

Ungdomskultur, ungdomsstil identitet och kroppsutsmyckning

Växjö, 2012-09-30
15 högskolepoäng
Examensarbete för gymnasieskolans yrkesämnen/2UV06L
Handledare: Jan Andersson, Linnéuniversitetet, Institutionen för samhällsvetenskaper

Lisa Grönborg

Organisation/ Organization Linnéuniversitetet Institutionen för teknik Linnaeus University School of Engineering	Författare/Author(s) Lisa Grönborg	
Dokumenttyp/Type of Document Examensarbete/Diploma Work	Handledare/tutor Jan Andersson	Examinator/examiner Anders Ingwald
Titel och undertitel/Title and subtitle Ungdomskultur, ungdomsstil, identitet och kroppsutsmyckning/Youth Culture, Youth Style, identity and tattoo/body piercing		
Sammanfattning (på svenska) Syftet är att skapa större förståelse för och kunskap av ungdomsstilar och ungdomskulturer för att sedan kunna bemöta elever bättre i mitt yrke som lärare. Jag har undersökt ungdomsstilar som för tillfället tenderar, vilka är de mest vanliga klädesplagg som ungdomar bär och vilka kroppsutsmyckningar har de? Litteraturstudier och kvalitativ metod har används i form av observationer och enkätundersökning bland gymnasieelever. Ungdomar känner snabbt av förändringar och strömningar i samhället vilket gör att nya ungdomsstilar och livsstilar skapas. Ungdomsstilars skapande har betydelse för ungdomars identitetsarbete där kamrater och gruppåverkan har stor innebörd. Ungdomar uttrycker till sin omgivning vilken grupp av ungdomsstil de tillhör i form av kläder, frisyrrer, accessoarer, färger, symboler och kroppsutsmyckningar/kroppskonst.		
Nyckelord: ungdomskultur, ungdomsstil, ungdomsklädesplagg, identitet, livsstil, kroppsutsmyckning/kroppskonst		
Abstract (in English) My purpose is to create more understanding and knowledge about youth styles and youth culture so that I easier and better can meet my pupils in my profession as a teacher. I have searched the most common youth styles that usually tends in our society today and the most common garments that the youths are wearing and what kind of tattoo/body piercing are most common among the youths today. My methods are qualitative methods and they are literary studies in the subject, observation, questionnaire study among high school students. Youths often feel the fast current changes in the society, which creates new lifestyles and new youth´s styles. The creation of youth styles means at lot for their identity work, therefore friends and group influence has an important meaning and impression for them. The youths express for their surroundings their group belonging of their youth style and they are showing it through different kind of clothes, hair styles, accessories, colors, symbolic and tattoos/ body piercing.		

Key Words

Youth culture, youth style, youth clothes, identity, lifestyle, tattoo/body piercing

Utgivningsår/Year of issue

2012

Språk/Language

Svenska

Antal sidor/Number of pages

71

Internet/WWW

<http://www.lnu.se>

Sammanfattning

Med min mångåriga bakgrund inom textil- och konfektionsbranschen och genom mitt arbete med ungdomar dagligen i skolans värld har mitt intresse vaknat för ungdomsstilar och vad dessa signalerar till sin omgivning. Mitt syfte med uppsatsen är att som lärare kunna skapa större förståelse för ungdomsstilar och ungdomskulturer för att sedan kunna bemöta eleverna bättre i mitt yrke som lärare.

Jag har gjort litteraturstudier om identitet, ungdomskulturer, ungdoms- och livsstilar samt kroppsutsmyckning/kroppskonst. I min studie har jag använt mig utav kvalitativa metoder, dels genom observationer av vilka ungdomsstilar som är mest förekommande på ett par gymnasieskolor i södra Sverige och dels genom en enkätundersökning för att få gymnasieelevers syn på vad de anser att det finns för ungdomsstilar, tidstypiska klädesplagg och kroppsutsmyckning/kroppskonst idag.

Ungdomskulturer förändras i takt med att samhällets livsvillkor och förhållanden förändras och idag sker det snabbare i och med mediernas globala utbud. I och med detta får ungdomarna större valmöjligheter. Dessa känner snabbt av förändringar och strömningar i samhället vilket gör att nya ungdomsstilar och livsstilar skapas. Ungdomsstilars skapande har betydelse för deras identitetsarbete, där kamrater och gruppåverkan har stor innebörd. Det är genom utseende och kläder som de vill stärka sin status och identitet vilket ofta sker i det offentliga rummet, i deras frizon, där de provar sina beteenden och egenskaper på gruppen.

Genom sin livsstil visar ungdomar vilka de är eller vill uppfattas av andra och det kan de visa t.ex. genom sin klädstil. Det resultat jag har kommit fram till är att det tenderar många olika ungdomsstilar i dagens samhälle, men den mest förekommande stilen enligt mina observationer är casual stil. De flesta stilar sticker inte ut i mängden utan följer mainstream av ungdomsklädstilar. Andra stilar som tenderar i samhället idag är rockare, raggare, bohem, ffortis, emos, fashionista, stekare, skejtare och casual. Den grupp av ungdomsstil ungdomar tillhör eller vill tillhöra uttrycker de till sin omgivning i form av färger, symboler, klädstilar, frisyrier och accessoarer.

Kroppsutsmyckningar i form av tatueringar och piercingar har fått en betydande roll för många ungdomar, vilket även enkätundersökningens resultat visar. Idag har var och varannan ungdom tatuering, gärna på ett ovanligt ställe, där ingen annan tidigare har tatuert sig. De har oftast fler hål i örat eller ”töjning” och piercingar i form av ”smileys”, piercingar i navel, näsvingen, ögonbrynet eller tungan.

Abstract

Syftet är att skapa större förståelse för och kunskap om ungdomsstilar och ungdomskulturer för att sedan kunna bemöta elever bättre i mitt yrke som lärare. Jag har undersökt vilka ungdomsstilar som tenderar, vilka de mest vanliga klädesplaggen ungdomar bär och vilka kroppsutsmyckningar de har. Litteraturstudier och kvalitativ metod har används i form av observationer och en enkätundersökning bland gymnasieelever. Ungdomar känner snabbt av förändringar och strömningar i samhället, vilket gör att nya ungdomsstilar och livsstilar skapas. Dessa skapanden har betydelse för deras identitetsarbete, där kamrater och gruppåverkan har stor innebörd. Ungdomar visar till sin omgivning vilken grupp av ungdomsstil de tillhör i form av kläder, frisyrier, accessoarer, färger, symboler och kroppsutsmyckningar/kroppskonst.

Nyckelord: ungdomskultur, ungdomsstil, ungdomsklädesplagg, identitet, livsstil, kroppsutsmyckning

Innehållsförteckning

Sammanfattning	IV
Abstract.....	V
Innehållsförteckning.....	VI
1. Introduktion	1
2. Bakgrund	2
2.1 Tidigare forskning kring ungdomskulturer.....	3
3. Syfte och frågeställningar.....	5
3.1 Syfte	5
3.2 Frågeställningar	5
3.3 Avgränsningar	5
3.4 Disposition	6
3.5 Begreppsdefinition	6
3.5.1 Tidstypiska.....	6
3.5.2 Stil	7
4. Metod.....	9
4.1 Enkät	9
4.2 Urval	9
4.3 Respondenter	10
4.4 Enkätfrågornas konstruktion.....	10
4.5 Bortfall.....	11
4.6 Pilotstudie redovisas och diskuteras	12
4.7 Observationer av ungdomsstilar	12
4.8 Etiska överväganden	14
4.8.1 Följebrev	14
4.8.2 Samtyckesblankett	15
4.9 Metodkritik	16
5. Teoretiskt perspektiv	19
5.1 Livsstilar	19
5.2 Identitet.....	21
5.3 Grupper och symboler	23
5.4 Ungdomskultur	24

5.4.1 Historiskt om ungdomskultur	26
5.4.2 Motkultur och subkultur	27
5.5 Olika ungdomsstilar	28
5.5.1 Emo	29
5.5.2 Rockare	30
5.5.3 Fashionista.....	30
5.5.4 Bohem.....	30
5.5.5 Raggare - volvoraggare	30
5.5.6 Stekare – brat	31
5.5.7 Golddigger.....	33
5.5.8 Casual	33
5.5.9 Skejtare.....	33
5.5.10 Fjortis	34
5.5.11 Lolita.....	35
5.6 Kroppsutsmäckning/kroppskonst	36
6. Resultat och analys	38
6.1 Bakgrundsfakta till enkätundersökningen.....	38
6.2 Analys av enkätundersökningen som helhet.....	38
6.3 Bakgrundsvariabler.....	39
6.4 Shopping internetbutiker.....	41
6.5 Butiker för shopping.....	42
6.6 Klädinköp i genomsnitt per månad	42
6.7 Kända klädesmärken.....	43
6.8 Olika klädesmärken.....	44
6.9 Klädstil	44
6.10 Är det viktigt med utseende?.....	46
6.11 Stil på fest	47
6.12 Skor.....	48
6.13 Är det viktigt med kläder och mode?	49
6.14 Ungdomsstilar.....	50
6.15 Olika klädesplagg.....	52
6.16 Accessoarer.....	54
6.17 Vanliga frisyrier.....	56
6.18 Att döma någon på grund av utseende/stil.....	57
6.19 Stilar i grupper/gäng.....	58
6.20 Kroppssmäckning/kroppskonst.....	59
6.21 Vilka kroppsutsmäckningar bär du?	60

6.22 Färger	62
7. Diskussion/slutsats	65
8. Referenser	70
9. Bilagor.....	72

1. Introduktion

Det finns intressant litteratur och studier kring ungdomskulturer, som exempelvis: Ambjörnsson skriver om genusperspektiv, Gripsrud förmedlar om mediekultur i samhället och dess innebörd av identitetsbildning och den statliga myndigheten Ungdomsstyrelsen ger oss bland annat kunskap om ungdomars levnadsvillkor i samhället. I boken "Från Elvis till Emo" lyfter Axén fram om olika ungdomskulturer mellan åren 1950 till 2010 och Lindgren förmedlar om ungdomskulturer.

Kläder, mode och trender förändras ständigt. Kläder är ett sätt att kommunicera med andra människor och till sin omgivning. Det finns en personlig stil och smak hos varje individ när det gäller val av kläder, accessoarer, färger och musik. Vilka ungdomsstilar tenderar idag? Hur ser dagens ungdomsstilar ut? Vad uttrycker och förmedlar de till sin omgivning?

I min utbildning till yrkeslärare för gymnasieskolan inom hantverk har vi gjort vissa studier kring ungdomskulturer. Dessa studier har gjort mig nyfiken på att forska vidare inom detta område. I min framtida roll som verksam lärare är det viktigt att förstå ungdomsstilar bättre eftersom de har en identitetsskapande roll för ungdomen.

Jag har blivit intresserad av dagens ungdomsstilar, hur de ser ut och vad de uttrycker eftersom jag dagligen kommer jag i kontakt med ungdomar i mitt läraryrke. Som lärare måste man alltid vara uppdaterad och hänga med i dagens samhällsförändringar för att lättare förstå ungdomen och för att kunna bemöta dem på bästa sätt. De ständiga identitetssökande ungdomarna visar med sitt yttre vad de vill uttrycka, vem de är, vilken grupp de vill tillhöra etc. och det kan de göra bl.a. genom sin personliga stil, när det gäller val av kläder, smink, frisyrer, accessoarer och olika kroppsutsmyckningar. Men det finns mycket mer bakom alla dessa uttryck av stilar och utseende som ungdomen förmedlar till sin omgivning och det är kopplat till deras identitetsprocess.

2. Bakgrund

Genom sin stil förmedlar och uttrycker ungdomen sig till sin omgivning vem de är eller vem de vill vara, vilken grupp de vill tillhöra eller tillhör, medvetet eller omedvetet., vilket är en del av deras identitetsprocess. Ungdomar påverkas av andra ungdomar, eller genom olika medier eller kändisar när de väljer sin stil. Deras personliga ungdomsstil kan ses som en slags ”vandrande dagbok” av den tid och det samhället vi lever i. Citatet ”*skor är som en vandrande dagbok*”, ur tv-programserien ”Elements of Shoes” och programmet ”Head over heels” i Tv-kanalen Star, kan användas på den klädstil ungdomarna bär och uttrycker till sin omgivning.

Lindgren (2009, s.17) tolkar Fornäs, Boethilius, Forsman & Reimer (1994), som anser att ”... inom vissa delar av ungdomsforskningen talar man om ungdomskulturen som seismograf”, vilket menas att ” de unga och deras uttryck ses då som ett finkänsligt instrument som registrerar och återger samhällliga förändringar, trender och strömningar långt innan de nått ytan i samhället som helhet” (Lindgren 2009, s.20). Vidare menar Lindgren (2009, s.20) att de positiva eller negativa livsvillkor ”... som råder i samhället...” uttrycker ungdomen intensivare än vad andra grupper i samhället gör.

Kläder är en identitetsbärande faktor som signalerar till sin omgivning vem du är, hur du vill att andra ska se dig och hur du ser på dig själv. Ungdomens klädstilar och kroppsutsmyckningar visar en del av deras självbild och det är en del av deras identitetsarbete. Olika medier runt ungdomen påverkar dem medvetet eller omedvetet, hur de ska se ut, de signalerar livsstilar och de skapar trender.

Samtidigt som utbudet i butikerna följer trender och modeströmningar varje säsong, vilket också gör att det finns ett visst urval, så kan den kreativa ungdomen kombinera ihop olika klädstilar och skapa sin egen stil utifrån utbudet som finns att tillgå och utifrån sin egen smak.

Skolkulturen på en skola skapar en viss mainstream av ungdomsstil, vilket gör att de flesta ungdomar följer den stilen som är modern, vad deras skolkamrater eller kompisumgänge bär. Ungdomsstilar och ungdomskulturer är en föränderlig process, vilket Lindgren (2009, s.15) menar att ”... deras uttryck kan alltid kopplas till specifika sociala och kulturella sammanhang”.

Med min mångåriga bakgrund inom textil- och konfektionsbranschen och mitt personliga intresse för mode, trender och klädstilar, gör att jag vill undersöka vad det finns för ungdomsstilar idag och vad det uttrycker. Dagligen arbetar jag med ungdomar i olika åldrar i skolmiljö och jag ser ständigt olika ungdomsstilar. Det skapar ett intresse och en möjlighet att fördjupa mina kunskaper inom detta område, vilket ger en större förståelse för ungdomsstilar och vad de uttrycker. Dels genom att ta del av litteratur som behandlar ungdomsstilar, ungdomskultur, identitet, livsstil, kroppsutsmyckningar/kroppskonst, medier, nätverkskulturer och fritid. Jag kommer att tydliggöra tidigare forskning och studier kring ungdomsstilar, ungdomskultur och identitet genom de litteraturstudier, observationer och enkätundersökning som jag har genomfört.

Ungdomsstilar förändras med årtionden, men hur ser egentligen dagens ungdomsstilar ut?

2.1 Tidigare forskning kring ungdomskulturer

Fornäs (1994, s.13-24) beskriver ungdomskulturforskningen i sin artikel ”*Ungdom, kultur och modernitet*” (FUS-rapport nr 6, Ungdomskultur i Sverige) och han anser att ungdomskulturforskningen har sina rötter från b.l.a. Chicagoskolans forskning kring kriminella subkulturer. Andra studier som de nya tonårsgenerationerna är gjorda av James Coleman. I England, Birmingham har forskning kring brittisk subkultur skett i slutet av 70-talet och som sedan har influerat svensk forskning.

Ungdomskulturforskningen under 80-talet skedde kring kultur, ekonomiska förhållandena, hälsa och psykologisk utveckling kring ungdomar.

Forskarna har sökt nya kunskaper och teorimodeller om ungdomskulturer i senmoderna samhället och Statens Ungdomsråd gav stöd till ungdomsforskning kring olika ungdomsfrågor. Fornäs, musik- och medieforskare startade FUS, forskningsprogrammet Ungdomskultur i Sverige, 1987 med stöd från Forskningsrådet (HSFR) och Fornäs leder en central paraplygrupp inom FUS, där de forskar kring aktuell svensk ungdomskultur i fyra olika teman så som: kön, stil, sfärer och modernisering (Fornäs 1994, jfr inledning). FUS har ca ett 70-tal forskare runt om i landet som presenterar och publicerar en serie rapporter varje år, de har även olika seminarium. De forskar utifrån olika områden som pedagogik psykologi, antropologi,

till sociologi inom ungdomskulturforskningen. Vanliga huvudteman kring ungdomsforskning är vanligtvis kön, stil, identitet, motstånd, kultur, medier, ungdom, symboler och språkligt uttryck med inblandade institutioner som fritidsorganisationer, skola, arbetsliv och familj.

3. Syfte och frågeställningar

3.1 Syfte

Syfte med min studie är att undersöka hur dagens ungdomsstilar ser ut och vad de uttrycker till sin omgivning, vilket skapar bättre förutsättningar i mitt läraryrke att kunna bemöta och förstå ungdomar bättre. Jag vill undersöka och skapa större förståelse kring ungdomars identitetsskapande och mediers påverkan som b.l.a. uttrycks i form av olika ungdoms- och klädstilar.

3.2 Frågeställningar

Mina studier omfattar ungdomsstilar, ungdomskultur, livsstilar, identitet och kroppsutsmyckning, men jag har valt att fokusera på följande frågeställningar:

Vilka ungdomsstilar tenderar ute i samhället idag?

Vilka tidstypiska klädesplagg ser man hos dagens ungdomar?

Vilka kroppsutsmyckningar bär ungdomar?

3.3 Avgränsningar

De avgränsningar jag gör är att jag kommer att presentera delar av mitt undersökningsmaterial som är relevant till syftet. De utvalda delarna jag kommer att presentera är olika ungdomsstilar och vad ungdomen bär för tidstypiska plagg idag. En annan avgränsning är ungdomskulturer, identitet, mediers påverkan på ungdomsstilar och vad de uttrycker till sin omgivning. I mitt arbete berör jag även kroppsutsmyckning/kroppskonst. Jag kommer inte att fördjupa eller redovisa andra delar som enkätundersökningen berör, eftersom det i sådant fall kräver vidare forskning och litteraturstudier inom dessa områden. Vilket i sådant fall skulle öka omfånget i mitt arbete vilket även utgör en tidsmässig begränsning.

3.4 Disposition

Jag inleder första kapitlet med att introducera min uppsats. I andra kapitlet redovisar jag bakgrund och tidigare forskning kring ungdomskulturer. I tredje kapitlet redovisar jag syfte, frågeställningar och avgränsningar. Därefter beskriver jag orden stil och tidstypiska i min begreppsdefinition. I fjärde kapitlet beskriver jag valda metoder som är enkät och observation. I femte kapitlet behandlas mina studier ur ett teoretiskt perspektiv, där jag beskriver ungdomsskultur, olika ungdomsstilar, livsstilar, globala livsstilar, grupper och symboler, identitet och medier som identitetsbyggande funktion. I sjätte kapitlet redovisar jag resultat och analys av enkätundersökningen. I sjunde kapitlet avslutar jag med diskussion och slutsats.

3.5 Begreppsdefinition

Centrala begrepp som jag behandlar i min uppsats är *tidstypiska* och *stil*, vilket jag väljer att förklara närmare för att underlätta textförståelsen för läsaren.

3.5.1 Tidstypiska

Med ordet tidstypiska menar jag klädstilar, accessoarer, frisyrier, mönster, färger, arkitekturstilar och inredningsstilar från ett visst århundrande eller årtionde. Under ett visst årtionde visar sig modet på ett visst sätt och när man talar om modet förr, så talar man om stora tidstypiska stilar under en viss period som t.ex. barocken med början på 1600-talet och rokokon på 1700-talet. Dessa stilar sträckte sig över längre perioder. När vi talar om modet och stilar under 1900-talet, så är det i kortare perioder på årtionden som t.ex. 1950-talet, 1960-talet, 1970-talet, 1980-talet och de stilar som dominerar då. Tidstypiska stilar på 60-talet var korta minikjolar och A-linjeformade klänningar. Det var långa stövlar, gärna vita i syntetmaterial med breda klackar. Kvinnorna sminkade sig med mascara och med svart kajalpenna runt ögonen som avslutades med en kråkspark. Det var vanligt med bland annat Beatlesfrisyrer och ”bikupa” (där de kunde sätta en brödbulle under håret) och 60-talets stilikon var Twiggy. Mönster som dominerade var optiska mönster, paisleymönster och hundtandsmönstrade tyger.

Men hur ser modet ut idag bland ungdomarna på 2010-talet? Vilka är mest framträdande "tidstypiska" ungdomsstilar idag och hur uttrycks dessa bland dagens ungdomar? Kommer dagens ungdomsmode att betraktas vid ett senare tillfälle som "så såg modet ut på 2010-talet bland ungdomarna"?

3.5.2 Stil

Malin Sveningsson skrev i artikeln "*unga, stil och nätet*" om begreppet stil med följande citat "*style is something you've got... fashion is something you buy*", vilket kan översättas som "stil är någonting du har, mode är någonting du köper" (Lindgren 2009, s.93).

Ungdomar från alla samhällsskikt kan få tillgång till olika globala stilar genom de olika medier som erbjuds idag. Det kan vara via internet, TV, tidningar, musik, musikvideor, bio och filmer, vilket gör att det skapas och exploateras olika stilar ute i vårt samhälle. Stilar sprids snabbare idag via olika medier och idag är ungdomen mer berest än tidigare, vilket gör att de har mer tillgång till olika kulturella skillnader, stilar, som hämtas från andra länder och som sedan influerar till att blanda och bilda egna stilar.

Genom vår stil kommunicerar vi med vår omgivning medvetet eller omedvetet, i ungdomsåren är det många gånger ett uttryck de vill förmedla till omgivningen, genom sin stil. Men vad uttrycker dagens ungdomsstilar till sin omgivning? Genom den klädstil ungdomen bär uttrycker de sin personliga stil. Men vad är då stil?

Ungdomsstyrelsens skrift *Unga och nätverkskulturer - mellan moralpanik och teknikromantik* 2007:12, beskriver att "... den sociala sidan av stil, den som handlar om utseende, vilken musik som föredras, hur man uttrycker sig språkligt, men också om beteende. Ungdomsstyrelsen tolkar Fornäs (1993, s.37) att "alla människor har stil även om vissa grupper eller individers är mer utstuderade än andras". Vidare skriver Ungdomsstyrelsen i sin skrift att "en stil är personlig men den blir till genom dialog med och tolkning av andra stilar. Stil är social på det viset att den skapas i kommunikation med andra och för ungdomars del utgörs den yttre ramen av ungdomskulturen i stort". Ungdomsstyrelsen tolkar Bjurström (2005, s.37) som anser att "genom sin stil visar man sin identitet, sin smak och vilken grupp man tillhör".

Det är mer vanligt idag bland ungdomar att klä sig mer individuellt och att de vågar ha sin egen stil och smak. Samtidigt så ser vissa ungdomsstilar likadana ut i en grupp, man

klär sig som dem man umgås med, men så finns det ett fåtal ungdomar som sticker ut med sin stil. Vi ser helst att vi människor är mainstream, ser likadana ut, att vi inte ska vara annorlunda jämfört med andra, men sticker en person ut lite väl mycket i vår omgivning reagerar vi, har åsikter och tar avstånd vilket gör "... det möjligt att avvisa personens stil, smak och attityd som fulare, sämre och rentav pinsam"(Ambjörnsson, 2011, s.53).

Svenningsson tolkar Thornton (1995) "Stil är ofta extremt viktigt för ungdomar i deras identitetsarbete. Genom stil – som kläder, frisyrer, kroppshållning etc. – överför individer informationen om sin gruppidentitet och sitt subkulturella kapital" (Lindgren 2009, s.98).

Vi människor har ofta åsikter och tankar om andra människors stil och smak. Många gånger har vi förutfattade meningar och placerar folk i olika fack, bara genom att titta på deras klädstil, smink, olika kroppssmyckningar eller frisyrer. Vi kan döma människor på grund utav deras utseende och vad vi tycker att de förmedlar till sin omgivning. Ambjörnsson (2011, s.53) menar att vi har "... åsikter om stil, den ena och den andras, är ett av de sätt på vilka klass upprättas och upprätthålls i samtiden".

Svenningsson tolkar i sin artikel Butler (1990, s.179) "Människors stil har något att säga om deras grupptillhörighet, och det gäller även de som står utanför de mer spektakulära subkulturerna. Stil är alltså viktigt då det säger något om vem man är, vem man vill vara, eller kanske snarare, vem man vill uppfattas som. Stil är förstås också en viktig genusmarkör" (Lindgren 2009 s.98).

Svenningsson (2009) menar att "som medlem i en subkultur kan man ta sig friheter i stilskapandet och bryta mot samhällets normer i visshet om att man inte är ensam – det ligger en trygghet i att veta att man är en grupp som avviker tillsammans" (Lindgren 2009, s.99).

4. Metod

4.1 Enkät

För att möjliggöra en enkätundersökning om ungdomsstilar och vad de uttrycker har först en litteraturstudie genomförts om ungdomars identitet, ungdomskulturer, ungdomsstilar och kroppskonst.

4.2 Urval

Urvalet av de ungdomar som har genomfört enkätundersökningen har skett dels genom en personlig kontakt vid en gymnasieskola och dels på en annan gymnasieskola, där jag har genomfört min VFU (verksamhetsplatsförlagda utbildning) under min utbildningstid till yrkeslärare på hantverksprogrammet.

Enkätundersökning har genomförts på gymnasieelever från ett par gymnasieskolor på två olika platser i södra Sverige. Den ena gymnasieskolan är kommunal och den andra är privat. Den ena gymnasieskolan har ett flertal olika gymnasieprogram och den andra gymnasieskolan har enbart teknikprogrammet.

Det större underlaget av enkätundersökningen har gjorts på den kommunala gymnasieskolan, där jag själv har varit närvarande vid genomförandet av enkätundersökningen, dels för att finnas till hands och dels för att kunna besvara eventuella frågor från respondenterna.

Vid den andra privata gymnasieskolan har enkätundersökningen genomförts av en personlig kontakt. Personen har blivit instruerad i frågeställningarna och själva genomförandet av enkätundersökningen och dess tillvägagångssätt. Förmedlaren har delat ut enkäterna och har funnits till hands vid själva enkätundersökningens genomförande och vid eventuella frågor.

Den ena gymnasieskolan som ingår i min undersökning är en kommunal skola i en mindre stad med ett elevantal på cirka 1000 stycken elever. Den andra gymnasieskolan är en privat skola i en större stad, med ett mindre elevantal på cirka 150 stycken. Sammanlagt är det ett större antal tjejer än killar som har genomfört enkät-

undersökningen beroende på att det är mest tjejer som går hantverksprogrammet på den kommunala gymnasieskolan. På den kommunala gymnasieskolan är de flesta elever från hantverksprogrammet och ett mindre antal elever från andra program som deltar i enkätundersökningen. Detta beror på att eleverna från övriga program har hantverk som tillval i sina program. På privata gymnasieskolan är det elever från teknikprogrammet som deltar i enkätundersökningen varav några är killar.

4.3 Respondenter

Jag har valt att genomföra en enkätundersökning på sammanlagt 32 stycken ungdomar som studerar på gymnasieskolan i åldrarna 16 år till 20 +. Fördelningen mellan könen är 27 stycken tjejer och fem stycken killar.

Eleverna går från första till sista året på gymnasiet. Ett par äldre ungdomar över 20 år har också genomfört enkätundersökningen och de går några kurser på en eftergymnasial utbildning på gymnasieskolans hantverksprogram. Dessa äldre ungdomar ingår i övriga program i enkätundersökningen som består av förutom hantverksprogrammet: naturvetenskapsprogrammet, samhällsprogrammet, omvårdnadsprogrammet och vuxenutbildningen.

Det antal elever som genomfört enkätundersökningen är tio elever på teknikprogrammet, 13 elever på hantverksprogrammet och nio elever går övriga program på gymnasieskolan.

4.4 Enkätfrågornas konstruktion

Enkätfrågorna har tagits fram och konstruerats med bakgrund av litteraturstudier (Carlström & Carlström Hagman 2006, s.207-253) och mina egna funderingar kring ungdomars livsstilar dels av mitt eget intresse inom detta område, eftersom jag dagligen arbetar med ungdomar, vilket skapat ett intresse att få veta mer om ungdomsstilar och vad de uttrycker samt dels genom mina tidigare utbildningar och min arbetslivserfarenhet inom textil- och konfektionsbranschen.

Jag har utgått ifrån litteraturstudier om identitet, ungdomsstilar och ungdomskulturer när jag har formulerat frågeställningarna i enkäten som är relevant till mitt syfte i uppsatsen. Anledningen till enkätundersökningen är att skapa mig en bättre bild av ungdomsstilar, identitet och ungdomskultur, kroppsutsmyckning/kroppskonst och vad de uttrycker.

Frågorna i enkäten har både öppna och bundna svarsalternativ (se bilaga 1). De bundna svarsalternativen har några alternativ till svar, vilket ger en grövre indelning av undersökningsspersonerna. De öppna svarsalternativen ger utrymme för respondenten att skriva mer utförligt svar under frågan som berörs.

Enkätens upplägg består först av en inledande del om ungdomarnas bakgrund. Bakgrundsvariablernas utformande har varit bundna svarsalternativ där respondenten kryssat i ”rätt svar”. Bakgrundsvariablerna är: ålder, kön, respondenternas gymnasieprogram, antal syskon, föräldrarnas utbildning och arbete, bostad, inkomstgrad och social grupp.

Enkäten är indelad i underkategorier som: olika medier, shopping, klädstil, grupptillhörighet/gång, kroppsmyckning/kroppskonst, intressen och färger. Tanken med underkategorier är att skapa ordning och struktur för att det ska underlätta för respondenten att ta del av undersökningen och få en vägledning om vilket område undersökningen handlar om.

Resterande frågor i enkäten har både bundna och öppna svarsalternativ. Respondenten svarsalternativ är ja och nej på de bundna svarsalternativen med möjlighet att själv skriva en kommentar. Andra frågor har ett öppet svarsalternativ, där respondenten kan skriva ett mer utförligt svar på frågorna. Anledningen till att göra både öppna och slutna alternativ för respondenten är att en del frågor kräver mer utförligt svar än andra beroende på frågeställningen.

4. 5 Bortfall

Eftersom enkätundersökningen varit frivillig så har inte alla ungdomar som blivit tillfrågade velat delta i undersökningen. Det var några elever som gick i årskurs tre som kände sig stressade av att delta i enkätundersökningen. De ville hinna bli klara med

sina olika arbetsuppgifter innan skolavslutningen. Det var en elev som avslutade enkätundersökningen efter att ha bara svarat på bakgrundsfrågorna på första sidan. En annan typ av bortfall har varit då en del ungdomar har valt att inte svara på alla frågor i enkäten utan hoppat över vissa frågor. Även om det uppmanas att svara på alla enkätfrågorna och att ta den tid som behövs. Eftersom enkäten är anonym så går det inte att påverka i efterhand vem av respondenterna som inte har fyllt i alla svaren på frågorna.

Då en del utav enkätundersökningen har gjorts av en annan person vid ett annat tillfälle, så har det varit svårt att kontrollera bortfallet. Däremot har vi vuxna funnits på plats för att respondenterna ska kunna ställa frågor eller om de har andra funderingar kring enkätundersökningen.

4. 6 Pilotstudie redovisas och diskuteras

Utifrån Carlström & Carlström Hagman (2006, s.171) rekommendationer har en pilotstudie genomförts. Pilotstudien har genomförts på ett antal ungdomar i en större stad i södra Sverige, för att testa enkätens utförande och frågornas konstruktion. Efter pilotstudien har enkäten revideras, då vissa frågeställningar justeras och andra frågeställningar har tagits bort eller slagits samman till en gemensam fråga. Det tar ca 30-45 minuter att genomföra enkätundersökningen för respondenten, vilket några av de ungdomar som genomförde pilotstudien tycktes var lite för lång tid medan andra inte hade någon åsikt om den. Efter pilotstudien och revidering av enkätens utförande har enkätundersökningen genomförts på 32 stycken ungdomar i två gymnasieskolor i södra Sverige. Tidpunkten för enkätundersökningen har gjorts under dagtid i maj månad 2012.

4. 7 Observationer av ungdomsstilar

Observationerna är genomförda som kvalitativa studier vilket ”... grundar sig på ett litet antal observationer och subjektiva upplevelser” (Carlström & Carlström Hagman 2006, s.133).

Observation av ungdomsstilar ger ett komplement till enkätundersökningen. Jag har valt att observera ungdomsstilar i deras naturliga skolmiljö, där ungdomarna befinner sig dagligen vid två olika kommunala gymnasieskolor i södra Sverige. Den ena gymnasieskolan finns i en mindre stad och den andra gymnasieskolan finns i en större stad. Ungdomarna jag observerade var både tjejer och killar i åldern 16-20 år. Elevantalet på skolorna är vardera ca 1000 styck. Val av miljö vid observationstillfället är den vardagsmiljö dvs. skolmiljön där ungdomar vistas och möts dagligen. En annan orsak till valet av miljö är på grund av att jag har utfört min sista period av verksamhetsplatsförlagda utbildning på en av dessa gymnasieskolor.

Tanken med att genomföra observationerna är att skapa mig en bild av de vanligaste ungdomsstilar som tenderar i ungdomarnas vardagsmiljö, vilket är skolmiljön. Det som har observerats är vilka klädstilar och klädesplagg som vanligtvis är inne.

Båda observationstillfällena var i början av juni månad och på eftermiddagen och under en timmes tid på vardera gymnasieskolan. Vädret var mulet och lite kallare än det vanligtvis är i juni månad, vilket kan påverkat ungdomarnas klädval för tillfället.

På den ena gymnasieskolan där jag utförde observationen satt jag i skolans cafeteria. Cafeterian har en ständig genomströmning av ungdomar till och från lektionspassen eller så stannar ungdomarna till för att ta en fika på rasten. På den andra gymnasieskolan satt jag på ett par olika ställen utomhus: utanför huvudentrén och vid en sidoutgång till skolans övriga sidobyggnader. Där cirkulerade ungdomar hela tiden.

Observationer av ungdomsstilar är en dold observation, som har skett på ett strukturerat sätt vid insamlandet av data i form av kvalitativa studier, där jag själv är en deltagande observatör. Min roll som observatör var att jag spela en passiv roll, men jag var en synlig iakttagare i omgivningen och det skedde på en öppen plats. Mitt tillvägagångssätt vid observationerna har skett i form av minnesanteckningar utifrån förvalda huvudkategorier, där jag visste *vad* jag skulle observera. Mina frågeställningar vid observationerna är kopplat till syftet med uppsaten. Jag iakttog både killars och tjejers ungdomsstilar och dokumenterade fortlöpande under hela observationstiden. Mitt upplägg var att observera ungdomarna i kategorierna killar och tjejer och därefter har jag delat in i följande kategorier från topp till tå: frisyrier, skor, accessoarer, klädesplagg på överkroppen och klädesplagg på underkroppen som ungdomarna vanligtvis bär. Jag har även valt att observera accessoarer som de vanligtvis bär så som

huvudbonad, skor och väskor etc. Dessutom observerade jag även vilka färger ungdomarna väljer och de färger som är mest framträdande på både accessoarer och klädesplagg. Sammanställningen av observationerna har skett utifrån de kategorierna (se bilaga 4).

4.8 Etiska överväganden

När det gäller de etiska övervägandena har jag utgått från Carlström & Carlström Hagman (2006, s. 172-174) rekommendationer av Vetenskapsrådets sammanfattande rekommendationer hur man tar hänsyn till de etiska förhållningssätten i utformningen av en uppsats. Det gäller informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet.

Materialet av min enkätundersökning redovisas i uppsatsen och vid en muntlig redovisning i samband med examinationstillfället. Enkäten och fotografierna är konfidentiella det vill säga att inga integritetskänsliga uppgifter lämnas ut om respondenterna. Ungdomarnas anonymitet bevaras genom att inte redovisa namn på respondenterna eller vilken skola och stad gymnasieskolorna ligger på. Vid enkätundersökningen har ett följebrev och en samtyckeblankett bifogats till respondenterna.

De citat som jag använder i min uppsats är korrekt angivna efter respondenternas skrivna citat och har inte ändrats på något sätt utan är ordagrant från deras svar i enkätundersökningen.

4.8.1 Följebrev

Vid enkätens genomförande finns ett följebrev (se bilaga 2) inkluderat, där respondenterna har blivit informerade om att deltagandet av enkätundersökningen är frivillig och att de när som helst kan avbryta undersökningen. Syftet med enkätundersökningen står i följebrevet. Vidare står det i följebrevet att undersökningen är konfidentiell i den bemärkelsen att inga integritetskänsliga uppgifter kommer att lämnas ut om personen som deltagit i enkätundersökningen. Respondenterna har också möjlighet att ta del av uppsatsen och fotografierna om så önskas, vilket kan ske i

form av email kontakt med mig personligen. Andra personer kommer inte ha tillgång till dessa uppgifter utan bara jag själv.

4.8.2 Samtyckesblankett

För att förtydliga min uppsats om ungdomsstilar vill jag ge ett estetiskt uttryck i form av fotografier av några vanliga ungdomsstilar som jag har betraktat. Fotografierna är tänkt att visas i form av ett bildspel vid examinationstillfället, eftersom *”en bild säger mer än tusen ord”*. Det är fotografier av ungdomar och deras stilar som t.ex. kroppssmyckningar, frisyrer och klädstilar som är mest vanliga. Inga namn kommer att nämnas vid presentation av fotografierna.

När det gäller urval av de ungdomar som blir fotograferade är det genom observationer som jag har valt ut dem, eftersom de uttrycker och representerar dagens ungdomsstilar på något sätt, vilket jag vill förmedla till omgivningen.

I samtyckeblanketten (se bilaga 3) finns det möjlighet till godkännande av publicering av de fotograferade bilderna. För de respondenter som är under 18 år och minderåriga finns det möjlighet att få samtycke från föräldrarnas sida om att bli fotograferade och att bilderna publiceras i form av ett bildspel.

De ungdomar som jag har valt ut att fotografera får ett följebrev till enkätundersökningen angående fotograferingen. I formuläret godkänner de om de vill vara med på fotografierna ”med eller utan ansikte”, helbild eller närbild, för att garantera att deras identitet inte avslöjas.

De fotograferade respondenterna skriver på ett godkännande på samtyckesblanketten, där de godkänner och accepterar att deras fotografier visas i form av ett bildspel vid examinationstillfället.

Jag vill förtydliga uttrycket i samtyckesblanketten när det gäller godkännande av att delta med *”... fotograferade bilder av mig i närbild med ansikte...”* vilket menas att den fotograferade personen visas i närbild av ansiktet, utan att avslöja eller ange namn eller bostadsort för att de inte ska kunna identifieras.

När det gäller att respondenten samtycker om ”... *fotograferade bilder av mig utan ansikte...*”, vilket menas att den fotograferade personen visas i närbild utan att man kan identifiera personen på fotografiet. Det kan till exempel vara en närbild på en tatuering eller piercing. Inga namn på personen anges för att de inte ska kunna bli identifierade.

Jag vill också förtydliga följande text som står i samtyckesblanketten när det gäller godkännande av att delta med ”... *fotograferade bilder av mig i helfigur utan ansikte...*” vilket menas att den fotograferade personen visas i helfigur utan bild på ansiktet, vilket gör att man inte kan identifiera personen på fotografiet. När det gäller samtycket att bli ”... *fotograferade bilder av mig i helfigur med ansikte...*” har personen samtyckt att delta på fotografier där de visas i helfigur med ansikte, utan att namn på personen eller bostadsort anges för att personen inte ska kunna identifieras.

4.9 Metodkritik

Utifrån litteraturstudier har jag formulerat frågeställningar i enkäten som är relevanta till undersökningen och uppsatsens syfte. I min metodkritik har jag utgått från Carlström & Carlström Hagman (2006) litteratur *Metodik för utvecklingsarbetet och utvärdering* när det gäller analys kring metodens validitet, reabilitet, tillförlitlighet och kvalitativa studier.

Enkätens utformning har en blandad struktur vilket är mestadels av kvalitativ art. Bakgrundsvariablerna är däremot av kvantitativ art och anger klassificeringar. Även några frågeställningar i enkäten är kvantitativ art. Mestadelen av enkäten är kvalitativ då respondenternas anger mer utförliga svar.

Enkäten innehåller många frågor inom ett bredare område kring ungdomars livsstil och klädstil. Svaren från respondenterna är tillförlitliga eftersom jag inte har kunnat påverka svaren, eftersom enkäten har gett möjlighet för respondenterna att själva skriva kommentarer till de flesta frågor. Däremot svarade inte alla respondenterna på alla frågor eller lika utförligt som andra, vilket gör att tillförlitligheten inte blir exakt, men i det stora hela är andelen bortfall inte stort. Det var några respondenter som har valt att inte svara på alla frågor i enkäten, vilket gör att svarsfrekvensen inte är hundra procentig. Däremot har många respondenter svarat utförligt på många frågor. En del bundna frågor skulle ha krävt en följdfråga för att få ett mer utförligt svar. När

det gäller respondenternas citat har jag citerat exakt vad de har angett i svaret och jag har inte ändrat på något citat. Vilket gör att citaten är tillförlitliga och noggrant utfört.

Som motvikt till respondenternas programval på den kommunala skolan valde jag att genomföra enkätundersökningen på en privat skola, där de går teknikprogrammet, där respondenterna kanske inte har lika självklart och stort intresse utav kläder och mode som de som går på hantverksprogrammet.

Observationernas validitet är inte hög eftersom observationerna inte skedde vid upprepade tillfällen, utan vid ett par olika tillfällen och på ett par olika platser. Datasamlingsmetoderna är i form av observationer där anteckningar har skett till viss del kvalitativa. Jag har valt ett par olika skolor från ett par olika platser och med elever från olika program, vilket ger bra tillförlitlighet.

Min analys av metodval när det gäller den ena enkätundersökningen på den kommunala gymnasieskola, är att jag fanns på plats när undersökningen genomfördes, vilket ger respondenterna möjlighet att få svar på oklarheter kring enkätundersökningen. Däremot var jag inte på plats när enkätundersökningen genomfördes på den privata gymnasieskolan, då den genomfördes och ”övervakades” av en annan person. Även om personen i fråga har blivit insatt i enkätens och frågornas utformande och hur undersökningen ska utföras kanske förmedlaren inte kunde ge svar på alla frågor som uppkom.

Det som kan ses som negativt med en enkätundersökning jämfört med en intervju är att frågorna kan misstolkas av respondenten, vilket inte sker på samma sätt vid en intervju eftersom det då går att ställa följdfrågor vid intervjutillfället. Vid en enkätundersökning kan utfallet bli att alla frågor inte besvaras, utan vissa frågor hoppas över, vilket kan vara ett medvetet eller omedvetet val av respondenten.

En intervju ger oftast mer utförliga svar i en undersökning då det finns chans att ställa fler följdfrågor. I en enkätundersökning kanske respondenten inte förstår frågan, de kanske inte vill skriva utförligt svar och de kanske inte heller vill dela med sig utav den informationen som jag önskar få fram. En personlig intervju kan därför vara mer tillförlitlig.

En enkät kan ge visst bortfall på vissa frågor och feltolkningar av frågor. Jag har försökt att formulera frågorna så att de passar ungdomarnas språk och uttryck. Ett annat bortfall kan vara att respondenten inte svarar på alla frågor och det kan bero på att de kanske tycker att enkäten innehåller för många frågor, vilket kan göra att de tröttnar i slutet av enkäten och att de då inte ger så utförligt svar som man förväntar sig på de sista frågorna.

För att få ett ännu mer tillförlitligt resultat anser jag att jag borde utfört undersökningen på fler personer. Dessutom skulle jag ha gjort en djupintervju med några ungdomar på de frågor som jag har märkt kräver mer ingående och fördjupade svar.

Min datainsamlingsmetod anser jag vara mer kvalitativ än kvantitativ på grund av antalet respondenter, det större antalet frågeställningar som ger mer utförliga svar och ger en bredare information om respondenterna i enkäten.

5. Teoretiskt perspektiv

Livsstilar har samband med våra vanor, habitus och vissa livsstilar är mer eftersträvansvärda än andra. Medier producerar livsstilar och livstecken som vi kan identifiera oss med och vissa livstecken attraheras mer än andra som t.ex. klädmärken, parfym och skor. Medier är identitetsskapande för ungdomar när det gäller mode, trender, utseende, konsumtion och livsstilar och ger dem fler valmöjligheter för stilbildande.

Ungdomsstilar inspireras från olika förebilder som t.ex. artister, kamrater, bloggerskor och kändisar, som de vill identifiera sig med och vill efterlikna. Genom val av stil uttrycker ungdomar till sin omgivning vem de är och hur de vill bli sedda av andra. Stilar kan uttrycka motstånd eller samhörighet med andra i en grupp som man vill tillhöra eller tillhör. I gruppen skapas en gemensam symbolik, jargoner, musikstil, språkliga uttryck, slaguttryck och interna skämt med gemensam klädstil och symbolspråk. Genom symboler kommunicerar ungdomar med varandra och till sin omgivning och uttrycker sin stil genom olika symboler. Grupper ger vikänsla, trygghet, gemenskap medlemmarna emellan och markerar samhörighet.

Det är inte bara genom våra frisyrier och klädsel som vi kommunicerar med vår omgivning, utan det är även genom olika kroppsutsmyckningar man gärna vill exponera sin kropp för andra och vara originell eller tillhöra gruppen tatuerade. Kroppsutsmyckningar som t.ex. tatueringar och piercingar gör att man minnesmärker sin kropp på ett personligt sätt, vilket blir en del av ens identitet och livsstil.

5.1 Livsstilar

Vi blir tilldelade "... en viss del av vår identitet..." så som "... kön, familj, hemort och bostadsförhållanden, medan..." livsstilar ett friare val för människan såsom "... social bakgrund, utbildning och yrke" kommer mer av sig själv i livet. Vissa livsstilar anses vara mer attraktiva och eftersträvansvärda än andra, som vi väljer medvetet eller inte. "Vår bakgrund och våra erfarenheter präglar" vår livsstil i stora drag, men att "våra" livsstilar är systematiska produkter av habitus". Habitus eller som "Bourdieu (1989:173) kallar smaken dvs. vår benägenhet och förmåga att tillägna oss (materiellt eller symboliskt) en viss klass av klassificerade och klassificerade objekt eller

handlingsmönster” (Gripsrud 2008, s.103). Livsstilar har olika samband med våra fritidsvanor, konsumtionsvanor, matvanor etc. Medier och reklam lanserar olika produkter, livsstilar och livsstilstecken som de vill att vi ska identifiera oss med. Livstecken som anses vara mer eller mindre betydelsefulla, eller mer eller mindre attraktiva för oss människor kan vara allt från bilmärken, mobiltelefonmärken, klädmärken, parfymmer och andra skönhetsprodukter av olika slag (Gripsrud 2008, s.104). Bourdieus (Praktiskt förnuft (1994/1999) karta över – rummet av livsstilar (Gripsrud 2008, s.107). Gripsrud (2008) menar att de livsstilstecken som vi attraheras av bestäms utifrån våra sociala förhållanden inte våra individuella (Gripsrud 2008, s.104). Gripsrud (2008, s.116) menar att ”alla konsumtionsvaror som har ett värde som livstecken är också identitetstecken”. Vidare menar Gripsrud (2008, s. 116) att konsumtion ”... fungerar som signaler till andra om vilka vi är - eller kanske snarare vilka vi skulle vilja vara”. Ungdomar är en köpstark konsumtionsgrupp och medier riktar gärna reklamen till just unga.

Globala livsstilar når fler ungdomar idag mycket lättare via Internet t.ex. genom bloggar, MSN, Facebook eller YouTube. Genom dessa förställda gemenskaper uttrycker sig sedan ungdomarna i form av olika ”symboler, värden och attityder” (Lalander & Johansson 2007, s.94), men det har en stor social funktion för dem, att skapa nya kontakter eller att upprätthålla kontakter med kompisar från hela världen, oavsett geografiskt avstånd, som gör oss tillgängliga nästan hela tiden. Med dessa föreställda gemenskaper och internets utbud försöker ungdomarna identifiera sig och sedan skapa och använda olika globala livsstilar. Genom sin individuella ungdomsstil kan de ”uttrycka sin grupp tillhörighet” (Lalander & Johansson 2007, s.94). Men det ger dem också en känsla av gemenskap istället för att träffas fysiskt, vilket kännetecknar dagens ungdomsgrupper.

I dag lever vi alltmer i en simulerad värld som blandas med det verkliga levda livet. Lalander & Johansson (2007, s.95) kallar t.ex. ”vanliga” människor som deltar i olika reality shows, som sedan blir kändisar pga. av ett tv-program för ”mediala, artificiella förebilder”. Program som är exempel på detta är t.ex. Big Brother, Ung och bortskämd, Robinsons, Paradise Hotel etc. Gripsrud (2008, s.46) menar att vissa tv-program förenar oss och ger oss människor en gemensam ”... samtidig upplevelse av en händelse” för en nationell ibland global publik, vilket gör medierna till identitetsskapande.

5.2 Identitet

Identitet betyder "... en-het eller likhet" Gripsrud (2008, s.20) talar om "... två olika huvudtyper av identiteter" vilket är "... vår sociala eller kollektiva identitet..." och "... vår personliga identitet". Identiteterna sammanfaller inte nödvändigtvis, men de är "... intimt förbundna med varandra...". Kön, ålder, utbildning, yrke, intressen, om vi bor i en stad eller på landsbygden innefattar "vår sociala identitet..." och den förvärvar vi "... till en början genom andra människors uppfattning om oss och genom de kollektiva sammanhang vi ingår i..." och de "... blir mer eller mindre en del av vår egen självbild, av vår identitet" menar Gripsrud (2008, s.20). Identitet är en sammansatt självuppfattning där vi bildar "... oss någon slags uppfattning om var vi själva står, vilka vi är, vilka vi vill vara eller bli..." (Gripsrud 2008, s.18). Efter att vi har sorterat "... intrycken från våra medmänniskor och från medierna skapar vi oss uppfattningar om likheter och skillnader mellan oss själva och de andra" (Gripsrud 2008, s.18).

Det är under identitetsprocessen som vi "... kommer underfund med vem man är och vem man vill vara" menar Lieberg (Lindgren 2009, s.43). Genom att ställa frågan "vem är jag"? Vem vill jag vara? kan vi komma fram till vår personliga identitet, menar Gripsrud (2008), precis som Lieberg (2009) också menar att vi bildar oss en egen uppfattning om oss själva, vem "... vi vill vara eller bli och "... var vi själva står...", och vi kan ställa frågor som; vad är unikt med mig? Vad är det som skiljer mig från andra? (Lindgren 2009, s.43). Alla vi har olika erfarenheter, upplevelser, tankar och känslor som gör oss unika och olik alla andra människor (Gripsrud 2008, s.20).

I ungdomars identitetsprocess är det inte givet för dem om de är barn eller ungdom, de kan hoppa mellan känslorna av att bli missförstådd, övervakad, känna hopplöshet eller framtidstro, maktlöshet eller känslan av makt (jfr Aspelin, 2003; Lalander 2010, s.62). Många känslor uttrycker ungdomar antingen som svart eller vitt och det finns sällan några gråzoner där emellan.

Avgörande faktorer för ungdomar i deras identitetsarbete och för att skapa trygghet, är den plats där de har växt upp, i deras vardag, omgivna av sina kamrater (Lindgren 2009, s.87). Svenningsson (2009) tolkar Harris (1998) som menar att ungdomars relation till jämnåriga är väldigt viktigt i deras identitetsarbete eftersom de testar "...

vilka egenskaper och beteenden som ...” fungerar eller som inte fungerar i gruppen (Lindgren 2009, s.94).

Tonårsrummet är en viktig plats för ungdomar där de prövar ”... olika identiteter, stilar och uttryckformer” som de sedan förmedlar och presenterar till sin omvärld vem de är menar Lieberg (Lindgren 2009, s.47-48). Lieberg menar också att tonårsrummet både uttrycker deras självständighet, kvalitet, oberoende av förhållandet till föräldrarna, men också en plats kring ”... fostran och individualitet”. Vilket även Svenningsson betonar i sin artikel om ungdomskulturer, som visar på tidigare forskning kring flickrummet, vilket har betydelse för ungdomars identitetsarbete, där de samlas för att umgås, prata, lyssna på musik, läsa veckotidningar och har aktiviteter kring stilskapande där de experimenterar ”... med kläder, frisyrier och smink” (Lindgren 2009, s.94).

Under processen då de unga bildar sin identitet måste de komma ”... underfund med vem...” de är och vem de vill vara (Lindgren 2009, s.43) och den ”... är rumslig, att den måste ta plats någonstans”, vilket kan vara på någon offentlig plats som t.ex. på stan, skolan, ett fik, ungdomsgården, något dansställe. Många gånger märker man ungdomarnas närvaro genom deras höga skratt och utrop och det märks att de vill synas och höras och det är för att deras ”identitet måste praktiseras och förkroppsligas...” menar Lieberg (Lindgren 2009, s.43). Vilket de även visar genom deras livsstil, vilka de är eller vill uppfattas vara inför andra, genom deras klädsel, hur de rör på sig och hur de språkligt uttrycker sig etc. För att stärka sin lokala status och identitet gör ungdomen det genom sitt utseende, sin kropp och sina kläder menar Lieberg (Lindgren 2009, s.43). Andra identitetstillhörande uttryck för ungdomar är musiksmak, fritidsintressen, fritidsaktiviteter etc. Lieberg (Lindgren 2009, s.44) menar att det är vad en person gör och inte vem personen är som framträder en persons identitet.

Gripsrud (2008, s.37) menar att medier levererar ungdomskulturer och i med det stora medieutbudet som finns idag gör att de skapar fler valmöjligheter av identitetstecken för ungdomarna som t.ex. att bilda olika stilar. Vidare menar Gripsrud (2008, s.38) att de val som ungdomar gör när det gäller musikstil, klädstil, filmgenrer etc. bidrar till att de bestämmer vem de är, ”... både i egna och andras ögon”.

Ungdomars uttryck av sin stil till omgivningen är ett yttre identitetssökande, där de visar hur de ser på sig själva och hur de vill bli sedda av andra. De visar även vem de vill vara och vilken grupp de vill tillhöra och där gruppsytryck kan påverka deras val av stil. Media har en stor påverkanderoll hos ungdomar och det påverkar dem medvetet eller omedvetet, kanske då speciellt ungdomar som är mitt i sitt identitetssökande.

Globaliseringen och tillgången till internet gör att ungdomsstilar snabbare kan skapas och förändras idag. Det snabba informationsflödet gör att allt som är nytt och trendigt lättare kan fångas upp. Detta gör att ungdomen ständigt kan hålla sig uppdaterad med det senaste som är moderiktigt, trendigt och ”inne” både när det gäller kläd- och musikstilar.

Medier kan vara identitetsskapande bland ungdomar när det gäller mode, trender, utseende, konsumtion, livsstilar och kroppsfixering som även kan inriktas på genus och social klass. Detta kanske främst riktar sig till unga tjejer och kvinnor som är en stark köpgrupp bland konsumenter. Många unga tjejer tycker om att shoppa på sin fritid både i butiker och på internetbutiker. Utseende är viktigt för dem och de vill se fina ut inför andra såsom kompisar och unga killarna i sin närhet. Många gånger kan det gälla i konkurrenssyfte om killarna. För de unga tjejerna kan olika medier skapa förebilder och drömmar om en framtida livsstil, vilket kan göra att de vill se likadana ut eller bli likadan som framgångsrika bloggerskor eller ”vanliga” människor som blir kända genom att delta i olika reality shows, vilket säkert påverkar deras identitetsskapande.

Idag är det en stor trend med kroppsutsmyckningar/kropps Konst i form av t.ex. tatueringar och piercingar som pryder många kroppar, vilket har blivit en stor industri idag i form av tidningar, tatueringstugor och program på TV.

5.3 Grupper och symboler

Vad Lalander (2010) menar när ungdomar laborerar med sin identitet är att de uttrycker deras stil med hjälp av olika symboler, ”... för att visa vem ...” de är eller tydliggöra gruppens identitet och ”... för att göra gruppens gränser i förhållande till omgivningen tydligare”. Genom symboler visar gruppen till sin omgivning ”... en bild av vad gruppen anser sig vara...” och ”... de sociala band som finns mellan

medlemmarna”. Ungdomar använder symboler för att kommunicera med varandra i deras möten och för att förmedla till sin omgivning deras önskingar om makt och stolthet eller för att förverkliga deras ”... drömmar om framtiden...” (Lalander & Johansson 2010, s.32).

Vidare anser Lalander (2010, s.33) att symboler skapar en känsla av gemenskap och trygghet i en grupp och det kan ge en vi-känsla så att medlemmarna upplever likhet. Dessutom ska gruppens medlemmar agera trovärdigt inför de andra i gruppmedlemmarna och de ska kunna läsa av koderna som finns i gruppen (symboliska spel) och veta när dessa koder ska användas och i rätt sammanhang för att vara en trovärdig medlem. En grupp som kallas vi-grupp eller in-grupp behöver andra grupper de-grupper/ ut-grupper ”... för att kunna definiera sig själv” (Lalander & Johansson 2010, s.34). Genom symboler i en grupp vill man utestänga andra och ”... markera hur den egna gemenskapen skall uppfattas” och ”... denna världsbild talar om för gruppens medlemmar hur de ska se på den egna gruppen, men också hur de ska se på andra grupper” vilket kan visa sig i olika i samhällsklasser t.ex. klädstilar, val av bilar, vin, etc. eller som medelklassen i Sverige där det talas som lagom och Volvo, villa och vovve.

Ungdomar vill gärna känna att de kan påverka sina liv, känna sig fria och oberoende av andra vuxna och samhället. De vill känna sig betydelsefulla och få ”... bekräftelse på sin existens” menar Lalander (2010, s.39), vilket de kan visa i form av att de tar motstånd eller att de ”... opponerar sig mot...” någonting eller att de ”... tar avstånd från...” samhällets ideal och värderingar, vilket ger dem en känsla av makt (Lalander & Johansson 2010, s.38).

5.4 Ungdomskultur

När begreppet ungdomskultur blev känd så förklarades det med en ”... generationskamp...” och en ”... klyfta mellan ungdoms- och vuxenvärlden, nya livsformer och levnadssätt” (Bjurström 2005, s.27).

Ungdomskulturer förändras i takt med att livsvillkoren och förhållandena i samhället förändras, vilket även sker ännu snabbare idag i och med de globala mediernas utbud (Lalander & Johansson 2010, s.48). Ungdomar snappar väldigt snabbt upp nya trender,

strömningar och förändringar i samhället innan vi andra ens i samhället har märkt av det menar Lindgren (2009, s.17) tolkar Fornäs, Boethilius, Forsman & Reimer (1994), som sedan återges i form av olika ungdomskulturer. Ungdomar känner snabbare av de negativa och positiva livsvillkor "... som råder i samhället än hos andra grupper" (Lindgren 2009, s.20).

Ungdomar vill skapa sig en frizon, där de kan vara sig själva, utan krav, utan prestationer och förväntningar från samhället, hemmet och skolan (Lalander & Johansson 2010, s.50). Malin Sveningsson tolkar Ganetz (1992) som menar att det mest utmärkande dragen av ungdomskulturer är att de söker efter frirum/frizoner som kan vara "... offentliga rum, som gator och torg" för män och för kvinnor "... i shoppingcenter och på flickrummet" (Lindgren 2009, s.94) och idag har internet också blivit ett frirum för många ungdomar. Det är viktigt för ungdomarna att skapa dessa frirum för sitt identitetsbyggande arbete.

Idag talas det om en förlängd ungdomstid eller unga vuxna inom forskningen, som menas med att "... man drar ut på..." ungdomstiden eller att "... man tvingas dra ut på den fast man inte vill" (Lindgren 2009, s.36). Lindgren (2009, s.33) menar att det har en avgörande betydelse beroende på "tillgången till resurser av olika slag..." såsom t.ex. ekonomiska, sociala och kulturella. Idag krävs genomförd gymnasieutbildning och vidare studier för att få ett arbete, vilket gör att ungdomar bor längre hemma hos sina föräldrar b.la. pga. ekonomiska aspekter. Ungdomar vill känna sig fria, de vill resa och tjäna pengar. Många väntar med att skaffa sig ett fast förhållande, flytta hemifrån, skaffa bostad och bilda familj, vilket anses mer som vuxenliv (Lindgren 2009, s.35). Det är också en tid då ungdomar försöker hitta sitt inre ideal och försöker bli en egen självständig individ genom att separera från sina föräldrar och de söker "... sig ut från privat sfär till det offentliga livet" och anser Lieberg då han tolkar Fornäs (1995) (Lindgren 2009, s.44).

Utifrån ungdomars egna upplevelser i deras vardagsmiljö hämtar de inspiration till olika ungdomsstilar (Lalander & Johansson 2010, s.47). Lindgren (2009, s.15) menar att ungdomskulturer förändras "... och deras uttryck kan alltid kopplas till specifika sociala och kulturella sammanhang".

I dagens samhälle sker förändringar snabbt b.la. i och med de globala medierna och dagens ungdomskulturer visar reaktioner och svar på dagens levnadsvillkor i samhället.

Sernhede anser att ”de moderna ungdomskulturerna är uttryck för ungas behov att bearbeta sociala, psykiska, kulturella och existentiella villkor” (Lindgren 2009, s.79). Sernhede tolkar Ziehe (1982/2006) som menar ”att vara ung idag innebär att man måste finna sin egen väg in i och sin egen plats i samhället ” (Lindgren 2009, s.80).

Kommersiella krafter uppmärksammar gatans mode som de sedan är snabba med att skapa trender och mode i ett kommersiellt syfte att tjäna pengar på ungdomar och de är snabba med att fånga upp olika livsstilar som presenteras för dem för att sedan uttrycka och skapa sina egna ungdomskulturer (Lindgren 2009, s.79).

Genom att visa vilken musik-, kläd- och filmstil man tycker om visar man vem man är”... både i egna och i andras ögon” (Gripsrud 2002, s.38). I och med mediernas stora och globala utbud av bl.a. ungdomskulturer ger det större valmöjligheter för ungdomar ”... när det gäller identitetstecken...” att visa vilken livsstil de har (Gripsrud 2002, s.38).

5.4.1 Historiskt om ungdomskultur

Under efterkrigstiden på slutet av 40-talet förlängdes ungdomsperioden och ungdomar fick mer fritid och pengar, ”... vilket ledde till att de livsstilar som...” formades markerade avstånd till sin föräldrageneration (Lindgren 2009, s.13).

Lindgren tolkar Bjurström (1997) som anser att ”... vi ibland förknippar ungdomskulturens födelse med den rad av nya ungdomskulturella stilar, inspirerade av film och rockmusik, som uppkom på 1950-talet. Det var vid den tiden som begreppet tonåring blev vanligt i Sverige och till detta begrepp knöts också föreställningar om vilka egenskaper och intressen som ”tonåringarna” hade” (Lindgren 2009, s.14).

Det var på 60-talet som James Coleman från USA framförde sin forskning kring ungdomar och identitet och han menade på att ungdomars förebilder och idoler inte längre var läraren, prästen eller föräldrarna, utan istället var det olika musikartister, idrottstjärnor och kompisar som är förebilder för de unga.

Sernhede (2009) anser i sin artikel att de olika subkulturer som har skapats under åren är 40-talets jazzband och swingmusik och under 50-talet var det raggare, knuttar och rock 'n roll som gällde. Under 60-talet var det hippies och mods och på 70-talet var

det punkstilen. Under 80-talet var det populärt med rejvpartyn och ecstasydroger, skinnskallar, hiphopkulturens rappare och ungdomsgrupper som var graffittimålare (Lindgren 2009, s.79). På 90-talet var det skejtare.

1970-talet forskning kring ungdomskulturer på universitetet (CCCS) Centre of Contemporary Cultural Studies i Birmingham, England har bidragit att vi har ökat våra kunskaper inom ungdomsforskningen och speciellt kring identitet och subkulturer i dagens samhälle (Lindgren 2009, s.80).

5.4.2 Motkultur och subkultur

Forskningsinstitutet CCCS (Centre of Contemporary Cultural Studies) på universitetet i Birmingham, England forskade kring hur ungdomars vardags- eller gatukulturer” uttrycktes och de delades sedan in ”... i två huvudgrupper: motkultur och subkultur” (Lindgren 2009, s.81). Subkulturen har sina rötter i arbetsskassen medan motkulturer har sina rötter i medelklassen.

Subkulturer träffas på fritiden och arbetar i vanlig mening, men de uttrycker kritik mot rådande samhällsformer men tar ändå inte avstånd från föräldrakulturen. Vad som är utmärkande för subkulturer är att de skapar egna stilar med sina egna klädkoder och symboler som uttryck. De har sin musiksmak och dansstil och de använder sina språkliga slaguttryck anser Sernhede (2009) då han tolkar Hebdige (1979) (Lindgren 2009, s.81).

Svenningsson (2009) tolkar Hebdige (1979) en sociolog och medieforskare, att den subkulturella stilen är en ”... stilmarkör som bär på en mängd budskap...” (Lindgren 2009, s. 99).

Sernhede (2009) menar att det under 60–70-talet inspirerade subkulturella stilar många ungdomar internationellt såsom punk, hårdrock, mods och reggae från London och hiphopkulturen som har sitt ursprungliga säte i Los Angeles svarta kvarter vilket har inspirerade många andra förortsungdomars dans-, musik- och klädstilar (Lindgren 2009, s.84).

”En motkultur har sina rötter i medelklassen och hit...”räknar man ”... hippierörelsen, 60-tals studentrörelse och 80-talets BZ-aktivister och

husockupanter...” och till subkulturen räknar man ”... teddy boys, mods, rockers, skinheads och de svenska raggarna” (Lindgren 2009, s.81).

En motkultur tar avstånd till samhällets kultur. De är kritiska mot samhället, samhällets institutioner, politiken, familjen och de kritiserar lönearbetet och uppdelningen mellan fritid och arbete. Sernhede (2009) tolkar Hebdige (1979) som menar att de utgör ”... förslag till alternativa livsformer där de experimenterar med nya samlevnadsformer”(Lindgren 2009, s.81).

5.5 Olika ungdomsstilar

Olika stilar handlar om symboler som bärs och symboliska handlingar som utförs och det kan vara olika klädstilar, olika slanguttryck, musikstilar, interna skämt, där ungdomar idag påverkas globalt medvetet eller omedvetet av olika medier. Ungdomar hämtar sin stil från olika kamrater, artister, förebilder eller idoler där de vill ”... likna det man vill identifiera sig med...” och det kan även vara att ”... bearbeta olika typer av förhållanden och problem man möter i sin verklighet” (Lalander 2010, s.49).

Genom att läsa av ungdomsstilar så får vi ”insikt i ungdomarnas värld” och det samhällsförhållande som råder (Lalander 2010, s.53). ”Genom stilen uttrycker man vem man är eller vill vara och stilen är både ett uttryck för motstånd och en önskan att höra samman med andra” (Lalander 2010, s.53).

Idag tenderar vissa ungdomsstilar så som bohem, fashionista, emo, volvoraggare, rockare, stekare/brats, skejtare, casual, fjortis och Lolita. Genom symboler, färger, klädstil, frisyrier och accessoarer uttrycker de till sin omgivning vilken grupp av ungdomsstil de tillhör. Även musik har betydelse för grupptillhörighet. Idag ser vi en personlig och varierad stil på ungdomarna, men den stil som är mest vanligt bland de flesta ungdomar är casual. Dagens ungdomsmode kan ses som lite ”slappt”, det vill säga avkopplat mode och med plagg som Hood-tröjan (huvtröja), joggingbyxa vs. mjukisbyxan, Baggy-jeansen och One-Piece som har haft stor genomslagskraft på 2000-talets ungdomar. ”Ordet ”chilla” dvs. att ta det lugnt, används bland ungdomar idag, vilket passar in på de plaggtyperna och vilket säkert hänger samman med dagens ungdomskultur”.

Här nedan beskriver och tolkar jag några utav de stilar närmre som tenderar bland ungdomen. Det finns givetvis fler stilar, men jag har valt att beskriva följande:

5.5.1 Emo

Axén (2010, s.19) menar att begreppet Emo inte är känt men att det anses som nedsättande och att det kan "... användas nedsättande, rent av som en förolämpning. Utanförskapet och känslan av att vara missförstådd har sedan dess varit en hörnsten i emokulturen".

Axén (2010, s.20) kallar deras klädstil mer som fashioncore och att det "... påminner om goth- och postpunkmode". Deras stil är ett unisex mode där både killar och tjejer kan ha nitbälte och bära makeup" (Axén 2010, s.20). Makeupen är svart kajalpenna runt ögonen. Nitbältena är svarta med silvernitar på och en del har kedjor som hänger på höften. Andra accessoarer som de bär är tygväskor och militärbälten.

Vanligtvis bär emosar "... smala och tajta kläder..." t.ex. tvärrandiga tröjor eller "... t-shirts med bandtryck" och svarta stuprörsjeans som kan vara av märket Cheap Monday. Vissa tjejer kan bära tyllkjolar. Emo klär sig gärna i svarta kläder och de har även inslag av någon annan accentfärg som typ knallrosa, turkost, neongrönt eller blått. De kan även bära randiga tröjor i svartvita eller rödvita ränder. På fötterna bär de skor av märket Converse, som är av den höga modellen eller Vans och en del bär Dr. Martin kängor.

De kan ha svartfärgat hår och en del har även rosafärgat hår. En del färgar håret i olikfärgade slingor. Vanliga frisyror är att de har rakt svart hår som ofta är asymmetriskt dvs. med "... en lång snelugg döljer ögat..." menar Axén (2010, s.20).

Emosar syns i folkmängden, fast de egentligen kanske inte vill synas. Deras inställning till livet är att hålla sig borta från mode och trendernas ideal, men de utmärks ändå. Myt eller fördom är att de vill ha uppmärksamhet på något sätt, att de är deprimerade, de skär sig och lyssnar på deppig musik som t.ex. punk. Vidare menar Axén (2010, s.17) att "emokulturen har ofta förknippas med kärleksproblem, depression, ångest och utanförskap". Det finns fördomar kring emosar som t.ex. att "... de skär sig och begår självmord" (Axén 2010, s.17). Vilket även Axén (2010, s.17) anser då han menar att "emo är ursprungligen en förkortning av emotional hardcore, en undergenre till

hardcorepunk, där både texter och framförande uttrycker mycket starka, oftast negativa känslor”.

5.5.2 Rockare

En rockare har oftast tajta kläder i form av tajta stuprörsjeans, mestadels i svart färg, men kan även vara blå. De bär t-shirt med olika ”band-tryck” dvs. ett tryck med sitt favoritband och en kort, tajt, svart skinnjacka eller en blå jeansjacka. På fötterna bär de vanligtvis Converse skor av den höga modellen. En rockare bär gärna pilotglasögon med spegelglas och de kan även bära en bandana (typ snusnäsdud) som är virad rund huvudet som ett pannband eller så ser man att det hänger den ur bakfickan eller så knyter de den runt ena låret på jeansen. En del har även kedjor hängandes från jeansens hållor.

5.5.3 Fashionista

En fashionista klär sig i den allra senaste utstyrseln och de hänger med i modets svängar och de lever efter trender. De följer de senaste modetrenderna och kändisbloggar kan inspirera dem i deras klädval och de följer den senaste trendinformationen från olika medier.

5.5.4 Bohem

Bohem även kallad ”esteter” av en del ungdomar, eftersom att bohemer oftast går på estetiska gymnasieprogram. Det sägs att de syns och hörs. Bohemer har en egen klädstil som sticker ut i mängden, men de följer inte modet, utan de har en väldigt egen stil. Kläderna är gärna färggranna och de kan bära en fjällräven ryggsäck. En del bohemer kan ha dreadlocks frisyrer.

5.5.5 Raggare - volvoraggare

Enligt Axén (2010, s.150) är ”Raggarna är en genuint svensk tolkning av den klassiska rock- och rockabillykulturen som uppstod på 50-talet”. Dagens benämning på raggare har idag ett annat uttryck än tidigare och det är ”volvoraggare”.

Idag lyssnar även ”volvoraggare” på Eddie Meduza, precis som förr. ”Rockmusik med tillhörande mode har alltid varit en del av raggarkulturen...” (Axén 2010, s.150).

Idag finns det en viss likhet mellan dagens volvoraggare och dåtidens raggare när det gäller att köra runt och ragga i stan eller byn, men idag kör de omkring med sina stylade ”makeover” volvobilar. Förr åkte raggarna omkring i bilar som Amazon, amerikanare och Volvo 242:a (Axén, 2010, s.252), medan de i dag kör omkring i en Volvo 940, Volvo 740 eller en Volvo 850 års modell. De som inte är 18 år fyllda, kör oftast omkring i en A-traktor dvs. en EPA-traktor. Även idag kan man se plyschtärningarna dingla i framrutan och man känner doften Wunderbaum, en doftgran, i bilen, vilket är en populär ikon för raggare. ”Ronny och Ragge” var populärt tv-program på 1990-talet som ger en känslan av vad en typisk raggare var under det årtiondet.

Förr bar raggare jeans med gällivarehång, jeansjacka, jeansväst eller skinnväst. Idag bär en volvoraggare t-shirts eller en rutig skjorta. De har vanligtvis en större jacka med lite bredare ärmar, det är en typ av vindtygsjacka eller i munkjacksmodell, även kallad Red Bull jacka eller volvojacka. De bär oftast jeans som har lite häng där bak, men inte överdrivet gällivarehång som det var förr. Man kan se en snusdosa i bakfickan. Vanligtvis bär de skejtar- gympaskor som är lite bredare och plattare i sin modell. En del kan även ha boots eller svarta jobbarskor med stålhätta. ”volvoraggare” har baseball keps med skärmen uppvikt bakåt eller en vanlig keps, även den med skärmen uppvikt bakåt (det ser ut som en ihoprullad tidning, enligt en ungdoms kommentar om volvoraggare).

5.5.6 Stekare – brat

Vad som kännetecknar en stekare/brats är att de bär märkesvaror som är trendigt för tillfället och att de lyxkonsumerar. Det är viktigt för Stekarna/bratsen att komma in och hänga på det rätta ineställena i Stockholm. På sommaren åker de till Visby på den s.k. ”Stockholms-veckan” eller på ”tennisveckan” (Swedish Open) i Båstad. De som har gott om pengar åker även senare till Ibiza eller Saint Tropez. Då lever de som livsnjutare och festar loss medan pengarna och champagnen flödar. Det är även vanligt att de ”vaskar” champagne dvs. att de håller ut champagnen istället för att dricka den. Det är viktigt för stekare/brats att ”... klä sig snobbigt, dyrt och modernt, gå på dyra

klubbar och spruta champagne” och de tycker att de är ”... fin, förnäm och förmer” menar Axén (2010 s.175). När det gäller musikstilen så är det allt som är ”... trendigt för stunden...” (Axén 2010, s.175).

Ambjörnsson (2011, s.147) menar att brats eller s.k. stekare eller stureplanskillar tillhör vissa i ”... överklassen som gillar att synas, festa, spendera pengar och spruta champagne”. Vidare menar Ambjörnsson (2011, s.146) att ”en allmän föreställning är ...” att överklassmännen bär rosa färger på sina kläder och ”söker man på ”stekare” eller ”brats” på nätet är kopplingarna till den ljusrosa färgen i det närmaste obligatoriska” (Ambjörnsson 2011, s.148). Vidare menar Ambjörnsson (2011, s.147) att ”i populärkulturen är den festande överklasskillen i det närmaste synonym med den rosa färgen”.

Ambjörnsson (2011, s.148) menar att stekarkulturen är ”... en form av subkultur, som inte enbart inkluderar överklassungdomar”. Genom rätt klädsel, dyr livsstil och rätt kontaktnät kan även människor från andra samhällsklasser inkluderas i det sociala sammanhanget”. Ambjörnsson (2011, s.148) tolkar ”historiken Kekke Stadin, som undersökt brats- och stekarkulturen ur ett historiskt perspektiv, som drar paralleller till andra grupper av män ur samhällets övre skikt, som gjort sig kända för sin utstuderade klädstil och sitt utseende”. ”Omvänt har en extravagnat, färgglad klädstil varit ett sätt för överklassen att avgränsa sig från medel- och arbetarklassen” menar Ambjörnsson (2011, s.149). Ambjörnsson (2011, s.216) tolkar Kekke Stadin (2010) att ”kopplingen mellan stekarkulturen och den rosa färgen...” på ”... 2000-talet och framåt blivit en färg som markerar ekonomisk välgång. Den ljusrosa färgen på en man symboliserar pengar, rikedom och stil” (Ambjörnsson 2011, s.149).

I Sveriges äldsta studenttidning Lundagård skrev Jacob Alasfoor en artikel i studenttidningen om stekare/brats. Alasfoor ser dem som arroganta och överlägsna i sitt sätt och han menar att deras stil kännetecknas av att de har bakåtslickat hår, tighta jeans med pikétröjor (www.lundagard.se).

I en artikel i Aftonbladet som Josefin Sköld skrev året 2010 om brats/stekare anser hon att det är stereotypa könsroller som gäller för ”killarna bjuder och tjejerna tar emot”. Många av de unga arbetar resterande av året för att kunna vara med på livsnjutarveckorna på sommaren i Båstad och spendera pengar, festa och omge sig med vackra tjejer/kvinnor.

Idag kallas de ”wanabe” -brats, eftersom de inte är de ursprungliga bratsen. Ursprungsbratsen kommer på 1990-talet från Stureplan i Stockholm. Kungabarnen blir stilikoner för många unga med sina märkeskläder och bakåtslickade frisyrier. Bratsens livsstil speglar sig då i pengar, fester och att omge sig kring vackra kvinnor. De bär dyra märkeskläder och klockor. Pengarna kanske de inte själva har tjänat utan det är deras föräldrars pengar som de spenderar. Det sägs att ursprungsbratskulturen inte finns på samma sätt idag, eftersom kulturen har spridit sig ut i landet och är inte så unik längre. Sköld menar att det idag är mer en wanabe-bratskultur bland unga människor.

5.5.7 Golddigger

Golddiggers för mig tanken till Paris Hilton som är en förebild för de kvinnliga bratsen, även kallad botoxbimbo. En livsstil med höga konsumtionsvanor och dyra märkeskläder, där kvinnorna kan utnyttja män för att få sin dyra livsstil tillfredsställd.

5.5.8 Casual

Engelska ordet casual betyder att man är klädd för fritid/vardag och att det är en ledig klädsel. De ungdomar som klär sig casual bryr sig inte om modet till hundra procent, utan de använder sig utav det som de tycker om och vad de tycker är snyggt. Deras stil är inte utstickande och märks inte på något sätt utan deras stil är mer en vanlig bekväm klädsel.

5.5.9 Skejtare

Att skejta anses inte som en sport utan det är mest en aktivitet ”... för åkaren själv” (Axén 2010, s.165). Vidare menar Axén (2010, s.165) att skejta är ”... visuellt uppseendeväckande: Tricks, konster och halsbrytande hastighet”. Axén (2010, s.163) menar att ”det lär ha varit surfare som först konstruerade skateboards för att fördriva tiden i väntan på bättre vågor och under lågsäsong” och att skejtare kommer från USA i ”... mitten på 70-talet”. Idag finns det skejtparker och skejtarklubbar i de flesta samhällen och stort utbud av skejtarfilmer som ungdomarna själv filmar och lägger ut på YouTube.

När det gäller skejtarens stil ska det vara vissa speciella "... märken på skor, kläder och brädor" (Axén 2010, s.165). Vissa märken har även blivit kända för andra ungdomar som inte skejtar som t.ex. märket Sweet som finns på bl.a. tröjor och mössor.

Ambjörnsson (2011, s.146) menar att "... färgglada kläder och accessoarer som används inom ungdomligt kodade sporter som snowboard, skateboard och surfing" och "... att sportvärld kan fungera som en kulturell frizon – en plats som rymmer större möjligheter för män att klä sig i färg...".

En skejtare använder baggyjeans som är en större och pösigare modell med lite "häng" där bak, kamouflagebyxor eller mjukisbyxor för att lättare kunna röra sig när de skejtar. De använder ofta en större t-shirts och huvtröja eller en kortärmad tröja ovanför en långärmad tröja. Axén (2010, s.166) anser att skejtarna använder grälla färger, motiv eller mönster på sina kläder. Motiven kan vara palmer, solnedgångar eller dödsallar.

Som huvudbonad använder de en mössa eller basebollkeps, där skärmen är bak som huvudbonad (Axén 2010, s.165). Har de någon väska så är det en ryggsäck. Vanligtvis bär de skejtar- gypaskor som har lite bredare och plattare sulor i sin modell "... för att de bra fäste på brädan" (Axén, 2010, s.165) eller sneakers. Axén (2010, s.166) menar att skejtare kan använda "... nitarmband och bälten samt halsband av fejkade hajtänder som en blinkning till de surfande förfäderna".

Deras frisyr kan se lite ovårdad ut, okammat och är oftast lite längre (Axén 2010, s.166). Skejtare lyssnar på fartfylld musik som passar bra att skejta till som t.ex. Dupstep och artisten Skrillex.

5.5.10 Fjortis

Fjortis är vanligtvis en benämning på ungdomar i högstadieåldern och behöver inte vara fjorton år utan det är tjejer som har omoget beteende. De är stereotypiska med brunkräm i ansiktet och ofta blonderat långt hår. Håret har volym och är oftast touperat. Fjortisar bär mycket smink med foundation eller Idominsalva på läpparna, så de ser vitaktiga ut. De har oftast utmanande klädsel och är modemedvetna. De visar sitt dekolletage i tajta linnen och de bär korta kjolar med strumpbyxor till (kan även vara hål i strumpbyxorna).

Motsvarande till tjejernas stil fjortis är killarnas stil PJ eller Täbbs. PJ kallades killar utanför förorten Partille som är en medelklassförort i Göteborg. ”PJ” betyder Partille-Johnny som är en slags subkultur. En PJ är som en motsvarande till en kvinnlig fjortis. Det var under 2009 som killmodet spreds i landet bland de unga killarna. Det sägs att ursprungsstilen kommer från arbetarklassen i New Jersey USA och kallas för ”guidos” eller ”Jersey trash” som har italienska rötter. I Stockholm kallas stilen ”Täbbs” efter förorten Täby. Stilen är en blandning av rockarstil och bratsstil.

En PJ kille bär ofta pikétröja med ett par färgade chinos eller jeans i baggymodellen. De har ett flertal hårtofsar/hårnoddar, kan vara upptill ett 20-tal, i flertal färger som är virade runt smalbenen utanpå byxbenen. Byxorna är instoppade i ett par vita tubsockor. De bär olika tygskor på fötterna. De har mycket vax i håret och spray som gör att håret står ut och spretar åt alla håll. De har gärna ett par solglasögon till sin outfit. De har även en bandana knutet runt vaden eller runt huvudet som ett slags pannband. Märkena på jeansen ska gärna vara Evisu jeans eller chinos från Fred Perry. Jeansmärket Evisu är japanskt och grundades i slutet på 90-talet. Deras logotype är i form av en fiskmås. Namnet Evisu är uppkallad efter en buddistisk gud vid namnet välstånd.

Precis som fjortisar använder foundation, brunkräm eller brun utan sol i ansiktet för att se sommarbruna ut och de har idominsalva på läpparna som gör dem rosavita till färgen, använder även PJ detta också (artikel i Expressen av Kazmierska).

5.5.11 Lolita

Lolita kommer ursprungligen från Japan och är en subkulturell stil som uppkom på 1990-talet. Ambjörnsson (2011, s.119) anser att ”den bärs huvudsakligen av unga kvinnor och kan beskrivas som en anakronistisk blandning av spets och krinoliner, viktoriansk oskuld och platåskor, bahytter och peruker...”. Vidare tolkar Ambjörnsson (2011) ”... modevetaren Masafumi Monden...” som menar att Lolita i Japan tolkas ”... mot bakgrund av kawaii (japansk estetik, kvalitet i japanskt mode t.ex.), med dess associationer till barnlighet, naivitet och gullighet. Excesserna i rosa bahytter, spetsbeprydda handväskor och krinoliner...” (Ambjörnsson 2011, s.119).

5.6 Kroppsutsmyckning/kroppskonst

Det har blivit populärt med kroppsmyckningar och vi ser allt oftare fler ungdomar som pryder sina kroppar med diverse kroppskonst/kroppssmyckningar, som ger sig uttryck i piercing och tatueringar. Vi ser var och varannan ungdom som har mer än ett hål i örat och flera tatueringar på kroppen. Det ska helst vara en tatuering som är olik den andres, gärna på en annorlunda placering på kroppen, där ingen annan kompis tidigare har tatuert sig. Många ungdomar har piercing i navlen, näsvingen, tungan, bröstet, ögonbrynet eller på läppen. Tatueringar och piercingar har blivit lite av en masshysteri eller en masspåverkan, och många skaffar sig gärna mer än en tatuering/piercing redan i ung ålder. Tidigare har inte tatueringar ansetts som föredömligt och har inte heller haft den statusen som det är idag bland ungdomar. Förr såg vi mest tatueringar på sjömän och vi förknippar gärna tatueringar med fängelsefångar, hårdrockare och Mc-gäng, men idag har kroppskonsten/kroppssmyckningen fått en större utbredning och betydelse för dagens ungdom. Tatueringar ger en grupp en "... känsla av samhörighet och gemenskap..." vilket även blir en del av deras livsstil (Svensson, 1997, s.98). Idag finns det tatueringssässor och det visas tatueringssprogram på TV. Det finns tatueringssböcker och tatueringstidningar att tillgå. Svensson (1997, s.94) menar att tatueringar är ett tecken på "... tillhörighet och innanförskap..." i en grupp, där vi känner social tillhörighet, gemenskap, samhörighet och där vi genom våra tatueringar markerar vår önskan om att vi är annorlunda eller "... betydelsen av att tillhöra en grupp..." om inte annat "... markera tillhörigheten till gruppen tatuerade" (Svensson 1997, s.96).

Svensson (1997, s.109) menar att vi människor emellan kommunicerar med våra kroppsuttryck i form av olika kroppsutsmyckningar, vilket "... ofta kombineras med andra kroppsliga självständighetsmarkering såsom..." frisyurer, klädsel, tatueringar och piercingar (Svensson 1997, s.108). Användandet av piercing är ett sätt att uttrycka sig kroppsligen och ett slags kommunikationsmedel människor emellan. Piercing är ett sätt att exponera sin kropp för andra människor. Svensson tolkar Simmel (1981:206) som menar att många vill synas i mängden, väcka uppmärksamhet och vara olik någon annan, vilket är en strävan mot att vara originell (Svensson 1997, s.127). Både piercing och tatueringar sänder signaler till omgivningen, som är ett slags minnesmärke som är personligt. Tatueringar är en bild som kan ha en symbolisk innebörd och som

uttrycker något och som blir en del av ens identitet. Svensson menar att en tatuering kan vara att man vill synas för betraktaren och många inspireras av artister och skivomslag som motiv i sina tatueringar.

Svensson (1997, s.94) menar att "... kroppsliga tecken avslöjar bärarens sociala tillhörighet..." och hon tolkar Featherstone (1994:57) som menar att "dessa tecken är grundläggande för vår förståelse av andra och för hur vi lokaliserar varandra i det sociala rummet". Vidare menar Svensson (1997, s.94) att "människans sociala tillhörighet bestäms till stor del av hur kroppen uppvisas det sociala rummet".

Tatuering har ansetts som en rituell handling och " huden var i förmoderna samhällen en viktig yta för markering av social status och övergången mellan olika livsfaser" (Svensson 1997, s.94). Det finns olika orsaker till varför man tatuerar sig och det kan t.ex. vara "... att man vill markera en övergång till något nytt i livet" och det "... kan vara i samband med..." t.ex. förlovning, giftemål eller barnfödelse etc. Det kan också vara att man vill uttrycka en vändpunkt i ens liv eller en omstart från en kris och genom att tatuera sig "... markerar detta med en symbol för ett nytt skede" (Svensson 1997, s.94).

När ungdomar tatuerar sig kan det handla om "... en övergångsrit till vuxenvärlden..." där de "... markerar att de gör som de vill och antar en ny social identitet" (Svensson 1997, s.94).

6. Resultat och analys

I resultat och analysen kommer jag att presentera de delar av enkäten som har anknytning till mitt syfte och mina frågeställningar. Först följer en resultatdel och därefter en analysdel till varje delområde. Enkätundersökningen syftar till att få reda på ungdomars syn på vilka ungdomsstilar som råder i samhället och hur de ser ut.

6.1 Bakgrundsfakta till enkätundersökningen

Frågorna i enkäten har både öppna och bundna svarsalternativ. De bundna svarsalternativen har några alternativ till svar, vilket ger en grövre indelning av undersökningspersonerna. De öppna svarsalternativen ger utrymme för respondenten att skriva mer utförligt svar på frågan som berörs. Till de flesta frågor finns det möjlighet för respondenterna att skriva kommentarer till varje fråga. Det är sammanlagt 32 stycken respondenter som har svarat på enkätundersökningen. Det är övervägande tjejer som har svarat på enkäten vilket är 27 stycken och fem stycken killar i antalet i åldern mellan 16-20 år. Det är en respondent som inte har fyllt i sin ålder. De flesta respondenter går på gymnasieskolan vilket är 30 stycken respondenterna och det är två stycken av respondenterna som går hantverksprogrammets vuxenutbildning på en utav gymnasieskolorna. Undersökningen har utförts på ett par gymnasieskolor, en i en mindre stad och den andra i en större stad i södra Sverige.

6.2 Analys av enkätundersökningen som helhet

Nu i efterhand anser jag att fler frågor skulle ha haft bundna svarsalternativ, vilket hade underlättat sammanställningen av enkäten. Samtidigt ger öppna svarsalternativ ett mer individuellt svar av ungdomarnas tankar och det kan ge mer information. Vid bundna svarsalternativ hade man kunna sammanställa svaren på frågorna i diagramform. Antalet frågor skulle minska och även inrikta sig mer på enbart mina frågeställningar, vilket hade underlättat bearbetningen av enkäten. Enkäten skulle även ha fokuserat mer mot mina frågeställningar. Däremot kan enkäten användas i ett annat sammanhang för vidare studier kring medier, intressen och fritid. Samtidigt som det ger mig en större bild av respondenterna som ungdomar.

6.3 Bakgrundsvariabler

Det är 50 % (16 stycken) av respondenterna som är 18 år och ungefär 34 % (11 stycken) som är 17 år. Två respondenter är över 20 år. En respondent är 19 år och en respondent uppger inte sin ålder.

Alla 32 respondenter utom två går på gymnasiet. De eleverna som inte går på gymnasiet är två kvinnor som är över 20 år och går på hantverksprogrammets vuxenutbildning. De fem killar som svarar på enkätundersökningen går på teknikprogrammet.

Det är ungefär 41 % (13 stycken) av gymnasieeleverna som anger att de går på hantverksprogrammet och det är 34 % (11 stycken) som går på teknikprogrammet. Det är ett par stycken som går naturvetenskapligt program och tre stycken går samhällsprogrammet. En elev går omvårdnadsprogrammet. Det största antalet respondenterna går huvudsakligen på hantverksprogrammet och teknikprogrammet.

53 % av respondenterna (17 stycken) anger att de bor i ett mindre samhälle i södra Sverige och 44 % (14 stycken) anger att de bor i en stad i södra Sverige. Det är en respondent som inte anger var hon/han bor.

De flesta av respondenterna ungefär 60 % (19 stycken) anger att deras föräldrar är gifta. Det är 28 % (9 stycken) har föräldrar som är ensamstående. Det är två stycken respondenternas föräldrar som är särbo respektive sambo.

Alla av respondenterna har syskon. Hälften (16 stycken) av respondenterna har ett syskon, ungefär 31 % (10 stycken) har två och 19 % (5 stycken) har tre syskon var.

När det gäller föräldrars utbildning finns det möjlighet för respondenterna att ange både moderns och faderns utbildning. Det är tre stycken respondenter som inte vet vilken utbildning deras föräldrar har. Ytterligare tre stycken anger att deras föräldrar saknar utbildning. 69 % (22 stycken) av föräldrarna har gymnasial utbildning. Ungefär 41 % (13 stycken) nämner att deras föräldrar har utbildning på högskola/universitet. 38 % (12 stycken) anger att deras föräldrar har gått grundskolan. Två respondenter har föräldrar som är självlärda eller har lärlingsutbildning.

Det är 97 % (31 stycken) av respondenterna anger vad föräldrarna arbetar med eller om de studerar. En respondent väljer att inte svara på frågan och en annan anger att deras föräldrar studerar på distans. Några respondenter anger vilket företag deras föräldrar arbetar på medan andra anger bara föräldrarnas yrke.

Fyra föräldrar är chefer av olika slag och 3 stycken har egna företag. Andra arbetar inom sjukvården som läkare, sjuk- och undersköterskor. Några är kommunanställda och många arbetar inom fritids- och barnomsorgen. Det är ungefär 25 stycken olika yrken som nämns t.ex. hovslagare, it-tekniker, revisor, fotograf, frisör, projektledare samt konst- och antikvitetsförsäljare.

När det gäller föräldrarnas inkomster finns det möjlighet för respondenterna att ange både moderns och faderns inkomstgrad. Dessa kan naturligtvis ha olika inkomster i familjen. De flesta av respondenterna anser att deras föräldrar är medelinkomsttagare (29 stycken). Fyra stycken anser att deras föräldrar är höginkomsttagare och någon noterar att föräldrarna är låginkomsttagare. En respondent väljer att inte svara på frågan.

Det är 72 % (23 stycken) av respondenterna som bor i villa, 19 % (6 stycken) som bor i lägenhet och resterande 9 % (tre stycken) bor i radhus. En respondent anger att hon/han är inneboende, vilket hon/han själv har lagt till som svarsalternativ.

Min analys av ”bakgrundsvariablerna” visar att de flesta respondenter bor i villa. När det gäller boendeform saknas alternativ som t.ex. inneboende eller studenthem. Det finns alltid inflyttade studenter som kommer från en annan ort eller kommun.

Ett svarsalternativ som saknas är växelvis boende eftersom det numera är en vanlig boendeform för barn och ungdomar. Rubriken uppväxtmiljö kan distrahera respondenterna då de ska svara på: ”Var bor du? Det kan bero på att någon respondent tolkar det som ”var du bodde då du växte upp som barn”. För att få mer struktur på enkäten skulle jag till frågan ” Bor ni i” haft alternativen: lägenhet, villa, radhus, studenthem eller inneboende under samma rubrik och inte under rubriken social grupp. För att få extra svar angående föräldrarnas utbildning, skulle frågan varit formulerad så att svaret ger både moderns och faderns utbildning var för sig. Som frågan är formulerad är det inte lätt att tolka respondenternas svar på föräldrarnas status. Detsamma gäller även föräldrarnas yrke där det inte går att utläsa om det är

moderns eller faderns yrke som respondenten anger. Det finns dock en del respondenter som anger moderns och faderns yrke var för sig. När det gäller antalet syskon skulle jag haft bundna svarsalternativ på den frågan för att underlätta sammanställningen av enkäten.

6.4 Shopping internetbutiker

Det visar sig att de flesta ungefär 80 % (25 stycken) av respondenterna handlar kläder på internet och det är 16 % (fem stycken) som inte gör det. Ett par respondenter väljer att inte svara på frågan.

De vanligaste internetbutikerna som respondenterna handlar kläder ifrån är www.nelly.com och www.hm.se. Det är ungefär 53 % (17 stycken) som anger att de handlar på Nelly.com och det är 47 % (15 stycken) som väljer att handla på H & M som internetbutik. Andra populära internetbutiker är: Gina Tricot, Ellos, Ebay, Haléns, Tradera, Swedenrockshop.se. En respondent som anger att han/hon handlar på www.hypersports.nu för de har olika ”paintballgrejor”.

Det är ett par respondenter som kommenterar frågan med följande: "Jag brukar titta på sidor som nelly.com och hm.se" och en annan kommenterar att de ibland handlar ifrån internetbutiker och jag citerar: "Ibland, men inte ofta".

”Den moderna ungdomskulturen har alltid varit intimt men samtidigt obekvämt sammankopplad med marknadskrafterna och dess ström av produkter, varor och tjänster” (Axén 2010, s.9). Axén (2010, s.10) anser att marknadens kraft är som ”... en mekanism som när sig på ungas kreativitet och längtan efter att uttrycka och skapa sin egen identitet”.

Analys av ”shopping på internetbutiker” visar att de flesta utav respondenterna handlar sina kläder på internet, vilket siffran 78 % visar. Det har blivit väldigt vanligt idag att shoppa på internetbutiker, vilket väldigt många av respondenterna gör. En orsak kan vara att vissa butiker inte finns i den stad de bor eller så finns inte det speciella märket/sortimentet i någon butik där de bor, som t.ex. ”paintballgrejor” som en respondent anger finns i en internetbutik (www.hypersports.nu). Det kan även vara tillgången till en butik som inte ligger i närheten av där man bor som t.ex.

Swedenrockshop (www.swedenrock-online.se), som ligger i Blekinge, vilket gör att de

väljer att inhandla sina varor via internetbutiker i stället. Det samma gäller butiker som t.ex. H & M som finns inte i alla städer i Sverige. Det är 15 stycken av respondenterna som väljer att handla på H & M internetbutik. Internetbutiken www.nelly.com är också mycket populär bland ungdomarna att handla ifrån och det gör över hälften av respondenterna.

6.5 Butiker för shopping

Respondenterna anger 19 olika butiker som de vanligtvis handlar sina kläder ifrån när de shoppar och den butik som är vanligast är H & M som ungefär 72 % (23 stycken) anger som svar. Andra butiker som är populära är Gina Tricot 50 % (18 stycken), Bik Bok 41 % (13 stycken) och lika många respondenter väljer butiken New Yorker. Lindex väljer fem stycken och lika många väljer Carlings. Den franska butiken Zara anger fyra stycken och andra butiker som nämns är: Snitz, Jack and Jones, Cubus, Vila, Vero Moda, JC och Monki. Fyra respondenter anger och jag citerar: ”allt möjligt”. Någon väljer att handla ifrån fem olika butiker såsom: Missäy, TIZ, MQ, Pieces och Indiskan.

Det är en respondent väljer att inte svara på frågan. Det är en respondent som svarar följande och jag citerar: ”väldigt blandat”. En person svarar att hon/han handlar på ”second hand” butiker och en annan respondent anger att hon/han brukade handla kläder ”på resor”.

Analysen av ”butiker” som respondenterna vanligtvis shoppar sina kläder ifrån visar på 20 stycken olika butiker. Om inte annat så är respondenterna väldigt medvetna om vilka butiker de väljer men att de kanske inte alltid tänker på vilket märke kläderna har som de köper. De butiker som respondenterna mest handlar i är: H & M, Gina Tricot, New Yorker och Bik Bok.

6.6 Klädinköp i genomsnitt per månad

Det är stor variation på hur mycket respondenterna lägger på sitt klädkonto varje månad. Det är nästan alla (31 stycken) respondenter som väljer att svara på frågan. En respondent väljer att inte svara på frågan. En annan skriver ”jag vet inte”. Några

respondenter skriver att det är ”olika” varje månad och ett par skriver att det ”beror på pengar och årstid”.

TVå respondenter svarar på vardera summan: 100 kronor, 200-400 kronor, 300 kronor, 500 kronor, 1000 kronor i genomsnitt i månad. Någon svarar 200 kronor och en annan mellan 200-300 kronor. En respondent svarar att hon/han inte handlar kläder varje månad men kanske mellan 300-500 kronor i genomsnitt.

Sju respondenter handlar för 500 kronor i genomsnitt per månad och slutligen nämns siffrorna: 400, 500-1000, 900-2000, 1000-2000 och upp till 6000 kronor av fem respondenter.

I analys av ”klädinköp i genomsnitt per månad” så skulle det ha underlättat om sammanställningen av frågan haft ett bundet svarsalternativ med variablerna: 100kr, 200 kr, 300 kr, 400 kr, 500 kr, 1000 kr, 2000 kr eller mer än 2000 kr. Samtidigt tror jag att när respondenten själv får kryssa i ett öppet svarsalternativ ger det större sanningsenligt svar. Variationen är stor på hur mycket respondenterna handlar kläder för i genomsnitt per månad. Det är allt från 100 kronor till 6000 kronor. De flesta får troligen hantera sitt studiebidrag själv varje månad, som för tillfället ligger på 1050 kronor medan andra kanske får extra pengar av sina föräldrar. Har respondenten en ensamstående mamma/pappa kanske han/hon inte får hantera hela summan själv eftersom ekonomin kanske inte tillåter det. Om en respondent kan handla kläder för 6000 kronor i månaden måste det vara en förälder/föräldrar med hög inkomst, eller att respondenten arbetar extra, annars är det inte rimligt.

6.7 Kända klädesmärken

De flesta respondenter 29 stycken av 32 (91 %) tycker inte att det är viktigt med vilket klädesmärke det är känt eller okänt när det handlar eftersom majoriteten har svarat nej på frågan. Inte någon tycker att det är viktigt vilket klädesmärke de väljer att köpa. Ett par stycken respondenter har lagt till svarsalternativet ”både ja och nej” på frågan. 56 % (18 stycken) av respondenterna kommenterar varför det är eller inte är viktigt att det måste vara kända klädesmärken eller något speciellt klädesmärke när de handlar.

De flesta tycker att det är viktigast att plagget är snyggt, att de passar, att de trivs i det och att det är bekvämt. Två respondenter inte tycker om kopior av märkeskläder och en annan tycker att ”kvalitén är viktigare än märket”.

Jag citerar några respondenters kommentarer:

- "Nej bryr mig inte ett dugg, huvudsaken är att plagget är snyggt. Men visst sen kan vissa kända märken ha snyggare kläder men jag köper inte det på grund av själva märket"
- "Nja, det beror på. T.ex. om man vill ha bra jeans så behöver man köpa dyra och då blir det att det är märke"
- ”Vissa plagg/skor/accessoarer som jag vill ska hålla längre betalar jag mer för”

6.8 Olika klädesmärken

Respondenterna nämner 15 stycken klädesmärken som mest populära. Mer än 1/3 anser att det inte har någon betydelse vilket klädesmärke de inhandlar. Fem respondenter väljer att inte svara på frågan. H & M är det klädesmärke som är mest inne. Ett par anger ”olika” klädesmärken. Andra klädesmärken som nämns är: Jack and Jones, Bik Bok, Adidas och Converse. En respondent anger att det är ”blandat” och en annan skriver att det är ”inget speciellt” klädesmärke. Det är en utav vardera respondenten som väljer klädesmärken som: Cubus, Gina Tricot, Crocker i jeans, Emilio, Vila, Pieces, Only, Hollister, Kingsland och Zara.

Analysen av ”olika klädesmärken” visar att de flesta respondenter tycker att det kvittar om det är känt eller okänt klädesmärke som de inhandlar. Några tycker att bara det är snyggt så bryr de sig inte om märket. Drygt 37 % tycker att klädesmärket inte har någon betydelse.

6.9 Klädstil

Jag frågar respondenterna vilken stil de kallar sin egen stil när det gäller klädstil/utseende och de flesta, 28 stycken, svarar på frågan och fyra gör det inte. Det är en respondent som svarar ”allt” och en annan som anser att han/hon har ”en vanlig

stil". 1/3 av respondenterna tycker att deras klädstil är "casual stil", vanlig stil och några menar att deras klädstil är "normal". Några respondenter anser att de har en mer egen, personlig stil, att de är sig själva och trivs med det. Många respondenter preciserade sin egen klädstil och jag citerar: "en blandning mellan skate och metal", en annan beskriver sin stil som en "blandning mellan feminint, oversize, alternativt, rockigt och klassiska/retroplagg". Andra stilar som respondenterna anger är när de beskriver sin stil är: "gyary"(japansk stil), "söt/sportig", bohem/fashionista", "fashionista", "sportig/rockig" eller "stekare" (se förklaring av dessa begrepp i kapitlet ungdomsstilar).

I och med globaliseringen sprids mode, trender och livsstilar snabbt till storstaden och till det lilla samhället och får en stor genomslagskraft bland ungdomar genom t.ex. musikvideos, film, TV, internet, bio etc. Lindgren (2009) tolkar Heggli, (2004); jfr Mørch & Andersen (2006) "Ungdomlighet konstrueras kring kropp, kläder, musik etc. och är att betrakta som ett teckensystem med stark symbolisk laddning..." (Lindgren 2009, s.31).

Det finns många olika klädstilar representerade bland dagens ungdomar. Enligt mina observationer på ett par olika gymnasieskolor ser jag att de flesta ungdomar många gånger följer mainstream, vilket har att göra med gruppsyck och kompisrelationer eller vågar de inte sticka ut i mängden utan klär sig som alla andra. Idag syns en ledig, casual klädsel bland ungdomarna. Dagens ungdomsmode kan ses som lite slapp, med avkopplande stil med plagg som Hood-tröjan (huvtröja), joggingbyxa vs. mjukisbyxan, Baggy-jeansen och One-Piece som har haft stor genomslagskraft på 2000-talets ungdomar. Samtidigt som ordet "chilla" dvs. att ta det lugnt, passar in till de här typerna av plagg, vilket hänger samman med dagens ungdomskultur. Ambjörnsson (2011, s.78) menar att tjejers "... kläder är en viktig del i deras självpresentation", vilket även kan representera killarna också.

Analys av "klädstil" visar att respondenternas klädstil är "casual", vilket över 1/3 respondenter anger i sitt svar. Det hade varit intressant att be dem ska beskriva sin stil mera exakt som t.ex. casual stil och hur ser den ut. Det är några som tycker att de har "normal" klädstil, vilket tyder på att de inte vill sticka ut i gruppen. De följer den "normala" mainstreamen, den stereotypa klädstilen för att inte se annorlunda ut. Det

märks att klädstilen bland ungdomarna är väldigt stereotyp, men det finns vissa som sticker ut i mängden och använder t.ex. stilarna: emo, Lolita och fjortis.

6.10 Är det viktigt med utseende?

Det är över 2/3 (24 stycken) av respondenterna som anser att det är viktigt med utseende, hur de ser ut och klär sig dagligen. Det är ungefär 1/5 som tycker att det inte är viktigt med utseende och en tycker både och. En respondent som väljer att inte svara på frågan.

Nästan alla, 28 stycken, väljer att svara på följdfrågan varför de tycker eller inte tycker att det är viktigt med utseende. Det är många respondenter som använder sig utav uttrycket "fräsch" och jag citerar några: "för man känner sig fräsch, mår då bättre & folk lägger märke till utsidan" och ett annat citat lyder: "Nja, sminket och håret är inte det viktigaste, men jag tycker det är viktigt att vara fräsch och raka sig osv."

Många respondenter tycker att det är viktigt med det första intrycket och att utsidan speglar insidan och då får de bättre självförtroende. Andra säger att de vill känna sig bekväma med sig själva, de är måna och bryr sig om sitt utseende och de vill se stiliga ut. Folket lägger märke till en om man utstrålar självförtroende. En del tycker att de är vackrare utan smink medan andra inte går ut utan smink.

Jag citerar ett par respondenter:

– "... Jag tycker att utseende är viktigt på det sätt att det visar vem man är och hur man ser ut säger mycket vem man är som person. Det är ju första intrycket man får av någon".

– "För om ingen bryr sig om sitt yttre så blir man inte attraherad av varandra= världen går under"

I analysen av "om det är viktigt med utseendet" visar det sig att tjejer oftast är väldigt måna om sitt utseende och många fixar håret och sminkar sig dagligen innan de går till skolan. Precis som en respondent anser att de vill attrahera omgivningen och det är viktigt att under ungdomsperioden bli synlig inför det andra könet, kompisar och vänner samt att visa vem de är och vill vara. Detta är en fas i hela ungdomsprocessen.

6.11 Stil på fest

Alla respondenter har svarat på frågan om de har någon annan stil när de går på fest än till vardags. Ungefär 2/3 utav respondenterna tycker att de har en annan stil när de går på fest. Det är ungefär 1/5 som anser att de inte har en annan stil när de går på fest. Det är tre stycken respondenter som tycker både och.

Efter sammanställning av följdfrågan hur de klär sig när de går på fest, så har jag valt att dela upp i sju olika kategoriser efter de mest förekommande svaren. Kategorierna är: högklackat, smycken, finare/festligare/snyggare kläder, fixad i håret, mer smink, klänningar och fler accessoarer. 2/3 av respondenterna väljer att svara på frågan och 1/4 svarar inte på följdfrågan. Det är ungefär 1/3 som bär högklackat när de går på fest. Hälften väljer att ha finare/festligare/snyggare kläder på sig då de går på fest. 1/4 använder sig utav mer smink och ungefär 1/5 väljer att ha klänning på när klär upp sig. 1/6 av respondenterna brukar fixa håret och det är fyra respondenter som väljer att ha smycken på sig. Ett par stycken bär fler accessoarer till fest än till vardags.

Jag väljer ut några citat från respondenternas svar på följdfrågan om deras klädstil när de går på fest:

– "När jag går på fest så klär jag bara upp mig mer, lite festligare toppar och mer smycken så som ringar. Jag fixar även mitt hår mer och sminkar mig mer. Jag har samma skor som jag alltid har, använder inte högklackat"

– "Kanske klackarskor, sminkar sig lite snyggare och fixar håret och klär upp sig"

Analysen av "vilken stil" respondenterna har när de går på fest visar att de flesta har en annan stil när de "går ut" än vad de bär till vardags vilket 72 % anger. Det kan nästan bli som en rituell handling att klä sig från vardag till fest. När tjejerna ska ut och festa tar många på sig högklackade skor, bär klänning, använder mer smink, smycken och fixar sitt hår, men det är många killar som också fixar till sig inför en fest. Det är ändå nästan 19 % som säger att de inte har någon annan stil när de går på fest och resterande cirka 9 % säger att de har både och.

6.12 Skor

När det gäller vilken typ av skor eller om det är något speciellt märke som respondenterna använder dagligen, väljer en del av dem att ange märket på skorna och medan andra väljer att beskriva skorna som t.ex. ”bara vanliga platta” eller ”bara vanliga”. De har möjligt att ange flera svarsalternativ på frågan. En respondent väljer att inte svara på frågan och en annan anger att hon/han inte använder något speciellt skomärke. De märken på skor som nämns är: Tommy Hilfiger, Salming, Race Marine, Vagabond, Adidas, Nike och Dr Martens. 2/3 använder dagligen skomärket Converse. Detta skomärke har blivit populärt bland ungdomar och de finns i låg eller högre modell på skaftet och i många olika färger och mönster idag. Priset ligger på ungefär mellan 400-900 kronor beroende på modell.

Fyra stycken respondenter bär ballerinas skor dagligen medan en respondent skriver att hon endast använder dem på sommaren. Sandaler bär tre stycken och ett par respondenter menar att de går omkring med sneakers respektive tygskor. Andra skomodeller som bärs dagligen är: högklackat, joggingskor, boots eller ”låga skor och stövlar, Novita (Italienskt)”.

Några väljer att nämna märken på sina skor som de använder varje dag medan andra väljer att beskriva skorna som t.ex. ”bara vanliga platta”, ”låga skor...” och ”bara vanliga”.

Eftersom enkätundersökningen görs på sommaren, visar det sig att många respondenter anger vad de för tillfället bär, vilket visar sig i svaren eftersom många använder sandaler och ballerinas skor. Dessa bärs mest på vår, sommar och tidig höst.

Analysen pekar på att skor av märket Converse används mest och har fått stor popularitet bland ungdomar (www.converse.com). Conversekon har fått ett stort uppsving de sista åren. Enligt mina observationer märker jag också att de mest vanliga skorna är just vita Converse i både hög och låg modell och att en del bär även svarta. De introduceras i början av 1900-talet med rötter i USA. Idag är Converse ett inarbetat och välkänt varumärke. Först används dessa inom basketsporten, men idag kan vi se den på många ungdomars fötter. Det är på 1970-talet som denna sko blir allmänt känd ute i världen, genom att många rockartister bär dessa skor. Chuck Taylor, en känd basketspelare, kommer med idén om skons utseende och funktion inom

basketsporten. Han blir ambassadör och ansiktet utåt för företaget och åker runt i USA många år och markandsför converseskorna. Först är det bara vita converseskor, men har nu introducerats i ett flertal färger och utformningar. Den har sin kända logotype: stjärnan s.k. all stars 2000. Skorna tillverkas även i läder och mocka även kallad sneakers. Sulan är av vit plast med en färgad rand. Den har vita skosnören, materialet är av tyg och randfärgen på sulan är beroende på vilken färg skon har. Nike har köpt upp Converse All Stars 2001 och idag bärs Converse skon utav många olika subgrupper i samhället allt från rockare, punkare till fashionistor.

6.13 Är det viktigt med kläder och mode?

2/3 av respondenterna anser att det inte är viktigt med kläder och mode eller att hänga med i modetrender, vilket nästan 2/3 har svarat. Det är lite mer än 1/3 som anser att det är viktigt med kläder och mode. En respondent väljer att inte svara på frågan och det är fyra stycken som svarar "både ja och nej" på frågan.

De flesta respondenter, mer än 2/3 väljer att kommentera följdfrågan varför de tycker att det är viktigt eller inte viktigt med kläder och mode och det är nästan 1/4 av respondenterna som inte gör det.

En del tycker att mode och färger inspirerar, medan andra inte är intresserade av mode och trender, och att det inte behöver vara trendigt eftersom "... allt som är trendigt inte är snyggt". Någon känner att de inte vill vara utanför, medan andra klär sig i det som de tycker är snyggt och trivs i. Andra följer sin egen stil och bryr sig inte om kläder eller mode. Jag citerar: "Jag kör mitt eget race, tycker att det är viktigt med kläder, men jag inspireras av annat än dagens mode"

Här följer ett annat citat:

"Nej jag bryr mig faktiskt inte, men jag antar att man rycks med ändå vare sig man vill eller inte för alla färger finns ju inte att köpa året runt så man tar ju del av modetrender vare sig man bryr sig eller inte. Jag köper det jag tycker är snyggt och råkar det vara super inne så okej men jag bryr mig inte".

I analysen av ”om det är viktigt med kläder och mode” så visar det sig att många inte tycker att det har någon större betydelse med mode och kläder eftersom många respondenter går på hantverksprogrammet. Det kan också vara så att de har sin egen personliga stil och tillverkar egendesignade plagg på programmet. Jag tror ändå att många påverkas av media och vänner inom sin egen grupp, medvetet eller omedvetet. Ett stort antal utav respondenterna läser modebloggar och bloggerna inspirerar modet och trender. Ett flertal av respondenterna läser modetidningar enligt en fråga i enkätundersökningen. Sedan finns det något sortiment i klädbutikerna som gör att vissa plagg blir mer populära än andra och börjar en ungdom köpa och bära det så sprider sig trenden till andra inom gruppen.

6.14 Ungdomsstilar

Efter sammanställningen av de mest förekommande ungdomsstilar som tenderar idag enligt ungdomarnas svar har jag delat in dem i 13 stycken olika kategorier: brat, Lolita, casual, bitch, ”mjukisbyx”, skejtare, rockare, raggare, fashionista, bohem, ”bonne”, emo och ffortis. Den klädstil som ungdomarna tycker är mest representerade bland dagens ungdomar är fashionista, vilket mer än 1/3 anger (13 stycken). Ungefär lika många (12 stycken) anser att ungdomars klädstil är casual. Nio stycken tycker att stilen bohem/hippie och emo stilen representerar dagens ungdomsstilar. 1/4 av respondenterna anser att dagens ungdomsstilar representerar ”allt/allt möjligt”. Sex stycken respondenter tycker att klädstilen ”raggare” finns bland dagens ungdomar och fyra stycken tycker att klädstilen ”rockare” representeras av många och ett par stycken tycker att ungdomsstilen ”ffortis” är inne idag. Andra klädstilar som ungdomar representerar är följande: bitch, brats, skejtare, ”mjukisbyx” och ”bonne”. Det finns möjlighet för respondenten att skriva flera svarsalternativ på frågan. En respondent som väljer att inte svara på frågan.

Analys av ”ungdomsstilar” visar att respondenterna uppger 13 stycken olika klädstilar och att de vanligaste stilarna bland dagens ungdomar är fashionista och casual stil. I enkäten hade det varit bra om respondenterna fått möjlighet att beskriva hur den klädstil ser ut som de anger, eftersom några tolkar en klädstil på ett sätt och andra kanske tolkar den på ett annat sätt. När det gäller uttrycket ”bonne” tolkar jag ”bonde”, en stil som bönder har på landet. Men det kan vara feltolkat av mig.

Beskrivning av denna stil vore önskvärt. För att underlätta sammanställningen av frågan borde det ha varit ett bundet svarsalternativ med plats för egna kommentarer. De bundna svarsalternativen skulle i sådant fall indelats i olika kategorier.

Klädstilar har en visuell kommunikation bland ungdomarstilar, vad de uttrycker och förmedlar till sin omgivning är en del i deras identitetprocess. Speciellt intressant är det estetiska uttrycket dagens ungdomar visar genom val av kläder, smink, frisyrier, skor, accessoarer och olika typer av kroppssmyckningar. Det grundar sig i deras identitetssökande och hur det uttrycks bl.a. genom stilen som även visar fasen i deras identitetsprocess.

Globaliseringen och tillgången till internet gör att ungdomsstilar snabbare kan skapas och förändras idag i och med det snabba informationsflödet som gör att de lättare att fånga upp allt som är nytt och trendigt. Ungdomen ”snappar” upp både kläd- och musikstilar väldigt snabbt och de är ständigt uppdaterade med vad som är det senaste, moderiktiga, trendiga och ”inne”.

Det är ett aktivt val ungdomen gör när de väljer klädstil, accessoarer och genom dessa val signalerar ungdomen till sin omgivning. Ungdomens klädstil som helhetsuttryck hänger samman med deras identitetssökande och det har även att göra med deras självbild och självkänsla. Lalander & Johansson (2007, s.44) menar att ungdomsstilarna kan vara och ”hämtas från upplevda problem, minnen, drömmar och mediala globala stilar, som fungerar som inspirationskällor för stilskapande”.

Genom att titta på ungdomarnas stilar kan vi se och tolka det samhälle vi lever i dag. Nu blandar ungdomarna olika stil från förr och får fram nya stilar, som på senaste tiden har det varit mycket emos och skejtare. Raggarstilen känns rätt stark bland vissa ungdomar i mindre samhällen. Lalander & Johansson (2007, s.43) anser att ungdomar vill uttrycka sin stil genom att ”visa vilka de vill vara” och genom symboler och symboliska handlingar. Det kan vara en viss klädstil eller fritidsintresse som de ger sitt uttryck i. t.ex. skejtare och emos. Många av ungdomars symboler är att de vill visa sig oberoende, uttrycka sin frihet och att göra motstånd som riktar sig mot vuxna, ett sätt att säga emot och att ta avstånd från något i samhället eller genom motstånd, så är det ett sätt att uppleva makt där ungdomarna har möjlighet till att bestämma över sitt liv och känna sig betydelsefulla och känna ”bekräftelse på sin existens” anser Lalander (2007) gentemot de vuxnas värld (Lalander & Johansson 2010, s.39).

6.15 Olika klädesplagg

Efter sammanställningen av respondenternas svar på hur de tycker att dagens mode ser ut och vilka klädesplagg som de anser att dagens ungdomar bär mest, så har jag delat in svaren i tio olika kategorier på de mest förekommande plaggen och det är följande: jeans, top/t-shirt, shorts, mjukisbyxor, converse skor, linne, hood-jacka, stickade tröjor, skinnjackor och tights med tröja. De flesta respondenter väljer att svara på frågan, vilket 27 stycken har kommenterat. Eftersom frågan har ett öppet svarsalternativ ger det möjlighet för respondenten att ange fler klädesplagg.

De klädesplagg ungdomar mest bär idag är jeans, vilket 23 stycken respondenter anger. Det är ungefär 1/4 (sju stycken) som anser att ungdomar bär top/t-shirt. Topen är enkel, oftast vit och den bärs till ett par jeans. Det är sex stycken respondenter som tycker att mjukisbyxor är det plagg som är inne och fem stycken anser att Converse skor används mest. Lika många tycker att ungdomar vanligtvis bär shorts, slitna jeansshorts och fyra stycken tycker att linnen är de plagg som ungdomarna vanligtvis bär. Tre stycken anser att ungdomar bär: hood-jacka, tights med tröja, USA-kläder, One-piece, långa klänningar och stickade tröjor. Det är en respondent som tycker att det är "blandat" när det gäller vilka klädesplagg ungdomar väljer. Även skor som pumps anges. Materialet är stickat, militärtyg och färgerna är i vitt och pastell.

Hood-tröja är en slags munktröja eller så kallad luvjacka. Tröjan har en huva och med munkfickor/kängurufickor på magen med eller utan dragkedja. Det är ett par stycken som tycker att skinnjackor är det plagg som ungdomar använder mest idag. Någon tycker att ungdomarna bär One-Piece och spetströja. One-Piece har blivit populärt den sista tiden bland både unga och äldre. Det är en slags overall med en hellång dragkedja från grensömmen ända upp i huvan. Det är som om man har sytt ihop en munktröja med ett par mjukisbyxor till en hel overall. One-Piece har även lång grensöm som gör att overallen inte sitter åt någonstans och den finns i många olika färger och i olika mönstrade tyger.

Här nedan följer några citat från respondenterna:

"Dagens mode är väldigt slapp och det är mycket mjukisbyxor och myskläder. Vet inte riktigt vad som är inne just nu"

”Olika, men som nämnt de ovanför. Det varierar beroende på vilken stad du bor i”

I och med globaliseringen idag så sprids mode, trender och livsstilar snabbt till storstaden och även till det lilla samhället. Modet får en stor genomslagskraft bland ungdomar t.ex. genom musikvideos, film, TV, internet, musik etc.

Lindgren (2009, s.31) tolkar Heggli (2004); jfr Mørch & Andersen (2006) som anser att ”ungdomlighet konstrueras kring kropp, kläder, musik etc. och är att betrakta som ett teckensystem med stark symbolisk laddning...”.

Analysen av mina observationer och enkätsvar visar att de flesta tjejer bär jeans eller shorts. I dag tillverkas jeans i många olika denimkvaliteter och utseende. Stretch och tajta jeans i leggingsmodell är vanligt idag. Upp till har tjejerna ofta T-shirts som är lite mer figurnära eller oversize modeller eller har de vita toppar till jeansen eller shorts. Killarna bär idag är mer casual, lite mer fritidsbetonade. Killarna bär vanligtvis en ledig fritidsjacka till sina jeans eller sina chinosbyxor. I dag tillverkas jeans i många olika denimkvaliteter och stretch är vanligt i de flesta jeansen. Baggy-jeansen är lite pösiga i sitt utförande och lågt sittande nedanför höften så att kalsongerna är synliga och lite säckiga i sin modell med en lång gren som jämfört med ”vanliga” jeans. Kalsonger har därmed också fått en statussymbol i och med att de syns när man bär baggy-jeansen och vanligtvis ser man kända märken på kalsongerna som Björn Borg, J Lindeberg, Salming etc. för att nämna några. Baggy-Jeansen har sitt ursprung från USA i slutet av år 1997 och det började med att en kriminalanstalt började marknadsföra sina ”Prison Blues” (jeans) utanför fängelset med mottot ”Made on the inside to be worn on the outside” (Lloyd & Lindén Ivarsson 2006, s.55). Baggy-jeansen är b.l.a. populära och vanliga bland skejtare, rappare och hiphoppare. Tjejer bär vanligtvis jeansjackor eller skinnjackor som ytterplagg. De flesta ungdomar som jag har observerat bär converseskor mestadels av den högre modellen i diverse färger, men för det mesta är de vita eller svarta. Killarna bär olika gymnastikskor eller skejtargympaskor av lite bredare modell.

Respondenterna menar att jeans är det mest vanliga plagget idag. Vilket också mina egna observationer kommit fram till. Jag kom fram till genom mina observationer att många tjejer bär en top eller ett vitt linne till jeansen eller shorts vilket även respondenterna anser.

Jag hade nog förväntat mig att fler respondenter anser att One-Piece är ett plagg som bärs av ungdomar, eftersom jag har sett en del ungdomar bära dessa. De flesta bär dem hemma som mysplagg. Under 2010-talet fick One-Piece jumpin overallen ett stort genombrott i Skandinavien. Grundarna till One-Piece är några killar från Norge, som saluförde en bekväm baggy overall att kunna mysa och ”softa” i. Materialet är i bomullsfleece som finns i olika färger och mönster. De sammanförde mjukisbyxan och munktröjan i ett enda plagg, med en dragkedja som går ända upp till luvan och det blev succé för att kunna softa i för lata dagar. Idag säljs One-Piece overallen i många länder (www.one-piece.se).

Det är en del ungdomar som bär mjukisbyxor fortfarande men det var mer populärt för ett par år sedan. När jag observerade ungdomarna på ett par gymnasieskolor bar de flesta converseskor, helst vita i färgen och den högre modellen. Men även den lägre modellen förekom. Hood-jackor bär fler killar än tjejer. Killar bär jeans med en t-shirt eller chinos, vilket är en byxa i bomullstyg som finns i fler färger. Många killar bär keps, typ baseball keps. Tjejerna bär jeans- eller skinnjacka. Killarna bär en tunnare fritidsjacka i vanligtvis diskreta färger. Skjortor är också inne. Många tjejer använder tajts/strumpbyxor under shortsens vanligtvis svarta i färgen eller så har de tights till en tröja. Shortsens är i både jeans eller i bomullsmaterial. Det är en representant som anser att ungdomars klär sig och jag citerar: ”mycket efter hur bloggar & kändisar klär sig...”. Tröjor som tjejerna bär är stickade eller spetströjor i olika färger.

6.16 Accessoarier

De accessoarer som är typiska för dagens ungdomar, både som de själva eller deras kompisar bär, ska ha ”mycket färg och form” anser en respondent. När det gäller halsband så är hjärtformade, id-bricka och breda platta halsringar populära. Det är populärt att ha många ringar på fingrarna med olika former och i olika storlekar. Det är många ringar som sitter ihop som en dubbelring och kan vara dekorerade som ett kors. Öronhängen med kors, pärlor, långa fjädrar, stora som små är populära. En del har öronhängen som gör att hålet töjer sig i örat, vilket kallas töjning. Andra anser att det är navelpiercing och armband i silver som är de vanligaste accessoarerna idag. Det är även populärt att använda nagellack i alla färger och det finns ett stort utbud på marknaden med lockande förpackningar. Det finns nagellack som gör att naglarna ser

krackelerade ut. En del ungdomar experimenterar själv med att måla naglarna i olika utförande och utseende. Nagelvård och att bygga upp och att förlänga naglar har blivit en stor commers. Stora läderväskor är populära nu.

De vanligaste accessoarerna har jag delat in i fyra stycken kategorier: halsband, ringar, armband, öronhängen och klockor. Ungefär hälften av respondenterna tycker att öronhängen, halsband och ringar är mest vanligt. 1/4 tycker armband och ungefär 1/8 tycker att klockor är de mest förekommande accessoaren.

Det är några respondenter som ger mer specificerade svar och beskriver hur accessoarerna ser ut som t.ex. fjädrar, hjärtan, ID-brickor, earcuffs, navelpiercingar, kors, pärlörhängen och stora ringar. Här beskriver en respondent "ear-cuff" tydligare:

"... earcuffs har blivit väldigt inne. Sådana som man "fäster" i hålet i öronsnippen och sen går det en kedja upp till toppen av örat där man "klämmer" fast det med en "hållare"

Tjejerna har stora väskor som vanligtvis är svarta eller bruna. Killar kan bära klockor. Flertalet killar bär keps i modellen baseball och en del av dem bär kepsen med skärmen bakåt. Det kan även vara en "vanlig keps med normalt brätte".

I analysen av "olika accessoarer" så har jag observerat att en del tjejer bär basebollkeps med skärmen bak och fram. Det märks att tjejerna lägger ner tid att fixa sina naglar och målar dem i diverse olika färger och mönster. Idag är det vanligt att de går till en nagelstudio för att göra nagelförlängningar.

Det är vanligt att många tjejer har flera hål i öronen, inte bara ett par utan hela vägen längs efter örat. Några bär även "ear-cuffs", som är ett örgonhänge med en kedja hängande emellan öronhänget som man klämmer fast i örat. De vanligaste modellerna på öronhängen är en större och längre med en fjäder som hänger ner eller så bär de mindre pärlöronhängen eller silverpluttar i olika färger. Även klockor är en vanlig accessoar bland tjejer, gärna i modell större i flertal olika färger. Det är vanligt med halsband som är stora och platta i sitt utförande. Många tjejer bär ringar på sina fingrar och nytt är att bära en dubbelring som sitter ihop på två fingrar och som liknar ett mindre knogjärn. Dubbelringen kan även se ut som ett kors.

6.17 Vanliga frisyrrer

De mest förekommande frisyrrerna hos dagens ungdomar som respondenterna anger har jag sammanställt och delat in i tio stycken olika kategorier. Det är en respondent som väljer att inte svara på frågan. Ett par stycken respondenter som svarar att han/hon ”inte vet” och det är en som tycker att ”alla stilar” av frisyrrer är vanliga bland dagens ungdomar. Några respondenter väljer att beskriva frisyrrerna lite tydligare.

Följande frisyrrer är mest förekommande: plattat hår, stekare, långt hår, håruppsättningar, rakt hår, vågigt hår, lockar, bulle/donut, löshår och tofs.

Bulle/donut är en slags knut som ser ut som bakverket munk. Det finns att köpa en attiralj som är i plast och liknar en rund munk där man lägger håret runt ”donuten” och på så sätt formar den specifika hårfrisyrerna som påminner om en knut.

Det är knappt hälften av respondenterna (tolv stycken) som tycker att många har långt hår och det är nästan 1/4 (sju stycken) anser att många har plattat hår. När de menar plattat hår betyder det att en person har använt en plattång som gör håret rakare med värme. Jag har sett några ungdomar som har ”plattat” sitt hår med hjälp av ett varmt strykjärn. Det är ungefär 1/5 (sex stycken) av respondenterna som tycker att lockigt hår är vanligt förekommande. För att få lockigt hår används vanligen en varm locktång eller en plattång för att forma lockarna. Det är 1/8 (fyra stycken) respondenter i vardera kategorin som tycker att frisyrrerna tofs/hästsvans, rakt hår och stekare är vanligt. En respondent beskriver hur frisyrerna ser ut på en stekare och jag citerar: ”Stekare (bakåtkammat hår, bakåtslickat med tofs ibland, innan rakade de på sidorna och håret uppåt)”. När det gäller tofs/hästsvans så är den väldigt stram och sitter lite högre upp på huvudet, håret som hänger ner är rakt eller så har personen använt en plattång för att skapa ett rakare utseende på tofsen.

I kategorin håruppsättningar är det tre stycken respondenter som tycker att det är en vanlig frisyr bland ungdomarna. Ett par respondenter tycker att löshår, bulle/donut och vågigt hår är vanligt förekommande idag. Med hjälp av en varm ”våg tång” går det att få vågigt hår. Det finns olika slags löshår att köpa idag i butiker eller på internet, som man själv kan sätta fast i sitt hår med hjälp av klämmor. Väljer man att gå till en frisör som sätter dit löshåret så sitter den kvar en längre tid. En respondent av vardera kategorin tycker att det är vanligt att killar har rufsigt och långt hår eller halvlångt hår, kort hår eller rufsigt, slitet eller lockigt hår.

Intressant hade det varit om jag hade delat upp frågan och bitt respondenterna beskriva både killars och tjejers frisyrer. Några anger killars frisyrer, men de flesta beskriver tjejers frisyrer, vilket också kan bero på att det är fler tjejer som har svarat på enkätundersökningen. Idag har de flesta tjejer längre hår och det kan vara rakt eller lockigt. Några tjejer har långt, lite slitet och rufsigt hår mer som tuperat. Ungdomar använder ofta plattång eller locktång när de fixar sitt hår. Under min observation såg jag många tjejer med uppsatt hår i en stram hästsvans eller ”donuts”. En del killar hade ”stekarfrisyrer” och några hade långt och rufsigt hår.

Min analys och personliga åsikt är att jag tycker att många ungdomar är rätt fixerade vid sina hårfrisyrer. Det används mycket verktyg för att fixa håret idag som t.ex. plattång och locktång. Vilket även en del killar använder. Det är många som har hårförlängningar. Trendigt bland frisyrer är att många tjejer har en stramt uppsatt hästsvans. De har plattat håret innan hästsvansen sattes upp. De flesta tjejer har mellanlångt eller långt hår nedanför axlarna. Håret är oftast lockigt nertill eller plattat.

6.18 Att döma någon på grund av utseende/stil

Min fråga är om det är lätt att döma andra positivt eller negativt på grund av deras utseende/stil och jag har sammanställt svaren och delat in i kategorierna: ja, nej, både och inget svar. Nästan alla respondenter väljer att svara på frågan. Det är nästan 2/3 som anser att det är lätt att döma någon på grund utav deras utseende och det är ett par som väljer att inte svara på frågan. En respondent tycker att det inte är lätt att döma någon på grund av deras stil/utseende och en respondent tycker: ”både och”. Nästan 1/4 av respondenterna ger kommentarer på frågan och som inte börjar meningen med ja eller nej. Här följer några citat:

- ”Man kan bli kallad konstig om man är unik med en udda stil och man kan vara en ”förebild” om man ständigt har snygga modekläder”
- ”Jal Man ser hur människan är på kläderna, slapp, välvårdad, bryr sig eller inte”

Det är några respondenter som anser att det är lätt att döma någon efter deras klädstil som en respondent svarar och jag citerar ”ja, många dömer personer oftast negativt efter klädstilen. Typ som t.ex. ”Emo, bitch, punkare, knarkare” osv.”. Några tycker att mosar är otäcka, skär sig och är sorgliga människor. En del menar att en ”bitch” är en

tjej som gärna vill synas och höras eftersom de även pratar väldigt högt. En ”bitch” vill få uppmärksamhet genom sin klädsel och de har överflöd av smink. Någon tycker att det går att se vilket program elever går på genom att titta på klädkoder. En del tycker att det är lätt att döma andra på grund av deras utseende och klädsel. Andra tycker att man dömer redan i det första intrycket, vilken klädstil de har, om de har en udda stil och hur de beter sig och ser ut.

Övervägande del av respondenter tycker att det är lätt att döma andra på grund av deras utseende/stil.

I min analys av ”att döma någon på grund av utseende eller stil” borde frågan haft ett bundet svarsalternativ istället: som ja, nej, både och eller vet inte. Sedan skulle det vara en kommentarsrad där de har möjlighet att förklara mer utförligt. Dessutom skulle frisyreerna vara uppdelade i killars frisyreer och tjejers frisyreer.

6.19 Stilar i grupper/gäng

Jag ville ha svar på om respondenterna tycker att det finns olika stilar i olika grupper/gäng, vilka de i sådant fall är och varför de tror att det är så. De flesta respondenter ungefär 2/3 anser att det finns olika stilar i en grupp/gäng. Jag har valt att dela in svaren på frågan i kategorierna: ja, nej, inget svar eller övriga kommentarer. Det är fyra av 32 respondenter som väljer att inte svara på frågan. Det är inga respondenter som svarar nej på frågan. Ungefär 1/3 ger andra kommentarer på frågan. Många respondenter anger några ungdomsgrupper som emo, raggare, fjortis, volvoraggare och esteter i sina kommentarer. Respondenterna tycker att man har liknande kläder i ett gäng och de menar att man drar sig till varandra och umgås med dem man är mest lik. De menar på att det beror på gruppsyck och att man påverkas av varandra.

Här följer några citat av respondenter:

”ja, raggare med trasiga jeans och fjortisar med extremt blottad hud”.

”ja, esteter (dom som går estetiska programmet) har väldigt speciell stil”.

”Man vill psykologiskt anpassa sig till en grupp & det gör att man blir lik de andra i gruppen”

De flesta respondenter tycker att det finns olika stilar i olika grupper/gång, vilket 18 av 32 stycken anger. Det är inte en enda som anser att det finns olika stilar i en grupp/gång. Däremot är det tio av 32 stycken som anger andra svar som inte börjar med ja eller nej, innan det skriver sin kommentar.

Sammanfattningsvis så tycker ungefär hälften av respondenterna att det finns olika stilar i olika grupper/gång. De menar att det beror på att ”... man klär sig som sin omgivning” och att man i ett gäng/en grupp klär sig i samma stil och att man påverkas av sin omgivning. En del tycker att det är grupstryck som gör att ingen vill sticka ut i en grupp utan stilen påverkar gruppen därför klär de sig likadant. Andra säger att de umgås med dem som är mest lika en själv och ”de som klär sig i samma stil hänger ofta ihop”. De grupper/gång som respondenterna anger i sina svar är: fjortis, raggare, emos, volvoraggare, bohemisk stil och esteter.

I analysen av ”olika stilar i grupper/gång” så anser jag att det beror på grupstryck, men att det alltid finns en och annan som vill sticka ut och synas i mängden. Samtidigt beror det på den identitetssökande process ungdomar går igenom, för att ta reda på vem de är eller vill vara inför andra i sin omgivning. Men det blir också så att man klär sig som sin omgivning, alltså ungdomar klär sig likadant som med dem de umgås med.

6.20 Kroppssmyckning/kroppskonst

De flesta respondenter tycker att kroppssmyckning (piercing, tatuering, fler hål i öronen etc.) är snyggt/fint, vilket är mer än 2/3. Fem av 32 stycken tycker att ”det är inget för mig” och det är en respondent som tycker att ”det är coolt/häftigt”. Ett par stycken har valt att inte svara på frågan. Det är över 2/3 av respondenterna som väljer att kommentera frågan och jag citerar några:

- ”Tycker det är snyggt om man inte har för mycket. Piercingar överallt är inte snyggt och en helt tatuerad kropp är inte heller snyggt. Jag tycker mindre om piercingar, tycker bara det är snyggt på näsvingen, i naveln och i örat om man räknar det som piercingar. Annars är det fult. Tatueringar tycker jag är snyggare på killar än tjejer men

visst kan tjejer med ha det men då tycker jag bara man ska ha någon liten sak och att det ska vara betydelsefullt".

- "Jag gillar naturligt och inte när man "förstör" sin kropp"

- "Beror sig dock på vad de är och vad de sitter"

- "Om man har en eller två men ej för mycket och inte i ansiktet"

Begreppet piercing enligt Nationalencyklopedin (2012) är en kroppssmyckning och betyder håltagning och kommer från engelskans pierce vilket betyder genomborra. Håltagning görs vanligtvis i t.ex. öra, näsa, navel, ögonbryn, tunga eller kind.

Sveningsson (2009) skriver i sin artikel "Unga, stil och nätet" där hon tolkar Mifflin (1997) "även om attityderna till kvinnor som har tatueringar eller piercings har förändrats, så finns det fortfarande stora skillnader mellan vilken typ, storlek och placering av kroppskonst som återfinns på mäns respektive kvinnors kroppar" (Lindgren 2009, s.99).

Min analys av "kroppsutsmäckning" visar att de flesta respondenter tycker att det är " snyggt/fint" med kroppssmyckningar av diverse slag, vilket är 24 av 32 (75 %) av respondenterna. Det är endast fem av 32 (16 %) som tycker att kroppssmyckningar inte är något för dem. Kommentarer som lagom, i rätt mängd, "det ska inte vara överdrivet mycket" anger några som svar. En del tycker att det beror på var placeringen är på kroppen, vilket motiv det är eller typ av kroppssmyckning. Några andra respondenter tycker att det inte ska vara för många, inte ska sitta i ansiktet och vara i lagom mängd. Jag anser att det är onödigt att ha en kommentarsrad i frågan, det hade räckt med de bundna svarsalternativen som finns, men samtidigt så är det 2/3 av respondenterna som har skrivit några kommentarer.

6.21 Vilka kroppsutsmäckningar bär du?

Som jag tidigare har nämnt är det idag väldigt vanligt med olika kroppssmyckningar av diverse slag så som t.ex. tatuering, piercing eller fler hål i öronen. Många tjejer bär flera hål i ena örat, längs efter hela örats kant, andra ungdomar har piercing i navel, tunga, bröst, näsa eller ögonbryn.

Jag frågar respondenterna om de har någon tatuering, piercing eller flera hål i örat/öronen och det är ungefär 2/3 av respondenterna som har det och resten som inte har det. Alla har svarat på frågan och några respondenter har både tatueringar, piercingar och hål i öronen eller både och. För att underlätta sammanställningen av följdfrågan väljer jag att dela in svaren i följande sex kategorier: hål i öronen, piercing i navlen, piercing i tungan, piercing bröstet, kroppstatuering och piercing. Vanligast är att respondenterna har hål i öronen och det är nästan 2/3 (19 stycken). 1/4 (åtta stycken) har piercing i navlen och det är fyra stycken har piercing i tungan. Ett par respondenter har tatueringar på kroppen. Det är en respondent som har piercing i bröstet och det är en annan som väljer att enbart skriva "piercing", men berättar inte var på kroppen den sitter.

Jag undrade om respondenterna ville ha tatuering, piercing eller fler hål i örat och alla respondenter väljer att svara på frågan. Det är över 2/3 av respondenterna som vill ha tatuering, piercing eller fler hål i örat och resten som inte vill ha fler kroppssmyckningar. Jag har delat in svaren i åtta olika kategorier: tatuering, piercing i örat, piercing i tungan, piercing ej specificerat var någonstans, piercing i naveln, smiley piercing och piercing bröstet. De flesta av respondenterna vill ha tatuering, piercing i örat eller piercing i tungan. Exakt hälften av dem som vill ha fler tatueringar. Det är sju stycken som vill ha piercing i örat och det är fyra stycken som vill ha piercing i tungan. Resterande fem anger olika ställen som de vill pierca sig på och det är navlen, "smiley", bröstet och piercing någonstans på kroppen.

När det gäller var på kroppen som de vill ha sina tatueringar har jag delat in dem i åtta olika kategorier: vaden, bakom örat, rygg eller arm, fot, arm, handled, revben och nacke. Fyra stycken av 32 respondenter vill tatuera sig på foten eller armen. Två stycken av 32 vill tatuera sig bakom örat. En respondent anger att hon/han vill tatuera sig på fyra olika ställen på kroppen och det är följande: nacke, revben, handled eller vad. En respondent anger att hon/han vill tatuera in texten: "Tatuera "you'll never walk alone" på underarmen". Någon anser att "piercing och tatueringar är många gånger trender". En annan vill göra en "smiley..." vilket är en piercing som ser ut som en halvcirkel som slutar med en knopp i varje ände. Den kan placeras b.l.a. i näsan. En respondent tycker att man ska tänka igenom vad som ska tatueras så man inte ångrar sig i framtiden och att det ska vara en text som betyder någonting.

"Ingen mer piercing, bara i örat (om det räknas) och jag skulle faktiskt kunna tänka mig en tatuering någon gång, någon text som verkligen betyder något. Men i så fall kommer det vara noga eftertänkt, jag vill inte ångra mig efter 10 år och stå där med en nalle puh tatuering på foten bara för jag tyckte den var söt"

Analysen av "kroppsutsmäckningar" visar att det endast är ett par stycken som har kroppstatueringar men det är 16 stycken som gärna vill tatuera sig. Detta kan dels bero på deras ålder, att föräldrarna inte accepterar det och enligt reglerna måste de vara 18 år för att få göra en tatuering. Innan dess måste de ha föräldrarnas godkännande. 15 stycken respondenter har redan funderat ut var de vill tatuera sig på kroppen. Ett par respondenter har även funderat på vad de ska tatuera och de anger exakt vad de ska tatuera och en respondent vill tatuera ett hjärta och en annan vill tatuera in texten:

"You'll never walk alone". De senaste åren har det blivit populärt bland ungdomarna att ha navelpiercingar och enligt svaren så är det åtta stycken som redan har det och en respondent vill gärna ha en navelpiercing. Fyra stycken respondenter har piercing i tungan och det är lika många som gärna vill ha det. Det är nästan 66 % som har olika kroppssmyckningar av diverse slag och det är nästan 72 % som gärna vill ha någon form av kroppsutsmäckningar.

6.22 Färger

De färger som respondenterna väljer på sina kläder är "färger som är "inne" moderiktiga" eller "färger som jag passar i" eller "färger som jag tycker om" eller "jag bryr mig inte, jag tänker inte det". Det är en del respondenter som har angett fler svarsalternativ. Övervägande del av respondenterna, vilket är 2/3 anger att de väljer en färg de tycker om på sina kläder. Det är över 2/3 av respondenterna som anger att de väljer färger på sina kläder som de passar i. Ungefär 1/6 av respondenterna som "väljer färger som är "inne" moderiktiga". Det är endast en respondent som anger att "de tänker inte på det eller som inte bryr sig" om färgvalet av kläder.

Nästan alla respondenter 29 stycken, tycker inte att det är viktigt att välja färger som är "inne" moderiktiga och det är endast tre stycken som tycker att det är viktigt att välja moderiktiga färger som är inne. Det är 49 stycken svar på frågan vilket betyder att respondenterna väljer mer än ett svarsalternativ.

Varje vår, sommar, höst och vinter kommer det nya färger för säsongen i klädkollektionerna ute i butiker, kataloger eller på internet. Varje säsong finns det färger som är mer mode- och trendriktiga och det finns alltid ett bassortiment av färger och accentfärger i en kollektion.

Färg finns överallt i vår omgivning och vi bär färger på våra kläder dagligen. Vi uttrycker något när vi väljer färg på våra kläder, medvetet eller omedvetet. En del människor väljer färger efter hur de mår, efter sinnestämningen för dagen och andra väljer färger som de tycker att de passar i. Färger kan påverka vårt sinnestillstånd och väcka känslor och vi föredrar vissa färger framför andra. Ambjörnsson (2011, s.7) menar att färg "... förklaras som en central del av människans existens och vara". Färger har en symbolisk innebörd och olika betydelse för olika kulturer. Ambjörnsson (2011, s.9) menar " vad färger gör och hur vi tolkar dem är däremot beroende av det samhälle och den tid vi befinner oss i" och att "samma färg kan ha helt olika betydelser i olika historiska tider eller på olika geografiska platser". Men vad har färg för betydelse och hur tolkar man färg? Ambjörnsson (2011, s.9) menar att "... människor aktivt använder sig av färger och låter dem symbolisera olika saker". "Eftersom färgen förmår väcka olika känslor hos oss, har den använts symboliskt i alla tider" (Ahnlund 1986, s. 18). Däremot tror jag att vi människor väljer färg både medvetet och omedvetet. "Vi påverkas alltid av färgerna. Vi väljer troligen också färg varje dag, medvetet eller omedvetet" (Ahnlund 1986, s.8). Enligt Ahnlund (1986) anser hon att "våra personliga färger på hår, ögon och hy bestämmer oftast vilka färger vi klär i" (Ahnlund 1986, s.8).

"Vi tycker om, tycker inte om, blir oroade eller lugna av olika färger. De utlöser psykologiska reaktioner. Vår uppfattning är individuell och beror delvis på vanor och erfarenhet" (Ahnlund 1986, s.9).

Min analys av "färgval" visar att de flesta respondenter väljer färger som de tycker om och passar i vid köp av kläder. Det visar sig att det inte är viktigt att välja färger som är moderiktiga och inne, vilket tyder på att de är självständiga och vågar lita på sin egen smak och stil när det gäller färg. Utbudet i affärerna har vissa färger som utgår från trender varje vår, sommar, höst och vinter, vilket konsumenterna måste anpassa sig efter. "Reklam, mode, tidningar, filmer och vänner kan få oss att ändra åsikt om färg" (Ahnlund 1986, s.8). Men idag finns de flesta plagg i olika basfärger som t.ex. svart och

vitt. Det märks att färger som är moderna och trendiga influerar på ungdomarna, vilket tydligt märks då de flesta tjejer har vita toppar eller linnen och blåjeans. Detsamma gäller converseskor som helst ska vara vita eller svarta. När det gäller väskor är de vanligtvis svarta eller bruna. De flesta killar som bär gymnastikskor eller skejtargymnastikskor är vanligtvis vita i färgen. De tajts/strumpbyxor som många bär under sin shorts eller till en längre tröja/ klänning är oftast svarta. Skinnjackorna som många ungdomar bär är mestadels svarta. Tjejer har vanligtvis mer färg på sina kläder än killar. Killarna är mer neutrala i sitt färgval och bär oftast inte färger som sticker ut för mycket, det är möjligen färgen på deras chinosbyxor som kan vara mer färgglada som t.ex. röda, blå.

7. Diskussion/slutsats

Ungdomsstilar är som en vandrande dagbok, eftersom kläder, accessoarer, frisyrrer, färger och kroppsutsmyckningar berättar mycket om personen som bär dem.

När vi identifierar en ungdom tittar vi på hur han/hon klär sig. Vi dömer medvetet eller omedvetet ungdomarna efter deras yttre utseende, hur de går klädda och vilken grupp de tillhör. Det sägs att vi skapar en uppfattning om en människa inom några sekunder.

Mode och trender påverkar medvetet eller omedvetet ungdomars val av stilar och livsstilar. Mycket reklam riktas mot ungdomar och medier hänger på för att påverka valet hos de unga konsumenterna som är en stark köpgrupp i dagens konsumtionssamhälle. Ekonomiskt sett är det inte alltid lätt för alla ungdomar att kunna köpa de klädesmärken de önskar och att kunna hänga med i kompisgruppens starka påverkan av att köpa ett par dyra märkesskor eller märkesjeans.

Skolan är den del av vårt samhälle där ungdomarna kommer i kontakt med omvärlden. En stor del av barn och ungdomars uppväxttid tillbringas i en skolmiljö, där de får nya vänner och kontakter. Olika grupperingar bildas och deras identitetsprocess sker i samspel med andra barn, ungdomar och vuxna i deras närhet. Skolans arena är en mötesplats för ungdomar och en utav de första miljöer där grupper bildas självvalt medvetet eller genom ett omedvetet val. Som pedagog kan jag skapa en större förståelse för gruppbildningar och eventuella utanförskap som bl.a. ungdomsklädstilar kan medföra i en skolmiljö.

Som blivande behörig lärare är det intressant att studera ungdomars identitetsbildande, gruppers betydelse, mediernas påverkanderoll, livsstilar, ungdomskulturer och ungdomsstilar, vilket ger mig större insikt att förstå ungdomar bättre och kunna bemöta dem bättre i mitt yrke som lärare. Det är viktigt att som lärare hänga med i ungdomars livsstilar, ungdomskulturer och samhällsutveckling för att skapa bättre förståelse för de bakomliggande faktorerna till deras identitetbildande.

Med våra kläder kommunicerar vi med andra, medvetet eller omedvetet. Genom de kläder, accessoarer och olika kroppsmyckningar ungdomarna bär signalerar de till sin omgivning sin sociala tillhörighet och gruppstillhörighet, deras identitet eller uttrycks

deras stil ett identitetssökande fas som sker under tonåren. Kläder och accessoarer kan uttrycka makt, framgång och social status. Precis som det finns klädkoder i övriga samhället så finns de även i skolans värld.

Samtidigt som vissa ungdomsstilar kommer att bestå, förändras en del stilar och nya ungdomsstilar tillkommer i takt med samhällets förändringar. Modet och trender förändras ständigt och nya klädstilar, klädesplagg och accessoarer uppkommer varje säsong.

Ungdomsstilar uttrycker deras personliga smak och stil, samtidigt som kamrater och gruppträck utgör en stor påverkanderoll för deras stilar. Ungdomar vill genom sin stil uttrycka vem de är, hur andra ska se på dem och vem de vill vara inför andra i sin omgivning. Ungdomsstilar och ungdomskultur har identitetskapande faktorer.

Stilar som casual, rockare, raggare, bohem, fashionista och emo tenderar mest bland ungdomsstilar enligt respondenterna. På en skola märks det tydligt vilka ungdomsstilar som härskar och som många ungdomar tar del av. Enligt mina observationer på ett par gymnasieskolor såg jag stilar som: volvoraggare, skejtare, fashionista, fortisar, rockare, bohem och casual stil vilket visar att de är de mest förekommande stilarna som tenderar idag.

När det gäller mode och trender har det hänt en del sedan enkätundersökningen och observationerna som genomfördes sent i våras. Eftersom dessa gör snabba svängningar och förändras varje säsong så hänger vissa modetrender kvar medan andra försvinner.

Ungdomars stilar är mer nedtonade till vardags, men när de klär sig till fest blir det ännu mer fokus på stilen, för då klär de upp sig lite mer än vanligt och använder mer accessoarer, smink, finare skor som t.ex. högklackat och de fixar till håret lite mer än extra.

Ungdomars vardagsstil är vanligtvis mer casual, fritidsbetonad, lite slappare och med sin stil uttrycker de att de vill ta det lugnt, ”chilla” och bara vara. Många ungdomar följer mainstream när det gäller stilar och val av klädesplagg. Det är inte så många som sticker ut i mängden utan bara en och annan. Det är ett slapt mode där ungdomar bär mjukisbyxor som inte sitter åt någonstans, gärna med extra ”gällivarehäng” där bak

dvs. med lång grensöm. Till detta bärs gärna en keps, som uttrycker att de (kanske) har en "bad hair day" eller att "gömma" sig inunder kepsen. Hood-tröja med huvan de kan "dölja" sig bakom, One-Pieceoverallen är som en stor "sparkoverall" och den utstrålar bara mys. Dessa plagg ger ett mer fritidsbetonat och avslappnat uttryck. Många ungdomar tycker om att sitta vid datorn, spela spel, chatta, titta på film, fika och chilla med kompisar där den avslappnade stilen passar bra.

De klädesplagg som ungdomar mest bär är blå stuprörseven och converseskor, vilket jag har märkt vid mina observationer av de vanligaste klädesplaggen på ett par gymnasieskolor. Även respondenterna anser det enligt svaren i enkätundersökningen. Mina observationer och ungdomarnas syn på vilka de vanligaste klädesplaggen stämmer bra överens med varandra.

De vanligaste klädesplaggen som tjejerna bär är: stuprörsmala blåjeans av stretch kvalitet och till detta gärna en vit top eller en större "bulsig" stickad tröja. Som ytterplagg bärs blå jeansjacka eller skinnjacka av modellen "knuttejacka", gärna svart. En del tjejer går omkring med hood-tröja/jacka. Som accessoarer används en stor svart eller brun väska av en pösigare modell. Det är vanligt med converseskor av den högre modellen, gärna vita till färgen även svarta men dessa kan ibland ha någon utstickande färg som röd. Många tjejer har plattat håret som är högt uppsatt tofs.

Killarna bär fritidsjackor i tunnare material med mer nedtonade neutrala färger jämfört med tjejerna. Hood tröja/jacka är vanligt. För det mesta bär de blåjeans, baggy jeans, men det finns vissa killar som sticker ut och bär kornblå eller röda chinos. T-shirts eller skjorta till jeansen är inne. De flesta killars skor är breda platta gympasskor, sneakers av något känt sportmärke och vita till färgen. På huvudet sitter ofta en baseballkeps. Killar har lite olika frisyrer, men mest vanligt är rakt långt hår hos rockarkillar och en kortare frisyra syns bland mainstreams.

Kompisar har en stor påverkande roll när det gäller ungdomsstilar. Många vill passa in och ansluta sig till de andra och bära likande klädstilar, men det finns alltid undantag. Medier har också en stor påverkan på ungdomars klädval och stilar. Utifrån respondenternas svar känns det som om de inte är medvetna om hur stor del medier, vänner och gruppsytryck påverkar deras olika val. Ingen vill känna sig utanför utan de vill tillhöra en grupp och bli accepterade, vilket kan ha att göra med att casual stilen

används av många ungdomar, där de följer mainstream, inte utmärker sig, utan är som alla andra.

Kroppssmyckningar har en betydande roll och har fått ett stort uppsving bland ungdomar idag. De flesta ungdomar vill gärna pryda sina kroppar med diverse kroppsutsmyckningar i form av piercingar och tatueringar. Det kan ses som en masspåverkan och som en grupptillhörighet att tillhöra gruppen tatuerade eller piercåde. Många kändisar inom idrotten och modevärlden, artister av olika slag och bloggare är förebilder för ungdomar i deras val av både livsstilar, klädesplagg, mode, trender och kroppsutsmyckningar.

När det gäller färger anser respondenterna att det inte har så stor betydelse om färgerna på kläderna är moderiktiga utan de väljer färger som de själva tycker om. Samtidigt finns det ett visst utbud av färger varje säsong i butikerna, vilket också begränsar deras val av färger. En del färger hänger även samman med en viss ungdomsstil. Färger som ungdomar vanligtvis väljer är rätt neutrala färger och det är inte så många som har allt för uppseendeväckande färger. Sedan finns det alltid de som vågar välja starka färger. Dessutom har gruptrycket en stor betydelse för ungdomars färgval, vilket märks på de kläder och skor som ungdomarna bär.

För att förtydliga enkätundersökningen skulle jag ha gjort några djupintervjuer med en del ungdomar för att få mer ingående och djupare svar på många frågor. När det gäller enkätens upplägg skulle antalet frågor minskats och dessa skulle vara mer fokuserade på mitt syfte med frågeställningarna. Samtidigt får man en bättre bild av ungdomarna när man har fler frågor inom ett bredare område. Om inte annat kan underlaget användas i ett annat forskningsarbete, där man bara fokuserar på mediers betydelse och påverkan på ungdomen. Det arbetet kunde fokusera mer på nätdagböcker. Vidare forskning kring kroppsutsmyckning/kroppskonst kunde även utvidgas och behandlas.

Det hade varit intressant att göra enkätundersökningen på fler gymnasieprogram och sedan jämföra dessa med varandra, för att se vilket resultat det hade gett. Dessutom att göra samma undersökning i en stad och i ett mindre samhälle, för att sedan jämföra resultaten.

Det skulle gå att vidga forskningsområdet kring de ungdomsstilar som tenderar idag, men att respondenterna beskriver ungdomsstilar mer ingående t.ex. vilka klädesplagg

och accessoarer de anser är typiska för en viss ungdomsstil? Där skulle i sådant fall intervjuer vara en bra metod.

Ett annat forskningsområde som vore intressant är vad olika symboler uttrycker och har för betydelse. Hur tolkar man dem som lärare och vad har de för innebörd.

Kanske kan den kunskapen vara till nytta i skolans värdegrundsarbete.

De rapporter och artiklar från Ungdomsstyrelsen FUS har varit till stor hjälp och givande för mitt arbete med ungdomskulturen i Sverige. Carlströms bok "Metodik för utvecklingsarbete och utvärdering" har gett mig vägledning i mitt arbetes utförande och genomförande. Axéns bok "Från Elvis till Emo, ungdomskulturer..." har gett mig mest information och beskriver om lite olika ungdomsstilar som råder i samhället.

Däremot känns boken till viss del lite oseriös i sin skrift jämfört med annan litteratur jag har läst om ungdomskulturer som t.ex. Lindgrens bok "Ungdomskulturer".

Lalanders bok "Ungdomsgrupper i teori och praktik" tar upp intressant fakta om ungdomsgrupper, livsstilar och medier som jag har tagit del av. Ambjörnssons bok "Rosa- den farliga färgen" lägger sitt fokus på genusperspektivet och då på flickor/tjejer, vilket är intressant att ta del av. Boken om jeans är en lättläst bok och som ger mycket fakta om just jeansen, men som helhet ligger den inte på forskarnivå.

8. Referenser

- Ahnlund, Gunilla. (1986). Färg – känna och uppleva. Stockholm: LT's förlag
- Alasfoor, Jacob (2008). Alla som inte är brats är våldtäktsmän. Lund: Lundagård, Sveriges äldsta studenttidning. Tillgänglig: www.lundagard.se (2012-07-09)
- Ambjörnsson, Fanny (2011). Rosa – den farliga färgen. Stockholm: Ordfront förlag
- Axén, Mattias (2010). Från Elvis till Emo, ungdomskulturer 1950-2010. Lund: BTJ förlag
- Bjurström, Erling (2005). Ungdomskulturer (stil och smak). Umeå: Boréa Bokförlag
- Bunar, Nihad & Trondman, Mats (red) (2001). Varken ung eller vuxen. Klosterberg, Christina. Populärkulturella drömmar och förlorade möjligheter -Unga tjeiers läsning av Veckorevyn. Stockholm: Atlas
- Carlström, Inge & Carlström Hagman, Lena-Pia. (2006). Metodik för utvecklingsarbete och utvärdering. Lund: Studentlitteratur
- Converse. Tillgänglig: www.converse.com (2012-07-07)
- Fornäs, Johan (1994). Ungdom, kultur och modernitet. Ungdomskultur i Sverige FUS-rapport nr. 6. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposion
- Gripsrud, Jostein (2008). Mediekultur och mediasamhälle. Uddevalla: Bokförlaget Daidalos AB
- Kazmierska, Natalia (2009). Partille-Johnny. Stockholm: Expressen. Tillgänglig: www.expressen.se/mode/johnny-hetast-pa-natet (12-07-12)
- Lalander, Philip & Johansson, Thomas. (2010). Ungdomsgrupper i teori och praktik. Lund: Studentlitteratur
- Lindgren, Simon (red) (2009). Ungdomskulturer. Malmö: Författarna och Gleerups, Malmö Utbildning AB
- Lloyd Kyi, Tanya & Lindén Ivarsson, Anna-Stina. (2006). Älskade Jeans: jeansens historia synad i sömmarna. Stockholm: Alfabetabokförlag
- Nationalencyklopedin (2012). Piercing. Tillgänglig: www.ne.se (2012-07-16)
- One-Piece. Tillgänglig: www.onepiece.se (2012-05-13)
- Sköld, Josefin (2010). Jag är en livsnjutare. Brat. Stockholm: Aftonbladet. Tillgänglig: www.aftonbladet.se/nyheter/article12395645.ab (2012-07-09)
- Svensson, Birgitta (1997). Tatuering- ett Sinnligt äventyr. Stockholm: Nordiska museets förlag

Tv-kanalen Star, tv-programserie om design av skor "Elements of Shoes" och programmet "Head over heels" (2012-06-13)

Ungdomsstyrelsen rapporterar 21 (2001) Bara vara. Ungdomsstyrelsen. Tillgänglig: www.ungdomsstyrelsen.se

Ungdomsstyrelsen (2006) Fokus 06 En analys av ungas kultur och fritid. Ungdomsstyrelsens skrifter 2006:4. Tillgänglig: www.ungdomsstyrelsen.se

Ungdomsstyrelsen (2007) Fritidens roll Unga med attityd Ungdomsstyrelsens attityd- och värderingsstudie 2007:11. Ungdomsstyrelsen. Kapitel 13. Stockholm: Fritzes. Tillgänglig: www.ungdomsstyrelsen.se

Ungdomsstyrelsen (2007). Unga och nätverkskulturer – mellan moralpanik och teknikromaner. Ungdomsstyrelsens skrifter 2007:12. Tillgänglig: www.ungdomsstyrelsen.se

9. Bilagor

Bilaga 1: Enkätfrågor

Bilaga 2: Följebrev enkätundersökning och fotografering

Bilaga 3: Samtyckeblankett vid fotografering

Bilaga 4: Mall för observation

BILAGA 1 (antal sidor: 7)

Enkät/frågor om ungdomsstilar

Bakgrundsfakta:

Ålder 16 år 17 år 18 år 19 år 20 år

Kön Kille Tjej

Går du på gymnasiet? Ja Nej

Vilket program går du på gymnasiet? _____

Bor ni i: Lägenhet Villa Radhus

Jag bor i en stad Jag bor i ett mindre samhälle

Mina föräldrar är: Giftn Sambo Särbo
Ensamstående

Antal syskon: Inga _____ styck

Vad har dina föräldrar för utbildning?

Grundskola Gymnasieskola Studier på
högskola/universitet

Ingen utbildning Lärling/självlärd Vet inte

Vad arbetar dina föräldrar med idag? Eller studerar de?

Tycker du att dina föräldrar är

medelinkomsttagare Låginkomsttagare Höginkomsttagare

Olika medier

1. Vilka typer av tidningar/magasin läser du (t.ex. mode, sport, serier)? Namnge dem:

2. Läser du olika bloggar?

Ja Nej

Om du svarar ja, vilka bloggar läser du i sådant fall på nätet och varför?

3. Finns det några speciella modebloggar som du följer?

Ja Nej

Om du svarar ja, ge exempel på vilka modebloggar följer du?

4. Chattar du på nätet?

Ja Nej

Om du svarar ja, vilka sidor chattar du, ge exempel?

5. Spelar du dator- och tv-spel?

Ja Nej

Om ja, ge exempel på vilka?

6. Vad läser du för typ av böcker? (Action, thriller, fantasy, skräck, romantik, humor etc.)

7. Vad gillar du för typ filmer? (action, thriller, fantasy, skräck, romantik, humor etc.)

8. Vad tittar du på för typ av tv-program? (t.ex. Reality Shows t.ex. Värmland Forever, Big Brothers eller fantasy, serier, nyheter, film, dokumentärer etc.)

9. Vad har du för musiksmak/stil? Vilken typ av musik lyssnar du på? (rock, pop, house, Electro pop, disco, reggae, Synth) etc.

Shopping

10. Handlar kläder på nätet?

Ja Nej

Om du svarar ja, vilka internetbutiker handlar du på då?

11. Hur mycket handlar du i genomsnitt kläder för i månaden?

12. Är det viktigt vilket klädmärke det är eller att det är kända märken?

Ja Nej

Varför?

13. Är det några speciella klädesmärken som du handlar mest? Vilka i sådant fall?

14. I vilka butiker handlar du i vanligtvis när du shoppar? (t.ex. H & M, Gina Tricot, Lindex, New Yorker etc.)

Klädstil

15. Vad kallar du din egen stil (klädstil/utseende)? (t.ex. Emo, Rockare, Fashionista, Lolita, Raggare, Bohem, Casual etc.)

16. Är det viktigt med utseende (hur du ser ut och klär dig dagligen t.ex. smink, fixa håret, raka dig etc.)?

Ja Nej

Varför?

17. Har du en annan stil när du går på fest än till vardags?

Ja Nej

Om du svarar ja, hur klär du dig då? (Använder du någon annan typ av klädsel, skor, andra accessoarer etc.)?

18. Vilken typ av skor använder du dagligen? Något speciellt märke?

19. Är det viktigt med kläder och mode? Är det viktigt för dig att hänga med i modetrender (Färger, stilar, mönster, modeller på kläder)?

Ja Nej

Varför?

20. Vilka klädstilar tycker du att de finns bland dagens ungdomar? (t.ex. Emo, Rockare, Fashionista, Lolita, Raggare, Bohem, Casual etc.)

21. Hur tycker du att dagens mode ser ut bland ungdomarna? Vilka plagg tycker du att ungdomarna använder mest i dag? (t.ex. hood-jacka, mjukisbyxor, One-Piece, Jeans etc.)

22. Vilka typer av accessoarer tycker du är typiskt bland dagens ungdomar? Vad använder du och dina kompisar? (t.ex. öron hängen, halsband, armband, etc.) Hur ser de ut? Beskriv dem gärna.

23. Vilka typer av frisyrier tycker du är vanliga bland dagens ungdomar?

24. Är det lätt att döma andra pga. deras stil/utseende? Positivt och negativt? Förklara

25. Finns det någon idol/förebild som du ser upp till? (t.ex. Inom musik, mode, bloggare, idrott eller annat område)? Varför i så fall?

Grupptillhörighet/gäng

26. Tycker du att det finns det olika stilar i olika grupper/gäng? Vilka är det i sådant fall och varför tror du att det är så?

27. Är det viktigt att tillhöra en grupp/ett gäng (fler än två stycken personer)? Varför eller varför inte?

Kroppssmyckning/kroppskonst

28. Vad tycker du om kroppssmyckning (piercing, tatuering, fler hål i öronen etc.)?

Det är snyggt/fint Det är coolt/häftigt Det är inget för mig

Kommentar: _____

29. Har du någon tatuering, piercing? Fler hål i örat/öronen?

Ja Nej

Om du svarar ja, vad och var i sådant fall

30. Skulle du vilja ha en tatuering, piercing, fler hål i örat etc.?

Ja Nej

Om du svarar ja på frågan: vad och var i sådant fall? (t.ex. tunga, navel, örat, ögonbryn, näsan)

Intressen

31. Vad har du för fritidsintressen? Andra intressen?

32. Vad gör du på din fritid (efter skolan)? (t.ex. umgås med kompisar, kollar på film, sitter vid datorn, tränar någon sport etc.)

33. Vad gör du på fritiden när du är tillsammans med dina kompisar?

34. Var träffar du dina kompisar på fritiden? Speciella ställen som ni hänger på (t.ex. fik, hemma hos någon, på stan etc.)?

Färger

35. När du väljer färger på dina kläder, väljer du...

- Färger som är ”inne” moderiktiga
- Färger som jag passar i
- Färger som jag tycker om
- Jag bryr mig inte, jag tänker inte det

36. Är det viktigt att välja färger som är ”inne” moderiktiga?

- Ja Nej

Tack för din medverkan!

Med vänliga hälsningar

Lisa Grönborg

BILAGA 2 (antal sidor: 2)

Följebrev – enkätundersökning och fotografering

Jag, Lisa Grönborg är lärarstudent på Linnéuniversitet i Växjö/Kalmar, där jag studerar på distans till yrkeslärare för gymnasieskolan med inriktning på hantverksprogrammet.

I mitt examensarbete har jag för avsikt att studera dagens ungdomsstilar, ungdomskulturer och ungdomars identitet. Målet är att jag ska försöka skapa mig en bild av dagens ungdomsstilar, hur den ser ut och vad som kan påverka ungdomars val av stil. Jag har valt att genomföra enkätundersökningen på killar och tjejer, i åldern 15-20 år.

Resultatet av undersökningen av enkätfrågorna kommer jag att presentera både i muntlig och skriftlig form i augusti 2012 i min examensgrupp (examinator, opponenter, handledare, mentorer och medstudenter).

En del ungdomar kommer bara att svara på enkäten och andra ungdomar kommer att både bli fotograferade och svara på enkäten. Därmed önskar jag ert samtycke om godkännande att få visa bilderna i offentligt sammanhang och dels för att använda bilderna och svaren från enkäten i min skriftliga rapport om ungdomsstilar. Detta kommer naturligtvis ske i ert samtycke med er för godkännande.

Undersökningen är frivillig och er medverkan kan avslutas när som helst. Ni som deltar i undersökningen förblir konfidentiellt och jag garanterar att er identitet skyddas och inga personliga uppgifter lämnas ut.

Jag vill gärna att ni läser noggrant igenom frågorna och sedan svarar så ärligt och utförligt som möjligt på alla frågor.

Tack för er medverkan!

Lisa Grönborg

Student vid Linnéuniversitetet i Växjö/Kalmar

Växjö den 13 maj 2012

Vill ni ta del av de fotografierna jag tagit utav er och/eller utav mitt examensarbete så kontakta mig via email.

lisa.gronborg@alvesta.se

lg22fb@student.lnu.se

rutlisa@hotmail.com

BILAGA 3 (antal sidor: 1)

Samtyckeblankett vid fotografering/intervju av underårig eller myndig till mitt examensarbete om ungdomsstilar i dagens samhälle

- Jag godkänner att **delta** med fotograferade bilder av mig i närbild **utan** ansikte och hur bilderna ska publiceras.
- Jag godkänner att **delta** med fotograferade bilder av mig i närbild **med** ansikte och hur bilderna ska publiceras
- Jag godkänner att **delta** med fotograferade bilder av mig i helfigur **utan** ansikte och hur bilderna ska publiceras
- Jag godkänner att **delta** på fotograferade bilder av mig i helfigur **med** ansikte och hur bilderna ska publiceras
- Jag godkänner **inte** alls att bli fotograferad

- Jag är **under** 18 år och i samtycke av mina föräldrar får jag delta i undersökningen i form av intervjufrågor och fotografier och hur de ska publiceras.

- Jag är **över** 18 år, dvs. myndig att ta ett eget beslut om fotografering och deltagande i undersökningen i form av intervjufrågor och fotografier och hur de ska publiceras.

- Jag får endast delta i enkätundersökningen

Undertecknad samtycker här med att min dotter/son får delta i undersökningen om ungdomsstilar med/utan fotografier (se alternativ ovan) och att de publiceras enligt ovan, utan namn på personen och andra personliga uppgifter för att skydda identiteten.

Vårdnadshavares underskrift och godkännande

Myndig elev/ungdom för underskrift och godkännande

BILAGA 4 (antal sidor: 1)

Mall för observation av ungdomsklädesplagg

Mallen för observation följer följande struktur och i kategorierna:

Kille

Klädesplagg på överkroppen

Klädesplagg på underkroppen

Frisyrer

Skor

Andra accessoarer

Färger

Tjej

Klädesplagg på överkroppen

Klädesplagg på underkroppen

Frisyrer

Skor

Andra accessoarer

Färger

Lnu.se

Institutionen för teknik

351 95 Växjö

tel 0772-28 80 00, fax 0470-76 85 40