliga uttalanden om brist på mångfald inom branschen. Det är på grund av deras offentliga uttalanden som vi fått vetskap om respondenterna och deras arbete. Katarina Mlekov och Gill Widell förtydligar vad mångfald är och belyser vikten av att främja mångfald på arbetsplatser inom näringslivet.<sup>89</sup>

Med hjälp av intervjuerna undersöker vi mångfald och arbetsstruktur där den socioekonomiska bakgrunden tydliggör bristen på mångfald inom industrin. Vi har valt att avgränsa forskningen till två respondenter som faller under begreppet POC, då vi anser att forskningen inte hade varit genomförbar utan individer med branschfarenhet och kännedom kring mångfaldsfrågor. Under förundersökningen har det framgått att bristen på mångfald utesluter ett större urval av respondenter med möjlighet att medverka i den här typen av undersökning. Med hjälp av de semistrukturerade intervjuerna ställer vi frågor gällande arbetet för ökad mångfald inom den svenska modebranschen, samt att vi vill undersöka hur respondenterna kommit till den positionen de besitter idag. Det insamlade materialet kommer att hjälpa oss att skapa förståelse kring ämnet mångfald inom modebranschen och vidare

---

<sup>87</sup> Hypebeast. Defining Streetwear. *Hypebeast*. 2019.

<https://strategyand.hypebeast.com/streetwear-report-history-definition> (Hämtad 2023-04-19)

<sup>88</sup> Vocast. Streetwear: Fashion x Culture with insight from London, Paris, and Milan. *Vocast*.

<https://vocast.com/streetwear-fashion-x-culture-with-insight-from-london-paris-and-milan> (Hämtad 2023-04-18)

<sup>89</sup> Mlekov och Widell. *Hur möter vi mångfalden på arbetsplatsen?*

kunna analysera individuella upplevelser och tankar kring etnisk och socioekonomisk mångfald.

## 1.7 Metod

I det här kapitlet får läsaren en uppfattning om varför vi använder oss av de valda metoderna, vilka styrkor och svagheter som kommer med valet och hur de förhåller sig till forskningens syfte och frågeställning. Eftersom studien är baserad på antagandet att den svenska modebranschen främst anställer en vit överklass, och därmed undviker att åtgärda bristen på etnisk och socioekonomisk mångfald, kommer vi undersöka fenomenet genom semistrukturerade intervjuer med två nyckelpersoner inom mångfaldsarbete i den svenska modebranschen.

Vi kommer använda oss av en *kvalitativ metod* i samband med intervjuerna, då kvalitativa metoder belyser upplevelser och den egna uppfattningen av situationer. Den kvalitativa intervjun är en nyckelplats för att utforska hur försökspersoner upplever och förstår sin värld. Det ger en unik tillgång till försökspersonernas levda värld, som med egna ord beskriver sina aktiviteter, erfarenheter och åsikter.<sup>90</sup> Intervjun är således en kraftfull metod för att producera kunskap om den mänskliga situationen, vilket framgår av historiska intervjustudier som har förändrat sättet att förstå den mänskliga situationen och hantera mänskligt beteende under hela 1900-talet.<sup>91</sup>

En *semistrukturerad* intervju är ett samtal som har en struktur och ett syfte som bestäms av den ena parten – intervjuaren. Samtidigt får respondenten möjlighet till att prata fritt kring förbestämda frågor. Det är ett professionellt samspel, som går utöver det spontana åsiktsutbytet som i vardagliga samtal och blir ett noggrant ifrågasättande och förhållningssätt med syfte att skaffa sig grundligt beprövad kunskap.<sup>92</sup> Med hjälp av intervjuerna kommer vi att få direkta svar från de två utvalda intressenterna inom den svenska modebranschen, deras egna upplevelser och tankar om mångfald och om de själva anser att bristen på mångfald faktiskt är ett problem.

Vi har valt att begränsa intervjuerna till två respondenter inom mångfaldsarbetet, då dessa två personer definieras som POC. Båda två är dessutom aktiva i styrelser, panelsamtal och

---

<sup>90</sup> Kvale, Steinar och Brinkmann, Svend. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 3. uppl. Lund: Studentlitteratur. 2014. s.9

<sup>91</sup> Kvale och Brinkmann. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. s.9

<sup>92</sup> Ibid., s.8

intervjuer där de belyser bristen på mångfald, diskuterar ämnet öppet och uppmärksammar det som ett befintligt problem inom den svenska modebranschen. Intervjuerna blir således ett sätt för oss att ta del av förstahandsinformation från två POC intressenter som arbetar med mode, för att senare i analyskapitlet besvara frågeställningarna och nå det slutliga syftet med uppsatsen.

För att analysera den socioekonomiska bakgrundens betydelse för avancemang inom svensk modebransch har vi valt att undersöka om respondenternas egna socioekonomiska bakgrund var avgörande för den position de besitter idag. Detta gör vi för att skapa en koppling mellan mångfald och socioekonomi där den ena parten ofta går hand i hand med den andra. Vi vill även undersöka respondenternas egen definition av mångfald, hur de själva skulle beskriva sitt arbete för ökad mångfald och om de anser att den socioekonomiska bakgrunden har en avgörande roll i möjligheten att arbeta inom den svenska modebranschen.

Metoden *reflexivitet* är något vi som forskare valt att inkludera då uppsatsen ligger oss nära, eftersom vi inte är etniska svenskar och därmed gått in i forskningen med förutfattade meningar. Det finns en rad olika åsikter bland forskare vad reflexivitet är, men utifrån Ann L. Cunliffe och Jong S. Jun beskrivs reflexivitet som något bortom kalkylerande problemlösning mot att utforska spänningar och erkänna den tillfälliga naturen hos våra identiteter och vår sociala upplevelse.<sup>93</sup> Den bygger också på socialkonstruktivistiska antaganden för att ifrågasätta och utforska hur vi bidrar till konstruktionen av sociala och organisatoriska verkligheter, hur vi förhåller oss till andra och hur vi konstruerar våra sätt att vara i världen.<sup>94</sup> Reflexivitet är således något forskaren bör ha i åtanke genom forskningsprocessen, eftersom forskningen blir färgad och formad av forskarens egen kultur, samhällsklass och världsbild. Studerar man ett ämne som etnisk mångfald och socioekonomisk betydelse är det viktigt för forskarna att vara så objektiva som möjligt genom forskningen, men reflexiviteten kommer att färga många avsnitt av uppsatsen.

*Diskursanalys* är sista valet av metod då vi kommer analysera respondenternas svar från intervjuerna och matcha dessa med uppsatsämnet. Diskursanalysen är ett synsätt som kan tillämpas på andra kommunikationsformer än bara prat och samtal.<sup>95</sup> Inom diskursanalysen finns det också en mindre tyngd på naturligt förekommande samtal, och därmed kan även det

---

<sup>93</sup> Cunliffe, Ann L. och Jun, Jong S. The Need for Reflexivity in Public Administration. *Sage Journals*. Vol. 37, nr. 2, 2005: 225-242. s.227

<sup>94</sup> Cunliffe och Jong. *The Need for Reflexivity in Public Administration*. s.228

<sup>95</sup> Bryman, Alan. *Samhällsvetenskapliga metoder*. 3. uppl. Stockholm: Liber, 2018. s.474

verbala samspelet under exempelvis en intervju vara ett tillåtet analysobjekt. Det är dock viktigt att inte uppfatta samtal och diskursanalyser som varandras motsatser, eftersom de överlappar varandra.<sup>96</sup> Således är diskursanalys bäst tillämpade på ämnet då svaren från respondenterna kommer att analyseras och diskuteras i slutet av uppsatsen.

### 1.7.1 Urval

Valet av deltagare i denna studie baserar sig på individer inom den svenska modebranschen som öppet diskuterar bristen på mångfald inom svenska modeföretag. Då båda intervjuerna skett online via Google Meets bidrog det till ett bekvämare och enklare sätt att ställa frågor till respondenterna, då vi som forskare inte behövde ta oss till deras arbetsplatser. Urvalet av respondenter har däremot inte gjorts utefter bekvämlighet då respondenterna själva utgör en minoritet av bransch-kunniga POC som har möjlighet att bekräfta eller motsäga vårt antagande. Processen gick ut på att skicka intervjufrågan med fem förberedda frågeställningar som belyser mångfald, socioekonomisk bakgrund, dess innebörd för att kunna arbeta med mode och det egna arbetet för att främja etnisk mångfald.

Med stöd från avsnitt 1.3, som belyser studiens centrala begrepp *mångfald*, *POC* och *tokenism*, har vi valt att rikta studien mot respondenter som faller under ovanstående kategorier. Vi anser att studien uppfattas mer autentisk om den representeras av individer som själva utgör etniskt mångfald inom den svenska modebranschen.

### 1.7.2 Presentation av respondenter

Robin Douglas Westling, Creative Director vid Swedish Fashion Council, har arbetat inom modebranschen sedan år 2015 och har även deltagit i en rad olika forskningsprojekt som belyser strukturell rasism, social hållbarhet och bristen på etnisk mångfald inom den svenska modebranschen. I kombination med sin roll på Swedish Fashion Council arbetar Westling även som frilansande stylist och konsult för flera hyllade modemärken, designers och tidningar. Westling lyfter unga kreatörer och genom att främst fokusera på anställning av POC, bidrar Westling med att öka etnisk mångfald inom den svenska modebranschen.

Mona Mohammed Ali har haft ett växande intresse för mode sedan tidig ålder. Med en Bachelor Degree inom marketing och womenswear design, och som den första Diversity and Inclusion editorn vid Vogue Scandinavia, är Ali entreprenören som år 2019 grundade Fiiri Agency, med rötter i önskan och efterfrågan på mer mångfald och inkluderande

---

<sup>96</sup> Bryman. *Samhällsvetenskapliga metoder*. s.474



representation inom modebranschen. Ali bidrar med att skapa diskussioner rörande bristen på etniskt mångfald inom modebranschens alla grenar, deltar i panelsamtal och bidrar därmed med en ökad mångfald inom svensk modebransch.

### **1.7.3 Etiska överväganden**

Under studien anser vi oss följa de forskningsetiska kraven som ställs på oss som forskare. Grundläggande etiska frågor rör frivillighet, integritet, konfidentialitet och anonymitet för de personer som är direkt inblandade i forskningen.<sup>97</sup> I sammanband med mailförfrågan om intervju skickades även erbjudandet om anonymitet, som skrevs under av båda forskarna (se bilaga 1).

Båda respondenterna svarade under intervjun på om de föredrog att vara anonyma, ytterligare en gång för att förtydliga och upprepa frågan, var av båda parter öppet ville synas i forskning rörande mångfald. Samma information har tilldelats båda parter som är medvetna om att uppsatsen kommer att synas offentligt på Lunds Universitets uppsatsdatabas, samt att uppsatsen kommer att skickas till båda respondenterna efter inlämning så de kan ta del av den färdigställda uppsatsen. Samtyckesprincipen innebär också att de personer som ombeds delta i en undersökning ska få fullständig information om undersökningens syfte.<sup>98</sup> Det framgår även under de inspelade intervjuerna att båda respondenterna är medvetna om- och samtycker till inspelningen av intervjun, men att vi som forskare valt att radera inspelningarna efter transkribering för att respondenterna ska känna trygghet i att inspelningarna inte användas till annat än transkriberingen och uppsatsens syfte. Under avsnitt *två* kommer respondenternas svar att redogöras. Alla svaren hänvisas till det transkriberade materialet som finns i författarnas ägo (se bilaga 2).

### **1.7.4 Metoddiskussion**

Under avsnittet metoddiskussion kommer forskarna att diskutera styrkor och svagheter med valet av metod i relation till syftet och materialet vi valt att använda. Eftersom studien är baserad på frågeställningar som bygger på antagandet av att den svenska modebranschen brister när det kommer till representation av etnisk och socioekonomisk mångfald, blir således semistrukturerade intervjuer väsentligt för att få en korrekt inblick från direkt källa av POC som jobbar med mode i Sverige. Å ena sidan belyser vi tidigare i studien att en

---

<sup>97</sup> Bryman, Alan och Nilsson, Björn. *Samhällsvetenskapliga metoder*. Stockholm: Liber. 2011. s.131

<sup>98</sup> Bryman och Nilsson. *Samhällsvetenskapliga metoder*. s.135

semistrukturerad intervju från direkta respondenter som jobbar med mode och själva räknas som POC, är det enda sättet att få fram korrekta och äkta svar. Samtidigt är studien baserad på antaganden och vi som forskare gick in i studien med reflexiva glasögon, menat att vi var förberedda på att studiens antagande om bristande etnisk och socioekonomisk mångfald kan ha varit inkorrekt.

Ytterligare argument för studiens svaghet är att studien är baserad på endast två respondenter, vilket kan innebära att studien inte besitter en korrekt bild av *alla*, eller en större majoritet av POC-upplevelser inom svensk modebransch. Eftersom att respondenterna vi valt är två personer som syns och hörs offentligt diskutera frågor och belysa bristen på etniskt mångfald, bedömer vi som forskare att dessa två respondenter har en legitim och stark nog inblick i svensk modebransch. Detta ger dem en säker nog pålitlighet att bedöma bristen på mångfald, inkvotering och tokenism, samt vilken förändring som skett under de senaste fem åren.

## 2. Resultat intervju

Under kommande avsnitt ska resultatet tematiseras och analyseras med hjälp av de två semistrukturerade intervjuerna som genomfördes. Vi har valt att presentera fem frågor genom fem olika avsnitt som syftar på respondenternas egna upplevelser kring etnisk och socioekonomisk mångfald inom den svenska modebranschen. Alla frågor kommer under respondenternas svar ha en kort sammanfattning som vi senare kommer presentera i analysdelen där vi diskuterar och resonerar kring svaren. Vi vill ännu en gång betona att alla svaren finns i forskarnas ägo (se bilaga 2).

*1) Hur började din karriär i modebranschen (om svaret inkluderar praktik, var praktiken obetald)?*

Båda respondenterna beskriver att de haft ett intresse för mode sedan de var unga. Dock skiljer sig deras resor en aning. Robin Westling startade med ett jobb som förskollärare i Stockholm. I intervjun berättar Westling att en förälder till ett av förskolebarnen jobbade på H&M under tiden och hjälpte Westling med en praktikplats på Plaza Magazine, där han arbetade som redaktionsassistent. Plaza Magazine är ett livsstilsmagasin med fokus på mode, heminredning och design.<sup>99</sup> “Praktiker och arbete blev min typ av utbildning” säger Westling, som under intervjun berättar att han inte har någon universitetsutbildning men att man kan välja olika vägar att gå för att nå sina mål.

Mona M. Ali riktade in sig på att studera design vid ett litet universitet i London. Hon beskriver att lärarna kom från Central Saint Martins vilket gjorde utbildningen väldigt bra, där träffade Ali även vänner för livet. Central Saint Martins College of Art and Design är en skola i centrala London som är välkänd för design och konst.<sup>100</sup> Dock beskriver Ali att hennes utbildning inte hade en större påverkan på modebranschen utan allt handlar om kontakter. Även Ali har upplevt gratis praktikjobb, där lunch och en liten summa pengar som täckte transport ingick om man hade tur. I intervjun förtydligar Ali att hon anser att praktiken kan vara obetald om man studerar, då det bör ses som en del av din utbildning. Har man däremot tagit examen anser Ali att man bör få någon slags ersättning.

---

<sup>99</sup> Plaza Magazine. Produkt. *Plaza Magazine*. 2023. <https://plaza.se/produkt/plaza-magazine/> (Hämtad 2023-05-07)

<sup>100</sup> Central Saint Martins. About us. *Central Saint Martins*. 2023. <https://www.arts.ac.uk/colleges/central-saint-martins> (Hämtad 2023-05-07)

Dock är båda respondenterna delade i tanken av praktik. Det är en satsning av företag att anställa någon utan att veta hur bra de arbetar. Å andra sidan är en lång, obetald praktik ohållbar då Westling beskriver branschen som väldigt homogen och ofta kommer man från en övre medelklass för att överhuvudtaget ha råd att "investera" i en praktik. Samtidigt kan en praktik erbjuda arbetserfarenhet som en utbildning inte kan och Ali menar att tre till sex månaders praktik är bra och kan leda till en anställning eftersom företaget får se hur man arbetar. Ali säger under intervjun att hon tycker det ska finnas en gräns när man gjort en till två praktiker och att det måste finnas ett stopp, men att praktiker är en viktig del för att kunna få betalt arbete.

Båda respondenter har delade åsikter om obetald praktik. Det är enligt båda viktigt att kunna testa på arbetslivet innan man blir anställd och detta är även en säkerhet för arbetsgivaren. Dock är det en homogen bransch där majoriteten är en övre medelklass och därmed försvinner mångfald utifrån ett socioekonomiskt perspektiv, då modebranschen yrkar på gratis arbetskraft. Ali avslutar frågan med att förtydliga att hennes generation inte ifrågasatte lika mycket som den nuvarande (Gen Z), man bara jobbade på och tog det man fick. Ali menar att forskarnas generation är mindre rädda för att säga emot och modigare med att stå upp för sina rättigheter och sin arbetsmoral. Ali säger att det var lättare att bli utbytt men att hon kan uppskatta "the old school way", menat att den yngre generationen vill ändra systemet men att de också behöver stanna upp och fundera på hur den äldre generationen ser på världen. Man behöver alltså försöka mötas på mitten och se till att vi lär oss av varandra och bidra till en bättre värld för dem som kommer sen.

## *2) Anser du dig arbeta för ökad mångfald, i så fall hur ser det arbetet ut?*

Frågan om båda respondenterna med egna ord kan beskriva hur de arbetar för ökad mångfald var väldigt viktig i forskningsprocessen. Båda respondenterna valdes ut för att forskarna följer deras arbete med mångfald i svensk modebransch och intresset för respondenternas egna svar på frågan är en viktig del i forskningsprocessen.

Westling beskriver att han arbetar för ökad mångfald men att mångfald är ett väldigt stort och väldigt brett ord. Westling skulle istället beskriva att han främst jobbar för etnisk mångfald, klass och olika typer av socioekonomiska bakgrunders mångfald. Westling anser att det är där man ser de verkliga problemen och en stor avsaknad av olika typer av kulturer och bakgrunder i branschen. Hur Westling beskriver att det egna arbetet ser ut är att han prioriterar att anställa POC före "etniska svenskar". Westling säger:

"Samma sak gäller när jag jobbar som stylist, majoriteten av de jag jobbar med kommer från en annan bakgrund än den typiska svenska."

Westling sitter även med i en rad olika styrelser där han ofta blir personen som behöver ta frågor rörande etnisk mångfald. Han säger även att han ofta är invald på grund av att han öppet och offentligt pratar väldigt mycket om avsaknaden av etnisk mångfald.

Det är viktigt att jobba på alla smådelar för att kunna nå det stora och sen tror jag det är väldigt viktigt att även om man vill göra allt hela tiden kan man inte själv göra allt arbete. Men vi kan i alla fall leda av exempel och visa att det faktiskt funkar att göra såhär. Jag är inte alls blyg med att säga att jag inte anställer "vita" personer och det har ingenting med någon kompetens att göra utan handlar om vad jag ser att branschen har för behov.<sup>101</sup>

Mona M. Ali anser även att hon arbetar för ökad mångfald. Som grundare för modellagenturen Fiiri Agency lägger Ali pengar tillbaka i sitt "community", det vill säga till människor som kommer från liknande bakgrund som hon själv. Ali säger att hon har modeller som nu kan spara tillräckligt mycket pengar för att betala tillbaka studielån, eftersom modebranschen faktiskt betalar bra. Ali vill göra skillnad så att modellerna behandlas rättvist och får den typ av lön som leder till att de eventuellt kan köpa en egen lägenhet och flytta hemifrån.

*3) Skulle du säga att din egen etnicitet och/eller socioekonomiska bakgrund hade en avgörande roll i möjligheterna att jobba inom modebranschen?*

Westling svarade både ja och nej på ovanstående fråga. Han menar att ingen av hans föräldrar kommer ifrån någon form av kulturscen utan jobbar med arbetaryrken utanför mode. Westling säger att han dock hade turen att kunna bo hemma hos sina föräldrar under sin praktik och att de kunde underhålla med fickpengar tills de betalda jobben började komma in.

Ali beskriver sin uppväxt som väldigt annorlunda från nu. Hon växte upp med elva andra barn och bodde hemma hos sin moster som tog hand om henne. Dock menar Ali att det, likt Westling, inte är något som bör definiera henne. Hon vill skapa ett community för modeller och POC i modebranschen, som ska känna att de förtjänar att vara där de är idag. Ali vill vara en förebild för andra men menar också att man inte heller kan skylla på vart man kommer ifrån. Hon säger:

"Jag kom också därifrån och nu sitter jag här ändå, så kan jag klara det så kan du också det!"

---

<sup>101</sup> Westling, Robin. Creative Director vid Swedish Fashion Council. Intervju via Google Meets den 18 april. 2023.

Westling vill även han förtydliga att det inte går någon nöd om honom, men att han absolut kan se den ekonomiska fördelen andra hade i starten. Många kunde röra sig friare med resurser och pengar vilket gav dem försprång men Westling lyfte återigen att det inte var en svaghet utan snarare drivkraften.

Ali menar att det inte spelar någon roll vart du kommer ifrån. Enligt Ali är det vägen, alltså valen du tar och vilka du umgås med, som avgör hur du navigerar dig. Om man hittar sin egen väg går det aldrig fel.

#### *4) Har du någonsin känt dig inkvoterad, eller som ett token inom modebranschen?*

Till en av frågorna som kan upplevas känsligast av alla frågor som ställdes till respondenterna, så gjordes valet att inte förvänta sig att respondenterna skulle vilja eller kunna svara på frågan. Dock ändrades detta antagande snabbt när båda respondenterna valde att öppet och ärligt svara på deras upplevelser av inkvotering i svensk modebransch.

Westling säger under intervjun att innan BLM demonstrationerna år 2020 tänkte han inte på samma sätt, men efter det började han reflektera tillbaka och förstå mycket mer. Med det sagt menar han att när det kommer till situationer där han känt sig obekvämt och inte kunnat sätta ord på det, beskriver Westling att han fick större förståelse för vad han gick igenom.

Ali berättar under intervjun att hon upplever det varje dag på ett sätt. Problemet, menar Ali, ligger i att företag känner sig pressade till att anställa POC för att det kommer krav från samhället. När man kommer in i ett företag så riskerar man att bli utsatt vilket är horribelt. Man ska aldrig börja arbeta på ett företag som inte redan belyst problemet. Ali menar att om det finns brist på mångfald inom företag bör de snarare betala någon som har kunskap inom området och som kan hjälpa till med hur man ska tänka och arbeta med problemet då det blir mycket mer hållbart så.

Båda respondenterna svarar även ja på frågan om de någonsin känt sig inkvoterade eller upplevt tokenism inom modebranschen.

Westling säger att han känt sig inkvoterad ett antal gånger men att han inte tillåter sig själv att bli eller känna sig som någons token. Westling säger att om han någonsin skulle känna så hade han heller inte deltagit.

Ali säger att hon absolut känt sig som ett token. Hon menar att människor känner sig hotade när man står upp för sig själv och man har inte samma rättigheter som sina kollegor, eftersom

de ofta inte kan bortse från din hudfärg eller din invandrarbakgrund. Det har systematiskt alltid funnits rasism och ideal inom modebranschen vilket Ali menar kommer ta tid att ändra. Ali säger att hon ser fler underbara människor från minoritetsgrupper starta sina egna bolag för att de är trötta på hur industrin behandlar dem och att det är svårt att få jobb på grund av att de har långa, "komplicerade" för- och efternamn.

Med respondenternas egna svar och upplevelser kan vi tolka det som att inkvotering och tokenism bland POC i modebranschen är ett befintligt och aktuellt problem. Även om flera POC startar egna företag fattas det en moral hos företag som att tänka ett steg längre och använda resurser på att faktiskt göra en hållbar och långvarig skillnad.

*5) Ser du eller möter du mycket mångfald inom den skandinaviska modebranschen, kollegor med olika etniska eller socioekonomiska bakgrunder, och diskuteras det här öppet?*

När vi sedan ställer frågan om hur mycket mångfald respondenterna möter inom modebranschen beskriver Westling det som att han möter mycket etnisk mångfald i perioder. Westling menar dock att majoriteten av anställda inom branschen egentligen är enbart vita personer. Westling:

“Där jag jobbar så är vi fem i huvudteamet, var av jag är den enda under begreppet POC.”

Westling säger att det är ett stort problem men att det är något de lyfter och pratar om öppet och ärligt inom teamet och på arbetsplatsen. Hade det varit något som tystades ner menar Westling att han inte hade arbetat kvar. Om man kollar runt på andra arbetsplatser, menar Westling att större bolag givetvis har flera människor men att det ofta finns bättre representation av POC på de yngre företagen, men att det trots allt fortfarande är väldigt ‘vitt’.

Ali menar att det är väldigt stor skillnad på Sverige och exempelvis London. Hon menar att man vågar satsa på street-kulturen mer där och att man i Sverige tenderar att hålla mer tillbaka och har svårare att skapa kontakter med nya, unga kreatörer. När det kommer till att möta etnisk mångfald i svensk modebransch menar Ali att hon sett mycket mer hända de senaste två åren, där fler POC valt att starta egna företag som alternativ. Ali:

“Ingrid Alexandra som brukade jobba förr på Roc Brows har startat egen haircare, Angelo da Silveira som har Diemond.”

Så det är många fler men de behöver lyftas upp, menar Ali, men de behöver framför allt ekonomiskt stöd.

## 2.1 Analys av valda frågeställningar

Nedanför presenteras en analys av de valda frågeställningarna, samt valda teorier och tidigare forskning i relation till respondenternas intervju svar.

### 2.1.1 Arbetet bakom mångfald inom modeindustrin

Mona M. Ali arbetar för att öka mångfald inom modebranschen på olika sätt. Hon tar oss tillbaka till sina egna erfarenheter av att arbeta som modell där hon förklarar att den ekonomiska osäkerheten blev en drivande faktor. Nu arbetar hon för att ge pengar tillbaka i sitt "community" så att hennes modeller kan livnära sig på sitt yrke. Samtidigt vill Ali lyfta det område hon själv kommer ifrån samt dess invånare. Rinkeby är nämligen en av de förorter i Järvaområdet som kämpar med utanförskap.<sup>102</sup> Ali betonar dock att området består av många kreativa människor med så pass hög talang att de kan livnära sig på sina kreativa jobb, de behöver bara lyftas fram och få en chans.

Även om Fiiri Agency inte kan klassas som en icke vinstdrivande organisation, framkommer det att Ali aktivt arbetar för att främja de människor som riskerar att hamna i orättvisor, som Campbell förklarar är allt mer vanligt inom den kreativa arbetsvärlden.<sup>103</sup> De anställda hos Fiiri Agency får alltså chansen till att nätverka, skapa sig ett bra CV och en portfolio samtidigt som självförtroendet ökar inom en bransch med mycket konkurrens. Genom att anställa människor från olika etniska- samt socioekonomiska bakgrunder arbetar Ali enligt sättet som Velo presenterar som pluralism.<sup>104</sup> Ali och Fiiri Agency tar på så sätt vara på alla de olika egenskaper som modellerna besitter, vilket inte bara gynnar företaget i sig utan även modellerna som kan prestera bättre då de tenderar att känna sig välkomna och uppskattade.<sup>105</sup>

Vidare förklarar Ali att hennes arbete för att främja mångfald också kan ses i henne själv som förebild med tanke på hennes position inom modebranschen. Ali betonar att hennes socioekonomiska bakgrund inte ska anses som en snyfthistoria utan snarare som en drivkraft. Man bör alltså inte använda sin bakgrund som en ursäkt utan alltid sträva efter sina mål då Ali anser att om hon kan lyckas, kan alla lyckas. Campbell menar däremot att synen på de kreativa industrierna som innebär att "alla kan lyckas" riskerar att tysta ner all

---

<sup>102</sup> SVT Nyheter. Föräldrar i Rinkeby: Våra barn behöver mer insatser. *SVT Nyheter*. 2020. <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/foraldrar-i-rinkeby-vara-barn-behover-mer-insatser> (Hämtad 2023-05-07)

<sup>103</sup> Campbell. *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. s.191

<sup>104</sup> Velo. *Cross Cultural Management*. s.191

<sup>105</sup> *Ibid.*, s.194



diskriminering som fortfarande existerar.<sup>106</sup> Industrin riskerar alltså att framställas som enkel och att det inte krävs hårt arbete för framgång. Vi hävdar dock inte att Ali försöker tysta ner existerande problem kring mångfald inom svensk modeindustri då hon är mycket öppen med sina åsikter. Enligt Campbell är det viktigt att våga prata om problem inom det kreativa fältet för att åstadkomma förändring.<sup>107</sup>

Enligt Ali har allt fler människor från andra etniska bakgrunder än den svenska börjat starta sina egna bolag, vilket enligt henne bara kommer att öka. Däremot betonar Ali att det fortfarande fattas ekonomiskt stöd till modebranschen för att det faktiskt ska kunna ske stora förändringar, vilket Campbell beskriver som vanligt inom det kreativa fältet.<sup>108</sup> Det krävs därför gott samarbete mellan staten och det kreativa näringslivet för att mångfaldsarbetet ska kunna skapa riktiga förändringar. Det framkommer alltså att Ali sitter på den drivkraft och kunskap som krävs för att aktivt främja mångfald inom svensk modeindustri, men att de ekonomiska medlen inte alltid räcker till. Samtidigt betonar Ali att man ska våga kräva betalt av varumärken som anlitar ens modeller, eftersom de väletablerade modemärkena sitter på höga ekonomiska kapital. Arbetet som drivs av Ali och Fiiri Agency framkommer som personligt motiverade samtidigt som ständig förbättring och utveckling är i fokus. Ali fungerar även som en vägledare för människor som vill lyckas inom modebranschen men inte vet hur de ska gå tillväga.<sup>109</sup>

Robin Westling och Swedish Fashion Council arbetar aktivt för en ökad mångfald inom den svenska modeindustrin. Fokuset för Westling ligger på etnisk mångfald samt inkludering av människor från olika socioekonomiska bakgrunder då han anser att det finns brist på det inom modeindustrin. Med sina åtta år av erfarenheter anser Westling att den svenska modeindustrin fortfarande tenderar att vara homogen då den domineras av den övre vita medelklassen. Att POC eller andra etniska grupper än svenskar är prioriterade när det kommer till anställning är inget Westling smyger med, då han anser att det är en självklarhet. Likt Ali, menar Westling att han vill hjälpa människor att skapa sig ett kontaktnätverk och erfarenheter. Samtidigt förklarar Westling att han sitter i flera styrelser där han oftast hanterar mångfaldsfrågor. Swedish Fashion Council arbetar med att göra modeindustrin till en tryggare plats genom att aktivt arbeta mot rasism och diskriminering. Westling anställer därför främst människor från andra etniska bakgrunder än den svenska då han anser att det skapar en framgångsrik

---

<sup>106</sup> Campbell. *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. s.73

<sup>107</sup> *Ibid.*, s.73

<sup>108</sup> *Ibid.*, s.11

<sup>109</sup> *Ibid.*, s.11-12

förändring med trygghet i grunden. Enligt Campbell är det här ett vanligt sätt när det kommer till mångfaldsarbete, då representation av POC leder till större acceptans.<sup>110</sup>

Swedish Fashion Council samarbetar med The Social Few, vilket är en digital byrå som arbetar för att öka mångfalden inom det svenska näringslivet.<sup>111</sup> Genom ett samarbete med den digitala byrån menar Westling att de kan sätta press på andra modeföretag och inspirera dem till att vilja arbeta för ökad mångfald inom det svenska kreativa näringslivet. Målet är att få statistik på den svenska modebranschens brist på mångfald för att senare kunna söka stöd från regeringen. Det framkommer ännu en gång att ambitionerna och drivet finns, men att bristen på det ekonomiska stödet från staten bromsar arbetet.<sup>112</sup> Det kan också handla om att lösningarna till problemen är enklare att finna men dessvärre svårare att tillämpa i verkligheten, vilket enligt Calvard är vanligt gällande mångfaldsfrågor.<sup>113</sup> Westling och Swedish Fashion Council samarbetar även med Changers Hub, All of Us och Part, vilket är tre svenska organisationer med ett och samma mål. Nämligen att öka den etniska mångfalden inom svenskt näringsliv. Organisationernas arbete handlar om att skapa god kommunikation mellan förorter och innerstaden samtidigt som kontaktnätverk inom den kulturella sfären är i fortsatt fokus. Ett gott samarbete mellan enskilda individer, organisationer och företag framstår som en förekommande taktik som genererar goda resultat.<sup>114</sup> Å andra sidan framkommer det att organisationerna som Westling och Swedish Fashion Council samarbetar med är skapade av personer med en liknande bakgrund som individerna de vill hjälpa. Changers Hub, grundades år 2015 av Amanias Abraha, Siduri Poli, Victoria Escobar samt Fares Hamed. Grundarna till organisationen har en gemensam nämnare med organisationens syfte, de alla kommer nämligen från "ytterstaden".<sup>115</sup> All of Us grundades av Nicole Kavander och Roshanak Fatahian som, likt grundarna till Changers Hub, drivs av att främja den etniska mångfalden inom det svenska näringslivet där de fokuserar på att lyfta individer med utomnordisk bakgrund.<sup>116</sup>

Likt Alis syfte, verkar Westling drivs av att lyfta sina egna och ge tillbaka till det samhälle han kom ifrån. Människor som vuxit upp i mångkulturella orter har under sin uppväxt upplevt hur olika kulturella bakgrunder och erfarenheter kan samarbeta med- och inspirera varandra,

---

<sup>110</sup> Campbell. *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. s.191

<sup>111</sup> The Social Few. Våra tjänster. *The Social Few*. 2023. <https://thesocialfew.com/sv/> (Hämtad 2023-05-08)

<sup>112</sup> Campbell. *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. s.11

<sup>113</sup> Calvard. *Critical Perspectives on Diversity in Organizations*. s.182

<sup>114</sup> Campbell. *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. s.11

<sup>115</sup> Changers Hub. Om oss. *Changers Hub*. 2023. <https://www.changershub.se/om-oss/> (Hämtad 2023-05-08)

<sup>116</sup> All of Us. Vårt Team. *All of Us*. 2023. <https://www.allofus.se/> (Hämtad 2023-05-08)

vilket Velo betecknar som gynnande för båda parterna.<sup>117</sup> Det här kan således vara en anledning till att Westling, precis som Ali, arbetar med pluralism. På samma gång kan det handla om att båda upplevt den typ av orättvisa som de vill skona andra ifrån, vilket leder till att man vet hur man ska gå tillväga för att skapa förändring.<sup>118</sup>

### **2.1.2 Den etniska och socioekonomiska bakgrundens roll gällande avancemang inom modeindustrin**

Ali presenterar sin uppväxt lite kort där det framgår att familjen hade ekonomiska svårigheter, men hon är tydlig med att det här inte var ett hinder. Ali förklarar att hon anser att mycket av ansvaret ligger hos den enskilda individen, där din bakgrund inte bör avgöra vem du är eller vad du blir. Enligt Ali väljer vi själva vilka vi umgås med och hur vi spenderar vår tid. Trots att Ali betonar att vissa kanske har det lättare än andra, anser hon fortfarande att det är mest upp till en själv och den väg man väljer. Om etnicitet anses flytande i ett globalt samhälle kan Alis påstående grunda sig i liknande tankar som Wikström presenterar i sin forskning. Den etniska eller socioekonomiska bakgrunden bör inte begränsa individers chanser till att lyckas i en industri som anses homogen, eftersom den multikulturella bakgrunden hos icke-etniska svenskar bidrar till att de enklare kan anpassa sig till olika normer och värderingar.<sup>119</sup>

Ali nämner inte att hon anser att hennes etnicitet varit avgörande för hennes karriärutveckling, men att hon märkt av att företag känt en viss press med att anställa POC. Samtidigt betonar Ali att hon anser att den etniska eller socioekonomiska bakgrunden inte ska vara avgörande för ens karriär inom den svenska modebranschen, men att det är svårt att ändra på ett synsätt som präglat vårt samhälle i hundratals år. Företag har enligt Ali svårt att förbise invandrabakgrunden på samma gång som icke-etniska svenskar tenderar att framstå aggressivare när de står upp för sig själva, just på grund av sin hudfärg och etniska bakgrund. Att etniska svenskar inte kan förbise hudfärg eller etnisk bakgrund hos icke-svenskar kan bygga på den postkoloniala synen som enligt Calvard fortfarande tenderar att forma samhället, där något främmande anses underordnat.<sup>120</sup> Det här kan således vara en anledning till att POC tenderar att uppleva orättvisa inom diverse arbetsorganisationer.<sup>121</sup>

---

<sup>117</sup> Velo. *Cross-Cultural Management*. s.191

<sup>118</sup> Campbell. *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. s.45

<sup>119</sup> Wikström. *Etnicitet*. s.63

<sup>120</sup> Calvard. *Critical Perspectives on Diversity in Organizations*. s.45

<sup>121</sup> *Ibid.*, s.45

Westling förklarar att hans etniska samt socioekonomisk bakgrund delvis spelade roll när det kom till anställning inom den svenska modeindustrin, men att den inte var betydande.

Westlings föräldrar tillhör inte den kreativa sfären men hade turen nog att kunna stötta honom genom gratis boende och ekonomiskt bidrag när han utförde sina obetalda praktiktjänster.

Vidare förklarar Westling att han minns att andra personer inom modebranschen hade en sorts förtur där de ekonomiska och kulturella kapitalen gav dem en större frihet, särskilt genom att kunna konsumera moderiktiga varor och därmed alltid bära de senaste trenderna. Westling betonar dock att det här är hans individuella åsikter och att det inte alls är synd om honom för att vissa hade det enklare, då någon kan titta på honom och ha liknande tankar kring hans framgångsrika karriär inom den svenska modebranschen.

Både Ali och Westling förklarar att de upplevt tokenism under sin karriär, där båda anser att företaget gett dem ansvar kring interna mångfaldsfrågor utan att ha en tydlig struktur eller plan. Det framgår dock inte att anledningen grundar sig i att de båda är POC, men att det finns en känsla av inkvotering då företaget gett dem ett alldeles för stort ansvar istället för att sköta mångfaldsfrågor på ett professionellt och hållbart sätt. Ali och Westling menar att detta innefattar att bland annat anställa människor som är utbildade för att sköta mångfaldsfrågor inom företaget. Det framkommer slutligen att både Ali och Westling inte ser det här som en motgång, utan snarare en drivkraft där förändring är i fokus. Att Ali och Westling upplevt tokenism kan grunda sig i det faktum att kunskap eller okunskap om- och förståelse eller bristande förståelse för andra länders kulturer påverkar vårt beteende, vilket i sin tur kan vara avgörande i affärssammanhang.<sup>122</sup> Det är därför viktigt att modebranschen ständigt följer utvecklingen av mångfald för att förstå hur det globala samhället utvecklar sig allt snabbare. Det kan exempelvis handla om att skapa en förståelse redan när man studerar, där universitetet bör uppmuntra sina studenter till att testa på utlandsstudier för att uppleva andra kulturer och dess invånare.<sup>123</sup> Enligt Mlekov och Widell kan man ta med sig erfarenheterna ut i arbetslivet där man i sin tur enklare kan anpassa sig till det arbete som mångfaldsfrågor kräver.<sup>124</sup>

### **2.1.3 Mångfaldens fördelar och svårigheter**

Det framgår att den främsta och allra viktigaste fördelen med att arbeta med mångfald handlar om att representera alla människor, oavsett bakgrund. Det här framkommer som en självklarhet för både Ali och Westling som menar att mångfald bara kan gynna den svenska

---

<sup>122</sup> Mlekov och Widell. *Hur möter vi mångfalden på arbetsplatsen?* s.34

<sup>123</sup> *Ibid.*, s.35

<sup>124</sup> *Ibid.*, s.35

modeindustrin. Samtidigt är modeindustrin en global industri som alla människor bemöter på ett eller annat sätt. Precis som Velo nämner, tar man hänsyn till alla människors enskilda bakgrund och erfarenhet för att skapa en stark arbetsstyrka, samtidigt som man inspirerar människor till att fortsätta utvecklas.<sup>125</sup> Genom att fokusera på mångfald gynnas således de enskilda företagen samtidigt som industrin växer, eftersom man ökar chanserna till att anställa lojala människor med genuina intentioner.<sup>126</sup>

Svårigheterna grundar sig enligt Ali och Westling i bristande ekonomiskt stöd, särskilt från den svenska staten men även modeindustrin i stort där företag inte alltid betalar rimliga priser för tjänster trots att de kan. Som tidigare nämnt belyser både Ali och Westling att den svenska modeindustrin är homogen, vilket kan tolkas som en svårighet eftersom det tyder på bristande mångfald. Särskilt bakom kulisserna där det viktigaste arbetet sker. Vidare framgår det även att modeindustrin är starkt präglad av värderingar och normer, som exempelvis handlar om att man ska vara tacksam för att ha fått en praktiktjänst även om den är obetald. Campbell menar att den här typen av syn på det kreativa fältet, som kan framstå någorlunda nedvärderande, är en stor faktor till att det fortfarande existerar systematiska orättvisor inom fältet.<sup>127</sup> Alla har nämligen inte möjlighet till att arbeta gratis och vara tacksamma för att någon vill provanställa dem.

När BLM-demonstrationerna blev mer globala år 2020 verkar modeindustrin också ha fått en ny typ av drivkraft. Å andra sidan är det endast tre år sedan, vilket tyder på att kampen för riktig förändring är relativt ny. Eftersom modeindustrin länge drivits av den vita människans normer och värderingar, kan en svårighet inom mångfalden grunda sig i höga krav på alldeles för kort tid. Ali och Westling nämner även att de fått ansvar gällande mångfald, vilket är ett ämne de båda brinner för. Däremot förklarade båda två att de inte riktigt var redo för det stora jobb som väntade. Arbetet var således alldeles för stort för att en ensam individ ska kunna driva det framåt. Om vi utgår från Wikströms forskning som menar på att etniciteten är flytande i ett globalt samhälle, finns det kopplingar till varför både Ali och Westling fått hantera mångfaldsarbete utan tidigare erfarenhet. Ali och Westling är båda POC och de har båda erfarenheter av flera kulturer, vilket leder till att de enklare kan anpassa sig efter tid och rum.<sup>128</sup> Företag kan därför anse att icke-etniska svenskar förstår hur man anpassar sig till den svenska kulturen, samtidigt som man också bevarar sin egen. Det här kan således leda till att

---

<sup>125</sup> Velo. *Cross-Cultural Management*. s.194

<sup>126</sup> *Ibid.*, s.194

<sup>127</sup> Campbell. *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. s.11

<sup>128</sup> Wikström. *Etnicitet*. s.66

man enklare tar hänsyn till andra människors bakgrund, vilket innebär att man automatiskt arbetar med pluralism.

Mångfaldsarbetet är ett relativt nytt ämne och pressen på företag har ökat de senaste åren.<sup>129</sup> Det här kan därför leda till att företag inte alltid förstår vem som ansvarar för mångfaldsfrågor och hur man gör det internt, vilket innebär att ansvaret kan hamna hos någon utan erfarenhet.<sup>130</sup> Samtidigt bidrar globaliseringen till att vi konstant stöter på människor med olika utseenden och kulturella bakgrunder, vilket Mlekov och Widell anser bara kommer öka.<sup>131</sup> Det är därför viktigt att arbetsgivare ständigt arbetar mot diskriminering och genom att fokusera på mångfald strävar man efter att respektera människors olikheter.<sup>132</sup> Å andra sidan startade mångfaldsarbetet i Sverige för cirka trettio år sedan.<sup>133</sup> Det svenska mångfaldsarbetet grundar sig också i det amerikanska perspektivet av mångfald, vilket enligt Calvard och Campbell bygger på strukturell rasism som länge präglat det amerikanska samhället. Ali och Westling nämner att de båda lade märke till att stora förändringar mot mångfald inom svensk modeindustri började ske efter BLM demonstrationerna år 2020. Utgår man från att det svenska mångfaldsarbetet i helhet är cirka trettio år gammalt, samt att det riktiga mångfaldsarbetet inom svensk modeindustrin började märkas år 2020, är det således inte konstigt att svårigheterna är så pass omfattande. USA är dessutom ett land som fortfarande har problem med strukturell rasism vilket kan innebära att landets mångfaldsarbete inte är en idealisk struktur att ta efter.

#### **2.1.4 Habitus, kapital och fält**

Alis och Westlings svar om mångfaldsarbete går att applicera på Bourdieus teori om habitus, kapital och fält.<sup>134</sup> Det framkommer att de värderingar och normer som Ali och Westling vuxit upp med än idag präglar deras syn på världen, trots att de båda gjort en klassresa.<sup>135</sup> Eftersom modeindustrin är fältet, visar det sig att Ali och Westling sitter på en högre position och de kan därmed skapa förändring. Det driv som Ali och Westling besitter leder till högre kapital inom fältet, det vill säga modeindustrin, vilket kan leda till att fältet förändras helt.<sup>136</sup> Samtidigt kan det vara svårt för dem att skapa en drastisk förändring då de båda påpekar att

---

<sup>129</sup> Calvard. *Critical Perspectives on Diversity in Organizations*. s.182

<sup>130</sup> *Ibid.*, s.1-2

<sup>131</sup> Mlekov och Widell. *Hur möter vi mångfalden på arbetsplatsen?* s.220

<sup>132</sup> *Ibid.*, s.54

<sup>133</sup> *Ibid.*, s.10

<sup>134</sup> Bourdieu. *The Logic of Practice*.

<sup>135</sup> Webb, Shirato och Danaher. *Understanding Bourdieu*. s.22

<sup>136</sup> *Ibid.*, s.24

de saknar stöd från staten och högre makter inom modeindustrin, som i detta fall innehar mer kontroll och därmed enklare avgör vilka kapital som väger tyngst.<sup>137</sup> Svårigheterna kan möjligtvis grunda sig i postkolonialismen som Calvard menar än idag styr arbetsorganisationer i västvärlden.<sup>138</sup> Om vi utgår från att modeindustrin som vi känner till idag startade i samband med att Charles Frederick Worth skapade haute couture, vilket innebär mitten på 1800-talet, finns det starka kopplingar till att postkolonialismen än idag påverkar fältet. Synen på att den vita människan fortfarande är överordnad och därmed sitter på mest kapital kan således leva kvar inom modeindustrin eftersom de anses som grundarna till en global industri som främjat den ekonomiska tillväxten för många länder. Trots sin bortgång, besitter Worth och hans namn fortfarande på en viss typ av respekt som anses vara betydande inom modebranschen. Det traditionella fältet som Worth tillhörde och som fortfarande styr modeindustrin, avgör vilka värderingar och normer som kan accepteras inom det nya fältet.<sup>139</sup> De normer och värderingar som tillhör det traditionella fältet är således centrala för hur aktörer tar sig vidare inom modeindustrin och anammar kapital som omvandlas till makt. Detta kan därför leda till att individer som Ali och Westling tenderar att stöta på svårigheter med sitt mångfaldsarbete eftersom de och deras intentioner inte tillhör det ideal som anses ha grundat den ökända modeindustrin.

Bourdieu förklarar att det finns konkurrens om kapital inom fältet där de med minst kapital nöjer sig enklare, vilket paradoxalt nog inte verkar stämma i Ali och Westlings fall.<sup>140</sup> Personer som har en invandrarbakgrund och tillhör den lägre klassen är enligt Bourdieu ‘‘dömda för att misslyckas’’ då habitus, alltså osynliga normer och värderingar, som präglar det traditionella fältet kolliderar med det habitus som Ali och Westling besitter.<sup>141</sup> Ali och Westling har däremot lyckats förvalta och förädla sitt sociala och kulturella kapital, vilket påvisas genom deras framgång och inflytande. Ali nämner under sin intervju att etniska svenskar inom modebranschen inte kan se bortom en persons hudfärg och invandrarbakgrund, vilket leder till att icke-etniska svenskar tenderar att framstå mer aggressiva när de står upp för sig själva. Att Ali och Westling stött på problem och anser att de saknar stöd med sitt mångfaldsarbete kan således grunda sig i att pressen på svenska modeföretag accelererar för snabbt och bidragit med nya habitus och kapital som det traditionella fältet, alltså

---

<sup>137</sup> Webb, Shirato och Danaher. *Understanding Bourdieu*. s.23

<sup>138</sup> Calvard. *Critical Perspectives on Diversity in Organizations*. s.45

<sup>139</sup> Bourdieu och Delsaut. *Modeskaparen och hans märke*. s.103

<sup>140</sup> Webb, Shirato och Danaher. *Understanding Bourdieu*. s.23

<sup>141</sup> *Ibid.*, s.24

modeindustrin, ännu inte är fullständigt öppen för. Å andra sidan kan det också vara en anledning till att både Ali och Westling upplevt tokenism under sin karriär.

Samtidigt bör Rocamoras kritik mot Bourdieus teori uppmärksammas där forskaren menar att de högre klasserna, i det här fallet det traditionella fältet inom modeindustrin, numera finner inspiration av det revolutionerade fältet där streetwear ingår.<sup>142</sup> Här bör man ännu en gång uppmärksamma att streetwear skapades av POC och den lägre klassen.<sup>143</sup> Det kan handla om att människor som är POC eller tillhör den lägre klassen ur ett socioekonomiskt perspektiv, accepteras in i modéfältet när deras värderingar och normer kan accepteras av det traditionella fältet. När Ali och Westling fokuserar på att samarbeta med organisationer som tillhör ytterstaden och arbetar för att gynna icke-etniska svenskar samt mindre privilegierade människor, skapas en möjlighet för människors habitus att mötas. Det här kan i sin tur bidra till att modeindustrin, som enligt Ali och Westling inte riktigt är fullt ut redo för nya habitus, så småningom blir mottaglig för nya normer och värderingar.<sup>144</sup> Detta kan vidare kopplas till Bourdieus teori om staten och dess roll till samhällets habitus, det vill säga de normer och värderingar som samhället i stort innehar.<sup>145</sup> Bourdieu förklarar att ett demokratiskt samhälle, som Sverige i detta fall, ger en bild av att alla dess invånare är med och påverkar viktiga politiska beslut. Däremot menar Bourdieu att det i själva verket är vita, rika och privilegierade människor som dominerar det demokratiska samhällets struktur.<sup>146</sup> Enligt Bourdieu tenderar således vissa medborgare att *domineras* medan andra *dominerar*, där de kulturella och ekonomiska kapitalen är avgörande för inflytandet och makten.<sup>147</sup> Trots att Bourdieu främst kopplar denna del av sin teori till politik och presidentval, går det att finna vissa likheter och kopplingar till modeindustrin. Både Ali och Westling har under sina intervjuer nämnt att den svenska modeindustrin fortfarande har en viss tendens att domineras av vita, privilegierade individer. Eftersom deras normer och värderingar samverkar med de ideal som den svenska staten besitter, vilket Ali och Westling anser att de saknar stöd från, blir det också tydligt varför de känner som de gör. Nu har förvisso både Ali och Westling förädlat sitt kapital och innehar större makt inom modeindustrin. Å andra sidan går deras mångfaldsarbete emot de normer och värderingar som länge präglade modeindustrin, vilket kan vara en anledning till att de aktivt vill samarbeta med organisationer från Stockholms

---

<sup>142</sup> Rocamora. *The Field of Fashion*. s.356

<sup>143</sup> Hypebeast. *Defining Streetwear*. (Hämtad 2023-04-19)

<sup>144</sup> Webb, Shirato och Danaher. *Understanding Bourdieu*. s.24

<sup>145</sup> *Ibid.*, s.93

<sup>146</sup> *Ibid.*, s.93

<sup>147</sup> *Ibid.*, s.93



ytterstad. Genom att samarbeta med diverse organisationer kan de motbevisa de postkoloniala värderingar som fortfarande delvis präglar samhället och modeindustrin. Samtidigt öppnar Ali och Westling inte bara upp för olika habitus att mötas, med sin makt kan de också sätta press på den svenska modeindustrin och staten vilket i längden kan öppna upp för ekonomiskt stöd som gynnar deras mångfaldsarbete. Detta förtydligar även varför modeindustrin kan framstå som pseudo-demokratiskt, det vill säga en industri som framställer sig som demokratiskt men i själva verket inte är jämlik för alla individer som deltar i den.<sup>148</sup>

### 2.1.5 Det institutionaliserade modesystemet

För att skapa en förståelse av modebranschen som ett institutionaliserat system, har vi under avsnittet tidigare forskning kopplat Yuniya Kawamuras teori till respondenternas svar på intervjufrågorna. Kawamuras teori bygger på tre stora huvudaspekter för att modesystemet ska fungera, där hon presenterar ett *strukturellt perspektiv, de olika aktörerna som skapar modesystemet* och slutligen *modestäder och designerns roll*.<sup>149</sup>

Respondenternas svar är igenkännbara med Kawamuras teori om ett modesystem. Likt Kawamura belyser Ali och Westling ett system inom modebranschen, men gör det i form av den egna upplevelsen. Ett modesystem som är bundet av just städer, aktörer och strukturella perspektiv. Vi kommer under detta avsnitt att redogöra för Kawamuras tre delar av teorin om modesystemet och koppla det till respondenternas egna upplevelser av modebranschen.

Kawamura menar att vissa villkor gäller för att ett modesystem ska existera och fungera. Dels måste det finnas ett mångskiktat, öppet klassystem inom vilket mer än en klass har möjlighet att delta i modets växlingar, dels måste det finnas möjligheter till mobilitet från en klass till en annan och därtill måste konkurrens föreligga mellan åtminstone två klasser.<sup>150</sup>

*Första delen* av Kawamuras modesystem handlar om det strukturella perspektivet. Kawamura menar att de flesta sociologernas teorier om modesystemet beskriver mode som ett uttryck för det demokratiska samhället, medan andra forskare menar att mode är ett uttryck för klasskillnad.<sup>151</sup> Om vi blickar tillbaka på intervjufrågorna rörande praktiker och den socioekonomiska betydelsen för att arbeta inom modebranschen, beskriver både Ali och Westling att de varken kommer ifrån någon överklass eller egentligen har haft ekonomiska

---

<sup>148</sup> ECPS. Pseudo Democracy. *ECPS*. <https://www.populismstudies.org/Vocabulary/pseudo-democracy/> (Hämtad 2023-05-09)

<sup>149</sup> Kawamura. *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. s.12

<sup>150</sup> *Ibid.*, s.82-83

<sup>151</sup> *Ibid.*, s.42

medel som kan täcka en gratis praktikperiod utan behövt finansiell hjälp, genom att ha kunnat bo gratis hemma, fått ett litet ekonomiskt bidrag från familj eller arbetat vid sidan av praktiken. Detta skulle enligt Kawamuras teori stämma överens med modesystemet som bygger på möjlighet och bilden av att systemet är öppet för förändring och därmed möjliggör idén av att mode är demokratiskt nog att vara tillgängligt för alla. Mode förutsätter viss rörlighet i samhällets sociala struktur och det kräver en speciell typ av samhälle, det vill säga ett modernt samhälle där det sociala stratifieringssystemet är öppet och flexibelt, menar Kawamura.<sup>152</sup> Där måste det förekomma skillnader i social position, men det måste också framstå som möjligt och önskvärt att överbrygga dem.<sup>153</sup>

Med det menar Kawamura att även om mode flörtar med samhället tillräckligt nog för att beskrivas som demokratiskt, kan det vara svårt att faktiskt placera mode som ett demokratiskt system. Trots möjligheten för alla att göra praktik, arbeta med mode och omringa sig av mode, bygger även systemet på en historia av klasskillnad som utesluter att *alla* har möjlighet att arbeta med mode. Detta innebär således ännu en gång en typ av pseudo-demokratisering av modesystemet.<sup>154</sup>

*Andra delen* av Kawamuras teori bygger på aktörerna som skapar modesystemet. Med aktörer menar Kawamura allt från reklam och producenter men även branschen i stort och alla delar av mode som bildar ett större system.<sup>155</sup> Modeindustrin ägnar sig inte blott och bart åt att producera lämpliga eller tilltalande kläder, den ägnar sig åt att producera stilinnovationer som svarar mot modets image.<sup>156</sup> Modets image är något som systemet värnar om och leker vi med Kawamuras teori om modesystemet och teorin om mode som klassmarkör, får vi en bredare förståelse för modesystemets avsaknad av etnisk och socioekonomisk mångfald. Om Kawamuras teori stämmer, betyder det att modesystemet inte ser ett behov av att släppa in mångfald, vilket ännu en gång innebär att mode är ett pseudo-demokratiskt system. Å andra sidan ser vi efter BLM-demonstrationerna år 2020 att modebranschen upplevt större krav från samhället gällande representation av människor som tillhör POC inom branschen. Ali och Westling beskriver att de bedriver arbete för att öka mångfald men att branschen fortfarande har en majoritet av rika, vita personer i ledning, vilket Westling tydliggör genom att belysa att

---

<sup>152</sup> Kawamura. *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. s.42

<sup>153</sup> *Ibid.*, s.42

<sup>154</sup> ECPS. *Pseudo Democracy*. (Hämtad 2023-05-09)

<sup>155</sup> Kawamura. *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. s.74

<sup>156</sup> *Ibid.*, s.77

det enda sättet vi kan se riktigt skillnad är om vi sätter POC i ledande positioner där skillnader kan skapas.

*Den tredje delen* beskriver Kawamura som designern och städernas roll i modesystemet. För att koppla det till de semistrukturerade intervjuerna igen belyser vi här respondenternas nuvarande och dåvarande koppling till Stockholm. För att kunna arbeta med mode har Ali och Westling belyst att praktik är viktigt, men det är likväl viktigt att ha förståelse för att mode ofta är beroende av en modestad. Då båda respondenterna mer eller mindre vuxit upp i närheten av Stockholm, vilket är en av Sveriges största modestäder, har det möjliggjort för arbete i huvudstaden. Även om detta skulle vara en tolkning av Kawamuras teori om modestäder så går det att applicera på tanken att modestäder lätt utesluter lägre samhällsklasser då möjligheten att förflytta sig till större städer inte alltid går att åstadkomma utan ekonomisk fördel. Ali och Westling belyser å andra sidan i intervjun att de inte kunde flytta hemifrån under tiden praktikerna ägde rum. Detta för att huvudstäder är dyra, men även för att hemmet erbjöd ett billigare boende. Å andra sidan hade de fortfarande en fördel då modeindustrin i Stockholm fortfarande var tillgänglig trots att de inte flyttade hemifrån.

### 3. Avslutande diskussion

#### 3.1 Sammanfattning

Syftet med uppsatsen har varit att analysera hur mångfaldsarbetet ser ut inom svensk modeindustri med hjälp av intervjuer från bransch aktiva POC, samt hur betydande den etniska och socioekonomiska bakgrunden är gällande avancemang inom en industri med konkurrens och förväntat gratisarbete. Respondenterna har gett oss inblick i sin individuella bakgrund samt socioekonomiska klassresa. Vi har även fått en inblick i den svenska modebranschen och dess brist på mångfald då båda respondenterna redogjorde för händelser de själva upplevt och den nuvarande situationen som fortfarande kräver stort arbete. I början av studien gick vi som forskare in med bilden av att den svenska modebranschen saknar inkludering, dels av egna tidigare erfarenheter som två personer med icke-svensk bakgrund, men även hur svensk modebransch porträtteras. Vi kan se att det finns en brist på representation i den svenska modebranschen gällande mångfaldsarbete då vi upptäckte att listan på passande kandidater var kort. Samtidigt framkommer det att respondenterna bakom intervjun ständigt arbetar för att främja mångfald inom svensk modeindustri. Å andra sidan la vi under studien märke till att individer med icke-svensk bakgrund tenderar att vara de som främst driver arbetet med mångfald framåt, främst genom vad våra respondenter angav under intervjuerna. Båda respondenterna är icke-vita svenskar som inte tillhör en övre klassbakgrund. Människorna samt organisationerna de samarbetar med för att främja mångfalden inom den svenska modeindustrin drivs till viss mån av POC, men ett problem båda respondenter belyste under intervjuerna är att det just finns en brist på POC med ledande positioner inom modebranschen.

Analysen påvisade däremot att den etniska och socioekonomiska bakgrunden delvis avgör avancemangsmöjligheter inom svensk modeindustri, där traditionella normer och värderingar fortfarande tenderar att styra fältet. Det här är som tidigare nämnt något vi båda märkt av som privatpersoner. Under den sista terminen av utbildningen hade vi en praktikkurs, vilket vi ansåg vara mycket givande. Däremot blev det också tydligt att den socioekonomiska bakgrunden och geografisk plats var avgörande, då de flesta företagen befann sig i Stockholm och arbetet dessutom var oavlönat. Vi märkte också av att de flesta företagen föredrog att praktikanter stannade mellan tre till sex månader, vilket också påverkade de individuella chanserna för att få en fot inom modebranschen. Ingen av oss hade nämligen råd att flytta till Stockholm, eller annan storstad, och arbeta gratis så pass länge då vi inte heller kunde vända

oss till familjer för ekonomiskt stöd. Detta innebar således att vi båda fick tacka nej till praktikplatser hos välkända större företag som troligtvis hade gynnat oss i längden. På grund av att vi båda bemött hinder när det kommer till att få en start inom modebranschen har det lett till att uppsatsämnet varit viktigt att belysa för oss. Därav har uppsatsen också en tendens att färgas av våra tidigare personliga erfarenheter. Å andra sidan hade uppsatsen inte fått samma legitimitet om den skrivits av en övre medelklass som blickar nedåt. Det hade möjligtvis blivit en annan typ av uppsats med mindre förståelse för klasskillnad.

Med hjälp av Yuniya Kawamuras teori har vi fått förståelse för att modeindustrin kan ses som ett strukturellt system att anpassa oss efter. Systemet bygger på en överklass vilket gör det svårt att driva igenom förändring. Bourdieus teori har påvisat att överklassens värderingar och normer sträcker sig lång tillbaka i tiden, vilket gör det till en större samhällsstruktur där nya värderingar och normer inte välkomnas lika öppet. Samtidigt har vi kunnat finna kopplingar till postkolonialismen som än idag tenderar att strukturera det samhälle vi lever i, vilket indirekt också påverkar modeindustrin och dess ideal. På grund av att dessa ideal än idag lever kvar finns det möjlighet till att personer med annan etnisk bakgrund än den svenska inte känner sig välkomna inom modebranschen. Detta då modeindustrin signalerar att de med mest makt och stilinflytande är vita personer. Respondenterna visar dock att det går att skapa förändring och göra en klassresa i ett starkt välfärdssamhälle som Sverige, bara att arbetet är mycket omfattande och tar tid. Båda respondenterna säger att det finns ett *community* inom svensk modebransch som är välkomnande för POC och icke-etniska svenskar, men att det kan vara svårt att hitta vägen dit. Vi ser att det finns ett intresse att bygga broar mellan förörterna och storstaden, men att det saknas ekonomiskt stöd från modebranschen i stort men även den svenska staten. Dock blir det tudelat då modebranschen, som vi visat på tidigare i uppsatsen, har ekonomiska fördelar men gömmer sig bakom tanken om att det kreativa fältet underskattas.

Eftersom den svenska modeindustrin ofta bygger på gratisarbete, framkommer det att möjligheterna inte är densamma för alla. Att en del av den svenska befolkningen räknas som POC eller icke-etniska svenskar är ingen hemlighet, men eftersom jobben framstår platsbundna stöter man också bort en stor del av befolkning när man yrkar på gratis arbete, eftersom alla inte har möjligheten till att arbeta gratis samtidigt som hyra och mat ska betalas. Att bo i närheten av Stockholm, som är en av Sveriges största modestäder, kan därför anses som en fördel eftersom den socioekonomiska bakgrunden spelar mindre roll. Samtidigt

framkommer det att synen på att gratisarbete är förväntat och att man ska vara tacksam för att någon vill anställa en, också driver bristen på mångfald inom svensk modeindustri.

Avslutningsvis har vi redogjort för bristen på mångfald inom den svenska modeindustrin. Förändring har skett i form av att bristen på mångfald diskuteras mer samtidigt som arbetet är mer aktivt där olika aktörer samarbetar mot samma mål. Det framgår dock att det fortfarande finns arbete kvar att göra då modeindustrin framstår som konservativ där traditionella värderingar fortfarande lever kvar och utgör ett problem.

### **3.2 Vidare forskning**

I den här studien har vi bidragit med ett etniskt och socioekonomiskt perspektiv på den svenska modebranschen. Analysen och resultatet vi kommit fram till går att generalisera men vårt uppsatsämne kan bidra till vidare diskussion inom ett aktuellt ämne. Framtida forskning skulle kunna fokusera på att utbilda människor inom mångfald för att minska risken för diskriminering och tokenism. Vi anser att forskning bidrar till större förståelse och eftersom modeindustrin påverkar världen globalt och alla människor oavsett etnicitet och socioekonomisk bakgrund, är det viktigt att man inkluderar alla. Samtidigt la vi märke till att det finns en brist på mångfaldsstudier ur ett perspektiv som belyser den svenska modeindustrin. För framtida studier skulle vi därför rekommendera att man gör en större intervjustudie som också inkluderar etniska svenskar, för att få ett bredare perspektiv på ett ämne med många olika erfarenheter, åsikter och tankar.

## 4. Källförteckning

### 4.1 Litteratur

Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Polity Press.

Bourdieu, P., & Delsaut, Y. (1994). Modeskaparen och hans märke. I D. Broady & M. Palme (Red.), *Kultursociologiska texter* (s.81-152). Brutus Östlings Bokförlag.

Bryman, A., & Nilsson, B. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Liber.

Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. (3 uppl.). Liber.

Calvard, T. (2021) *Critical Perspectives on Diversity in Organizations*. Routledge.

Campbell, M. (2021). *Reimagining the Creative Industries - Youth Creative Work, Communities of Care*. Routledge.

Cunliffe, A. L., Jung, J. S. (2005). The Need for reflexivity in Public Administration. *Sage Journals*, 37(2), 225-242.

Kawamura, Y. (2007). *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. Nordstedts Akademiska förlag.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. (3. uppl.). Studentlitteratur.

Mendes, V., & De La Haye, A. (2010). *Fashion since 1900*. Thames & Hudson.

Mendes, V., & De La Haye, A. (2021). *Fashion since 1900*. (3. uppl.). Thames & Hudson.

Mlekov, K., & Widell, G. (2013). *Hur möter vi mångfalden på arbetsplatsen?* Studentlitteratur.

Rocamora, A. (2019) Pierre Bourdieu. The Field of Fashion. I A. Rocamora & A. Smelik (Red.), *Thinking Through Fashion. A Guide to Key Theorists* (s.233-250). I B Tauris.

Velo, V. (2011) *Cross-Cultural Management*. Business Expert Press

Webb, J., Shirato, T., & Danaher, G. (2002). *Understanding Bourdieu*. Allen & Unwin.

Wikström, H. (2009) *Etnicitet*. Liber.

## 4.2 Digitala Källor

All of Us. (2023). *Vårt Team*. Hämtad 8 maj, 2023, från, <https://www.allofus.se/>

Arbetsmiljöupplysningen. (u.å.). *Mångfald*. Hämtad 25 april, 2023, från <https://www.arbetsmiljoupplysningen.se/Amnen/Mangfald/>

Black Lives Matter. (u.å.). *About*. Hämtad 25 april, 2023, från, <https://blacklivesmatter.com/about/>

Cambridge Dictionary. (2023). *Diversity*. Hämtad 19 april, 2023, från, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/diversity>

Cambridge Dictionary. (2023). *Reflexivity*. Hämtad 19 april, 2023, från, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/reflexivity>

Cambridge Dictionary. (2023). *Socioeconomic*. Hämtad 19 april, 2023, från <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/socioeconomic>

Cambridge Dictionary. (2023). *Tokenism*. Hämtad 19 april, 2023, från <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/tokenism>

Central Saint Martins. (2023). *About us*. Hämtad 7 maj, 2023, från <https://www.arts.ac.uk/colleges/central-saint-martins>

Changers Hub. (2023.) *Om oss*. Hämtad 8 maj, 2023, från <https://www.changershub.se/om-oss/>

ECPS. (u.å.). *Pseudo Democracy*. Hämtad 9 maj, 2023, från <https://www.populismstudies.org/Vocabulary/pseudo-democracy/>

Expertvalet. (2021, 8 juli). *Statistik om den svenska modebranschen*. Hämtad 7 maj, 2023, från <https://www.expertvalet.se/blogg/2016/08/svensk-modeindustri-i-siffror>

Fedora, A. (2020, 21 december). *How Black Lives Matter changed fashion in 2020*. BBC News. Hämtad 7 maj, 2023, från, <https://www.bbc.com/culture/article/20201215-the-power-of-black-resistance-dressing-and-id-entity>



Hypebeast. (2019). *Defining Streetwear*. Hämtad 19 april, 2023, från <https://strategyand.hypebeast.com/streetwear-report-history-definition>

Lagerkvist, C. (2000). *Världar emellan? Frågan om etnisk mångfald i kulturlivet*. Hämtad 19 april, 2023, från [http://nile.lub.lu.se/arbarch/aio/2000/aio2000\\_03.pdf](http://nile.lub.lu.se/arbarch/aio/2000/aio2000_03.pdf)

Law Insider. (u.å.). *People of colour definition*. Hämtad 25 april, 2023, från <https://www.lawinsider.com/dictionary/people-of-colour>

Oxford Learner's Dictionary. (2023). *Person of colour*. Hämtad 24 april, 2023, från <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/person-of-colour>

Plaza Magazine. (2023). *Produkt*. Hämtad 7 maj, 2023, från <https://plaza.se/produkt/plaza-magazine/>

Sanchez, R. (2020, 25 juli). *Models accuse fashion industry of 'falsely portraying inclusivity' amid BLM*. ABC News. Hämtad 7 maj, 2023, från <https://abcnews.go.com/Business/models-accuse-fashion-industry-falsely-portraying-inclusivity-amid/story?id=71926936>

Silliman, N. K. (2022, 17 oktober). *So, You Want to Work in Fashion?* Harvard Business Review. Hämtad 7 maj, 2023, från <https://hbr.org/2022/10/so-you-want-to-work-in-fashion>

Statista. (2023). *Global apparel market - statistics & facts*. Hämtad 5 maj, 2023, från <https://www.statista.com/topics/5091/apparel-market-worldwide/#topicOverview>

SVT Nyheter. (2020, 23 november). *Föräldrar i Rinkeby: Våra barn behöver mer insatser*. Hämtad 7 maj, 2023, från SVT Nyheter. <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/foraldrar-i-rinkeby-vara-barn-behoover-mer-insatser>

SVT Nyheter. (2023, 1 februari). *Modejättens facit: Var sjätte person jobbade gratis*. Hämtad 7 maj, 2023, från <https://www.svt.se/nyheter/granskning/ug/modejattens-facit-var-sjatte-person-jobbade-gratis>

The Social Few. (2023). *Våra tjänster*. Hämtad 6 maj, 2023, från <https://thesocialfew.com/sv/>

Vocast. (u.å.). *Streetwear: Fashion x Culture with insight from London, Paris, and Milan*. Hämtad 18 april, 2023, från <https://vocast.com/streetwear-fashion-x-culture-with-insight-from-london-paris-and-milan>

## 4.3 Bilagor

### Bilaga 1.

#### En diskurs om mångfald och inkludering

Kära xxx,

Hoppas allt är bra med dig,

Jag heter Gabriella Edman och tillsammans med min kurskamrat Emma Lekavski, på modevetenskapliga programmet, undersöker vi mångfald och inkludering inom den skandinaviska modebranschen – uppbackade av Lunds Universitet.

Vi vill bjuda in dig till denna diskussion genom att hålla en intervju, och därmed göra dig till en stor del av framtidens växande skandinaviska modet för unga vuxna som försöker hitta in i modebranschen.

Huvudmålet med vår undersökning är att få en bättre bild av hur mycket mångfald det faktiskt finns inom den skandinaviska modescenen, vilket arbete som faktiskt görs för att skapa förändring, och om den socioekonomiska bakgrunden spelar roll för att ”lyckas” inom mode.

Eftersom många modeföretag idag pratar om hållbarhet är vårt mål att skapa samma diskurs rörande arbetet bakom modebranschen och dess brist, eller ökad förståelse, för mångfald och inkludering.

Vi tycker att denna diskussion är väldigt aktuell idag och vi ser dig som en nyckelperson i framtidens Skandinaviska mode, skillnaden och arbetet ni gör.

Nedanför får ni en överblick av frågorna vi planerar att ställa under intervjun men ni är alltid välkommen att lägga till information under intervjuns gång. Sammanlagt tänker vi oss en intervjutid på 30 minuter/ 1 timme (beroende på hur mycket tid ni har att avvara):

1. Hur började din karriär i modebranschen (om svaret inkluderar praktik, var praktiken obetald)?
2. Anser du dig arbeta för ökad mångfald, i så fall hur ser det arbetet ut?
3. Skulle du säga att din egen etnicitet och/eller socioekonomiska bakgrund hade en avgörande roll i möjligheterna att jobba inom modebranschen?

4. Har du någonsin känt dig inkvoterad, eller som ett token inom modebranschen?
5. Ser du eller möter du mycket mångfald inom den skandinaviska modebranschen, kollegor med olika etniska eller socioekonomiska bakgrunder, och diskuteras det här öppet?

Eftersom vi är medvetna om att frågor rörande mångfald och inkludering kan vara ett känsligt ämne vill vi även erbjuda anonymitet, så att du känner dig bekväm med att svara så gott du kan. De enda som kommer att ha en överblick är vår examinator och vi. Därför kommer du också att hitta en signatur från oss båda längst ned i formuläret (om detta är något du behöver).

Vi hoppas att du vill vara en del av denna diskurs om det växande mångfaldet i Skandinavien modebransch och hoppas att vi kan boka in en intervju, antingen online eller på plats, redan efter påsk (innan den 20:e april).

Bästa,

Gabriella & Emma vid Lunds universitet (Datum: 04.04.23)

## **Bilaga 2.**

Transkribering av hela intervjun med Robin Westling och Mona M. Ali finns i författarnas ägo. Kontakta för mer information.