

När mode cirkulerar:

Kroppar, känslor och autenticitet i digitala flöden

**MAGDALENA
PETERSSON MCINTYRE**

Modetrender växlar i allt snabbare tempo och klädindustrin producerar större och större avfallsberg. Samtidigt har second hand och hållbarhetsideal blivit en del av den enorma klädmarknaden. En central aspekt av klädmarknaden är också modets digitalisering, där modet inte längre formas i modemagasin utan av algoritmer. Magdalena Petersson McIntyre skriver.

Garderober svämmar över, second hand-plattformar växer snabbt och plagg används allt färre gånger, samtidigt som produktionen fortsätter att öka och priserna pressas nedåt. I takt med att klädbergen växer etableras hållbarhet som ett av modets viktigaste ideal, inte i opposition till konsumtionen, utan som en av de krafter som driver den.

Samtidigt som utbudet tycks oändligt framstår uttrycken som allt mer likartade. Variation artikuleras främst genom snabbt skiftande mikrotrender, där stilar etableras och försvinner i snabb följd. En idealiserad 1990-talsminimalism, inspirerad av **Caroline Bessette Kennedy**, cirkulerar till exempel just nu som estetiskt ideal.

Försök att hantera överflödet, genom kapselgarderober eller uppmaningar att köpa färre men bättre plagg, återskapar ofta samma logik de vill bryta med. Att förenkla garderoben börjar inte sällan med ett nytt köp, samtidigt som det i praktiken ofta är enklare att ersätta plagg än att reparera dem.

I dag formas mode i hög grad genom digitala bildflöden där kroppar, plagg och livsstilar ständigt rör sig mellan digitala plattformar. Det som uppfattas som nytt etableras, sprids och ersätts i snabb takt och det är också här som stil i allt högre grad tar form. Vardagliga klädpraktiker har blivit något som visas upp: från påklädning till uppackning och visning i så kallade *get ready with me*-videor, där användare dokumenterar sin påklädning, och *haul*-videor, där nyinköpta plagg presenteras.

I dessa flöden blir influencerkulturen central. Gränserna mellan vardagsliv, estetik och reklam suddas ut, och påklädning, konsumtion och intima situationer blir delar av kommersiella samarbeten. Personliga uttryck vävs samman med varumärken och klickbara länkar.

När mode allt oftare tar form i dessa flöden förändras också kroppens betydelse. Den klädda kroppen förblir central, men framträder i bilder där den inte bara avbildas, utan också formas och ibland ersätts av digitalt genererade och bearbetade kroppar.

Frågan om vad som uppfattas som äkta blir här allt mer central. Autenticitet framträder inte bara som ett ideal, utan som något som produceras, sprids och får värde i dessa miljöer. Kläder blir inte bara plagg, utan resurser i en ekonomi där även kroppar och känslor mäts och omvandlas till data.

Det som framträder här är en förskjutning i var och hur stil får mening: från att främst formas i användning, till att i allt högre grad uppstå i de bildflöden där den syns, värderas och får genomslag. När stil allt mer formas i digitala bildflöden förändras inte bara hur mode sprids och får betydelse, utan också vad som framstår som relevant, trovärdigt och möjligt.

MODE PÅ KROPPEN

Under 1980-talet började mode på allvar ta plats som forskningsfält, inte minst genom arbeten av **Elizabeth Wilson**, **Angela McRobbie** och senare **Joanne Entwistle**. Här kom mode att förstås som något mer än kläder: som en kroppslig och social praktik, där stil används för att skapa identitet och förhandla normer kring kön, klass och sexualitet. Kläder var inte bara objekt, utan något som skapas och som får mening i vardagen.

Detta perspektiv har utvecklats vidare i senare forskning. Hos **Susan B. Kaiser** framstår mode som en process snarare än en samling ting. Kläder får sin betydelse i användning, i relation till specifika situationer och sammanhang. Centralt är idén om förkroppsligande: att mode sker genom kroppen, i mötet mellan kropp, plagg och kontext.

Men vad händer med denna förståelse av mode när det i allt högre grad formas i digitala miljöer?

Här framträder den klädda kroppen inte bara som något som upplevs, utan också som något som formas genom bilder och plattformar. Den blir därmed en del av ett större sammanhang där uttryck utvecklas i relation till digital synlighet och publikens respons.

Mode organiseras därmed i allt högre grad genom cirkulation i sociala medier, där kroppsliga och visuella praktiker sam-

manflätas på nya sätt. Bilder av kroppar, plagg och stilar sprids och omformas i realtid. Kläder kan få betydelse utan att nödvändigtvis bäras, genom att spridas i bildflöden som delvis är frikopplade från den kroppsliga praktiken.

Samtidigt är detta inte helt nytt. Mode har alltid varit beroende av bilder. I modemagasin, reklam och fotografi har kläder inte bara representerats, utan också formats som estetiska och kulturella uttryck. Det som förändras i digitala miljöer är därför inte bildens närvaro, utan dess funktion. Där bilder tidigare organiserades genom redaktionella val, formas de i dag genom algoritmiska urval och användares interaktioner.

Bilder fungerar därmed inte bara som representationer av mode, utan som platser där mode formas i relation till synlighet och respons.

ATT FRAMSTÅ SOM AUTENTISK

Influencerkulturen växer fram tillsammans med sociala medier, där det som visas inte bara ska vara stilfullt, utan också kännas nära och igenkännbart. Bilder av vardag, kropp och kläder presenteras som spontana och personliga, även när de är noggrant arrangerade. Det handlar inte bara om vad som bärs, utan om hur det visas, i former där det vardagliga framträder som något speciellt.

Här får autenticitet en särskild tyngd. Mode har länge omgärdats av föreställningar om ytlighet och artificiell estetik, och som **Agnès Rocamora** har påpekat präglas branschen av ett starkt begär efter det som uppfattas som äkta.

Det som framstår som spontant är dock ofta resultatet av återkommande bildspråk och kontinuerlig anpassning till publikens respons. Autenticitet fungerar därmed inte bara som ett ideal, utan som något som avgör vad som blir synligt och får genomslag.

I denna ekonomi suddas gränsen mellan det personliga och det kommersiella ut. Det personliga blir samtidigt en affärsmodell, där uttryck justeras i relation till publikens re-

spons. Autenticitet framträder här som något som kan mätas och optimeras.

Influencers kropp framträder i detta sammanhang som en medierad och justerbar form, skapad genom kameror, filter och digitala plattformar. Genom att framställa det eftersträvarsvärda som nåbart genom att framstå som nära och igenkännbart skapas en känsla av autenticitet, samtidigt som detta visar att gränsen mellan det privata och det kommersiella inte är fast, utan ständigt omförhandlas.

AI-influencers gör denna logik särskilt tydlig. När autenticitet kan simuleras utan en fysisk kropp framträder den som en estetisk effekt snarare än en egenskap hos ett levtt liv. Samtidigt visar de något mer: att autenticitet inte nödvändigtvis bygger på en "verklig" kropp. I fallet med den virtuella influencern *Lil' Miquela*, en digitalt skapad karaktär med miljontals följare, iscensätts autenticitet snarare genom en form av öppenhet kring det artificiella. Att vara en konstruktion blir inte ett hinder, utan en del av det som gör uttrycket trovärdigt. Paradoxalt nog kan det mest artificiella framstå som det mest autentiska, just när konstruktionen inte döljs, utan erkänns. Det handlar då inte om en verklig kropp, utan om förmågan att framkalla igenkännbara känslor. Det som känns äkta uppfattas som äkta.

Samtidigt formas synlighet och värde i allt högre grad inom plattformarnas tekniska och ekonomiska ramar. Vissa kroppar, uttryck och livsstilar gynnas systematiskt, medan andra förblir mindre synliga.

NÄR KROPPEN BLIR DIGITAL

I modeforskningen har kroppen länge varit en central utgångspunkt i förståelser av hur mode får mening. I digitala miljöer omförhandlas denna relation.

Denna förskjutning blir särskilt tydlig i influencerkulturen. Kroppen framträder här som en hybrid, där fysisk kropp, digitala verktyg och kommersiella sammanhang samverkar. Den verkar därmed i flöden där uttryck

formas i relation till synlighet och respons.

Med AI-modeller och digitala avatarrer drivs utvecklingen vidare. Här framträder kroppar som saknar fysisk motsvarighet, men ändå fungerar som modekroppar. Det avgörande är inte om kroppen är verklig, utan om den kan skapa igenkänning och fungera som mode inom modets visuella och affektiva logiker.

Mode har ofta förståtts antingen som text, där kläder analyseras som tecken, eller som förkroppsligad praktik, där stil får mening i användning. I digitala sammanhang framträder också andra sätt att förstå hur stil får mening, där den formas i spridning och förändring snarare än enbart i praktiker eller representationer.

Detta innebär inte att den fysiska kroppen försvinner, utan att kroppens roll förändras. Mode upplevs fortfarande genom kroppen, men det som uppfattas som stil formas i allt högre grad i de flöden där bilder upprepas och får genomslag.

AFFEKT, DATA OCH BERÄKNING I MODE

Den här utvecklingen kan också förstås genom affektteori. Här handlar affekt inte enbart om individuella känslor, utan om hur känslor uppstår och rör sig mellan kroppar, objekt och medier, och hur vi påverkas av och reagerar på det vi ser.

I influencerkulturen formas och förstärks affekter genom bilder av estetiserade vardagliga situationer, öppenhet kring känslor och inblick i privatlivet. Autenticitet framträder då som en affektiv effekt, där relaterbara uttryck väcker respons och får genomslag och uppfattas som trovärdiga.

Denna respons fångas i sin tur upp genom digitala plattformar. De registrerar och analyserar kontinuerligt användares beteenden, som klick och gillanden. Affektiva responser blir därmed mätbara och omvandlas till data som används för att producera och sprida nya uttryck för kropp och stil. Mode formas därmed inte enbart genom estetiska val, utan också genom algoritmiska processer som

förutser vad som får genomslag. Det som framstår som spontant och autentiskt kan därför förstås som resultatet av kontinuerlig optimering, där uttryck formas i relation till mätbar respons.

Detta innebär också en förändring i modets tempo. Där mode tidigare organiserades genom cykler och säsonger, formas det i digitala miljöer allt oftare i realtid, utifrån data och förutsägelser baserade på tidigare responser. Mode framträder därmed inte bara som något som förändras över tid, utan som något vars framtid kontinuerligt beräknas.

MODE SOM FLÖDE

Mode har ofta förståtts som ett samspel mellan kroppar, medier, marknader och praktiker, där den klädda kroppen utgör en central utgångspunkt. Det digitala bryter inte med detta, men omorganiserar hur dessa relationer tar form. Där modets spridning tidigare i hög grad formades genom redaktionella urval, säsonger och branschens strukturer, formas den i dag genom plattformar, flöden och kontinuerlig respons. Bilder, uttryck och reaktioner får därmed en mer direkt och styrande roll i vad som får genomslag.

Den klädda kroppen förblir viktig, men verkar i dag i samspel med visuella representationer som sprids och återkommer oberoende av fysisk användning. Kroppsliga och materiella praktiker försvinner inte, men omformas i takt med de flöden där stil produceras och värderas i realtid. Kläder bärs fortfarande, används och slits i vardagen. Samtidigt formas deras betydelse i allt högre grad av hur de syns, upprepas och uppmärksammas.

Förståelser av mode som förkroppsligad praktik utvecklades delvis som en kritik av synen på kläder som något som kan läsas på relativt fasta sätt. Bilder har samtidigt alltid varit centrala i hur mode formas, men i digitala miljöer förändras deras funktion. Mode organiseras i dag i hög grad genom hur bilder sprids och cirkulerar, i samspel med den respons de genererar.

Samtidigt formas modets utveckling i allt högre grad av tidigare responser. Affektiva

reaktioner blir mätbara och används för att skapa nya sätt att gestalta stil och kropp. Mode förändras därmed inte bara över tid, utan formas i allt högre grad genom löpande förutsägelser och beräkningar baserade på mätbar respons.

Samtida mode framstår då som en affektiv och datadriven praktik, där stil uppstår i skärningspunkten mellan kropp, teknologi och data. Autenticitet framträder inte bara som en egenskap hos ett levt liv, utan som något som produceras och cirkulerar.

Men kanske är det just här något avgörande står på spel. När det som syns och får genomslag i allt högre grad formar vad som framstår som relevant och trovärdigt, riskerar inte bara vissa kroppar och uttryck att försvinna ur synfältet. Även utrymmet för att föreställa sig andra sätt att vara kan bli snävare.