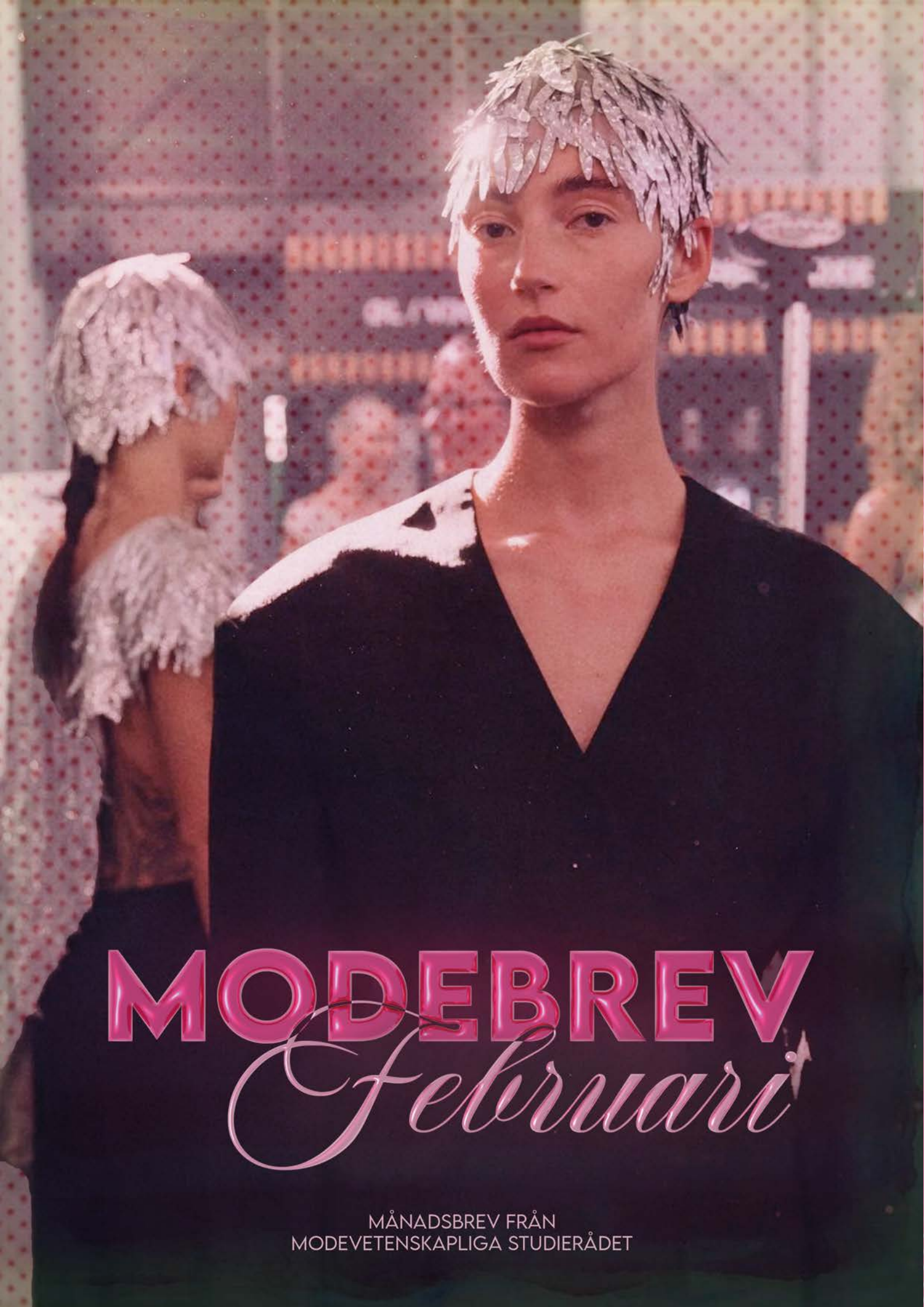




CONTENT

01 APPLE CIDER VINEGAR-
SOCIALA MEDIERS PÅVERKAN
Julia Lundgren

02 3 TRENDER PÅ TIKTOK
Tindra Liljeberg Nilsson

03 DIKT- VÄNNOR
Tindra Liljeberg Nilsson

04 COPENHAGEN FASHION WEEK
Liyah Qvarforth

Utgivare
Modevetenskapliga studierådet

Redaktörer
Sandra Ghirmasion & Julia Lundgren

Art Directors
Liyah Qvarforth, Gabrielle Ekecrantz & Sue-Sanna Hoang

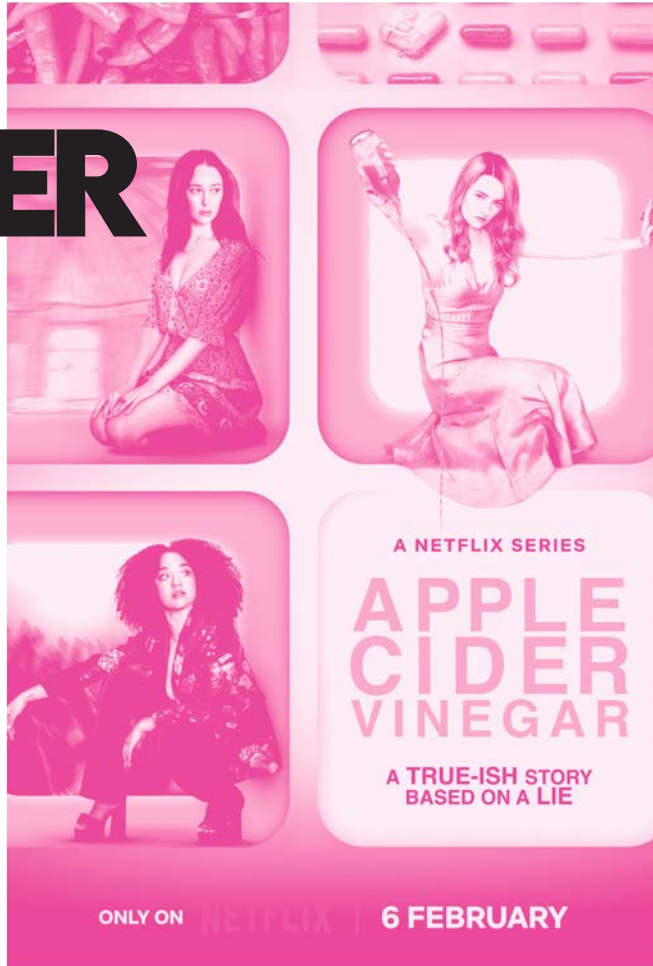
MODEBREV
Februari

MÅNADSBREV FRÅN
MODEVETENSKAPLIGA STUDIERÅDET

APPLE CIDER VINEGAR

Jag har precis börjat kolla på den nya serien Apple cider vinegar på Netflix, låt oss prata om den!

För er som inte har koll på serien så är den inspirerad av en verklig händelse. Den handlar om Belle Gibson som lyckades lura hela internet att hon botade sin dödliga cancer genom hälsosam kost. Hon hade ett konto på instagram som tog fart 2013 med en följarskara på flera hundra tusen. Hon skapade även en app så att hälsosamma kostval skulle bli enklare samt gav ut en kokbok. Detta ledde sorgligt nog till att många avstod från sina läkares råd och inte överlevde sin egen cancerdiagnos. Men hur kunde det gå så långt? Hur kunde en ung tjej på instagram skapa större trovärdighet än en läkare? Och hur kan en influencer ha den kraften att påverka människor?



SOCIALA MEDIERS PÅVERKAN

En viktig aspekt till hur hon lyckades lura så många människor kan vara viljan att tro. Jag kan inte ens våga uttala mig om hur dåligt man måste må av kemoterapi men hade jag haft valet mellan att pumpa kroppen full med gifter eller att ändra min kost hade jag troligtvis valt det senare. Det låter som en fantasi, ett magiskt botemedel för något så brutalt. Självklart vill man tro att hälsosam kost kan läka kroppen från cancer istället för att ta cellgifter som påverkar måendet negativt. Så när Belle Gibson förklarar att det var så hon överlevde cancer är det förståeligt att folk ville tro på det. Vem skulle dessutom ljuga om en sådan grov sak?



Något som även behöver förstås är att människor söker sig till sammanhang och tillhörighet. Influencers kan genom sociala medier skapa detta sammanhang och sedan utnyttja det för ekonomisk vinning, vilket var vad Belle Gibson gjorde. Det är en vanlig marknadsstrategi att skapa sammanhang mellan konsumenter för att väcka intresse för produkten eller tjänsten som säljs, i detta fall en app och en bok. Vi fick i kursen MODA36 läsa om konsumtionsstammar, vilket är en grupp konsumenter med samma värderingar, och vi fick även läsa om vikten av att företagen skapar tillit genom att förmedla äkthet till konsumenten. Belle Gibson har alltså samlat en sådan konsumtionsstam i skapandet av en mötesplats på sitt instagramkonto och genom att verka genuin kunde hon även skapa en känsla av äkthet, vilket gjorde att hon fick det förtroende hon behövde för att sälja sin produkt.

En annan aspekt att ha i åtanke är instagrams tidiga stadie. Instagram lanserades 2010 och ökade i popularitet snabbt därefter, bara första dagen fick de 25 000 användare. Plattformen lockade många influencers och företag som såg potentialen i att tjäna pengar på sociala medier, däribland Belle Gibson. Instagram var dock fortfarande ett relativt nytt fenomen och inte den plattform som den är idag. Det fanns inte lika många influencers och hon kunde på grund av det enklare synas och få en röst. Hade detta hänt idag hade hon kanske inte lyckats nå ut till och övertyga den mängden som hon gjorde, på grund av det ständiga informationsflödet. Hennes otroliga historia sticker dock ut och med den har hon ett övertag gentemot de andra kostinfluencerna, vilket hade kunnat bidra till att hon inte försvunnit in i bruset. Hade detta hänt nu tror jag dock att någon med utbildning kring detta ämne hade sett igenom hennes lögn och lagt upp kritik innan så många litat blint på henne.

Så med detta sagt, tro inte på allt som sägs online!

FÖRFATTARE:
JULIA LUNDGREN



3 trender på *TikTok*

Författare: Tindra Liljeberg Nilsson

Avslöjar hemligheter

När det stod klart att TikTok skulle bannas i USA tog flera influencers sig till appen och avslöjade sina hemligheter. Den jag blev mest chockad över var influencern Eva Gutowski, även känd som "MyLifeAsEva" som avslöjade att hon under 2015 var med i en "sub/dom" relation. Hon skriver att relationen var 50 shades of grey likt och att killen var en av de mest kända sociala-medieprofilerna under tiden, och kommentarsfältet var fullt av folks gissningar av vem denna hemliga man är.

Project pan

Project pan är en trend som har cirkulerat på TikTok i några omgångar. Den går ut på att man ska använda upp alla sina produkter innan man köper nya. Det började med smink men fortsatte med hudvård och kroppsvård. Project pan skiftar blicken från nya produkter och tillbaka till de produkter vi redan har hemma. Jag tycker att trenden är bra för att det bidrar till att minska överkonsumtionen som man ofta ser på sociala medier.

Dua Lipas Coca-Cola recept

Dua Lipa delar med sig av sitt Diet-Coke-recept på MTVs TikTok. Där blandar hon Coca-Cola Light, pickle juice och jalapeno juice. Detta är ingenting jag har provat personligen, men många har testat i videos på TikTok. Det låter spännande men också grovt läskigt.



MyLifeAsEva



Project Pan



Dua Lipa x
Coca-Cola

Dikt:

"Väninnor"

Författare:

Tindra Liljeberg Nilsson



Väninnor.

Inga tankar strömmar in,
misstag och felsteg,
hör inte hemma här,
inte i vår värld

För allt stöd du givit mig
Kan jag inget tillbaka ge

I detta ögonblick,
är vi det enda som behövs
Du och jag, ett vänskaps-
band.

önskar våra stunder på
kassetband

Tack för att du finns hos
mig,

en vän för livet, nu och
för all framtid



I din famn,
Är jag trygg
Inget kan skada mig nu
Här och nu finns bara
vi,
tyst och stilla,
i vår lilla asplund





som Volontär

Den 27-31 januari volontärarbetade jag tillsammans med mina fem vänner och kursare på Copenhagen Fashion Week - en fantastisk upplevelse som vi varmt rekommenderar! Det var första gången för oss alla, och jag arbetade med fem helt olika varumärken, vilket var både inspirerande och lärorikt.

Våra arbetsuppgifter varierade från att bygga scen och assistera backstage med modeller till att välkomna gäster och säkerställa att allt flöt på smidigt. Att få en inblick i hur modeveckan fungerar bakom kulisserna var otroligt givande och har absolut gett oss värdefull erfarenhet för framtiden.

Vi kan verkligen rekommendera att volontärarbeta under kommande modeveckor - både för CV:ets skull och för den fantastiska upplevelsen! <3



Skriven av: Liyah Qvarforth

Märken:

- Alectra Rothchild
- Rolf Ekroth
- MKDT Studio
- CMMN SWDN
- Rotate





Tack för oss!

Instagram
Modevetenskap_lu

TikTok
Modevetenskap_lu

Facebook
ModevetenskapligaStudierådet

Mail
Studieradmov@gmail.com

Utgivare
Modevetenskapliga Studierådet

Redaktörer
Sandra Ghirmasion & Julia Lundgren

Art Directors
Liyah Qvarforth, Gabrielle Ekecrantz &
Sue-Sanna Hoang