



► Konflikten mellan nät- och pappersmedier tränger in i alla politiska och estetiska frågor. De gamla ångloken till papperstidningar rosslar och kärvar, medan nätmedierna visslar och vinner mark som franska snabbtåg. Så kan det låta.

Expressen Kultur låter i sommar tre nätkollektiv visa oss hur en modern kultursida kan redigeras. Efter *Weird Science* (11/7) och *Bokhora.se* (18/7) går i dag slutligen stafett-pinnen till modesajten *Manolo.se*.
EXPRESSENS KULTUREDAKTION

NÄTET

Drömmen om den välklädda Gentlemanen lever. Vad som tidigare varit ett närmast utdött ideal har genom Internetforum och modebloggar introducerats för en helt ny generation. Från att ha betraktats som snobbigt konservativt hyllas idag det klassiska herrmodet som genomtänkt och sofistikerat.

För fem år sedan slog den metrosexuella mannen igenom. Ett ideal som ifrågasatte den klassiska uppfattningen av manlighet. Med David Beckham som förebild blev det legitimt för män att genom regelbundna besök hos frisören, ett badrumsskåp fullt av hudvårdsprodukter och en noga utvald klädsel beakta sin fåfånga. Tidningar som tidigare tillägnat hela sitt innehåll åt lättklädda modelltjejer och tips på ragningsrepliker utvecklade renodlade manliga modemagasin. Samtidigt vann bloggen erkännande, vilket gjorde det möjligt för modet att sprida sig allt snabbare.

Effekten borde rimligtvis vara att dagens män är betydligt mer fåfånga och måna om att följa de senaste

LÄSARNAS KOMMENTARER

" Modejournalistik har traditionellt sett legat nära skvallerjournalistiken med samma brist på självdistans och intelligens. Målgruppen har varit densamma. Människor som inte intresserar sig för kläder av estetiska skäl utan för att de är rädda att inte hinna med i trenderna. De traditionella medierna har aldrig lyckats (om någon ens har försökt) ändra på detta..." - Kristofer B

" Om inte annat så har allt givetvis blivit mycket mer tillgängligt. Man KAN intressera sig, det är inte enbart några få personer som skriver för en tidning om hur det SKA vara, om man vill vara "inne". Även om man inte bor mitt i största staden och umgås med mod-intresserade personer så kan man nu även få inspiration, tillgång till affärer etc." - Johan

"...det här handlar om kanske 1% av den manliga befolkningen, de flesta följer modeflugor eller bryr sig inte alls. Du har rätt i de övergripande resonemanget men jag tror att du ganska grovt överskattar hur många män som är involverade i de här aktiviteterna. Åk till en medelstor svensk stad och du kommer att upptäcka hur minimal påverkan bloggar som Manolo har " - rja



” Det är inte så dement som det verkar.

Läs Lars Sjöbergs recension av *Salome* på Confidencen på expressen.se/KULTUR



Foto: CARL THORBORG



2496 dagar har den svenske journalisten Dawit Isaak nu suttit fängslad i Eritrea. Läs mer på www.freedawit.com. Stöd arbetet för hans frigivning på bankgiro 5045-0295.

” Han har gjort 18 nedslag i offentlig verksamhet och vinnlagt sig om att lyssna på dem som arbetar inom vård, skola och omsorg... Dagens Industri, 26/10 -07



Lyssnaren, avsnitt 25. Blogge Bloggelitos bild.

KLÄR MANNEN KLASSISKT

trenderna. Sanningen är en annan.

I skuggan av den dominerande kvinnliga modejournalistiken vars huvudfokus ofta ligger på kändisars klädvanor och ytliga trender har en stor del av det manliga modet gått mot det klassiska, där den traditionella uppfattningen av stil dominerar. En uppfattning som tydligt visar att skradderiet är herrmodets själ där modemedvetenhet rymmer helt andra aspekter än Kate Moss senaste väska och höstens hetaste färger.

Ett tydligt uttryck för detta fenomen är de internetforum vars innehåll uteslutande tillägnas klassiskt herrmode där Style Forum och Ask Andy About Clothes är två av de största. I hög utsträckning präglade av klassisk modelitteratur som Bernhard Roetzels stilbibel *Gentlemen*, förkovrar de sig i allt från napolitanska kavajaxlar till ungerska skomakare. Att kunna särskilja ett par randsyddas skor från ett par med limmad sula, balansera en slipsknut med skjortkragens vidd och att subtilt kunna matcha bröstnäsduken med skjortans mönster står långt över att följa de senaste trenderna. De vågar inte bara ifrågasätta de traditionella mediernas uppfattning kring mode

utan sätter själva en helt ny standard. I rent pedagogiskt syfte är de ofta överlägsna de traditionella medierna och ger en utmärkt inblick i hantverket bakom kläderna.

Att mode skulle vara en fråga om att tanklöst följa de senaste trenderna ifrågasätts även av många manliga modebloggar, vars innehåll står i klar kontrast till sina kvinnliga kollegor. Medan de kvinnliga modebloggarna domineras av tonårstjejer med fokus på det kommersiella modet, finns det ett betydligt bredare spektra av manliga modebloggar som liksom stilforumen hyllar hantverket och historiska stilikoner. Det är ofta en befriande känsla att kunna läsa äldre mäns inställning till mode där strävan efter genuina plagg anpassade efter bärarens kropp är betydligt viktigare än designerns ego.

Att de traditionella medierna inte hängt med i utvecklingen är tydligt. Istället för att utnyttja den kunskap som läsarna besitter och underlätta spridningen av denna gör de traditionella medierna ofta exakt samma sak som tidigare fast på nätet. Det finns en enorm potential genom interaktionen mellan läsare och skribent som nätet erbjuder, vilken hämmas av allt för stort fokus på ytliga

trender och kändisideal. Nätet är med sina stilbloggar och forum på många sätt den perfekta motvikten mot detta. En inspirationskälla utan varken krav eller behov av att agera pekpinne.

I en tid då sofistikerad konsumtion blivit ett allt viktigare begrepp fyller internetmedierna en central funktion. Genom sin unika kunskapsbas odlar internet sofistikerade kunder som ställer krav på kvalitet. Kunder som tidigare aldrig haft möjligheten att reflektera kring sin konsumtion av kläder

ges självförtroende att anamma ett närmast bortglömt ideal där tanken bakom plagget stod över dess modegrad. Ett ideal som är betydligt mer än ren nostalgi. Glenn O'Brien, känd stilprofil från amerikanska livsstilmagasinet *GQ* uttryckte det väl genom beskrivningen av sin skraddarsydd smoking från anrika Savile Row-skraddaren Anderson & Sheppard:

- Om den någonsin blir omodern, vet jag att civilisationen är över



HAR SKRÄDDARSYTT FÖRLORAT SIN INNEBÖRD?

Lika felanvänt som missbrukat. Begreppet skraddarsytt är efter år av felaktigt användande på väg att urvattnas. Vad som tidigare vittnade om en fullständigt unik produkt anpassad efter individens krav kan idag beteckna en dussinvara.

I Sverige är kravet för att få kalla ett plagg för skraddarsytt att kunden skall erbjudas minst två avprovningar och att plagget skall vara sytt av en skraddare som avlagt gesällprov. En snabb sökning på Google visar att få företag som säger sig erbjuda skraddarsydda kläder uppfyller detta. Snarare används termen skraddarsytt som ett samlingsnamn för kläder med minsta justering efter bärarens kropp.

För brittiska skraddare är slaget förlorat. Nyligen gav den brittiska motsvarigheten till marknadsutskottet ett nystartat företag rätten att marknadsföra sina måttsydda kläder under termen bespoke, vilket sedan 1700-talet använts som den brittiska termen för skraddarsytt. För den oinsatta kan det framstå som en storm i ett vattenglas. För brittiska skraddare, vars namn och tradition vilar i begreppet, är det högsta allvar.

Det är Savile Row Bespoke Association som drivit kampen för att bevara begreppet bespoke. Savile Row är Londons berömda skraddargata där den moderna kostymen har sitt ursprung. Längs denna gata huserar några av världens mest välrenommerade skraddare. Med historiska kunder som Napoleon III, Lord Nelson och Winston Churchill bevarar de en helt unik kulturskatt, något Savile Rows skraddare ändå sedan konfektionens intåg i modevärlden fått kämpa för att bevara.

Kraven för att vara medlem i Savile Row Bespoke Association är hårda. Varje skraddare måste kunna erbjuda sina kunder över 2000 tyger, ett antal provningar och inte minst skall plaggen sys närmast helt för hand efter kundens unika mått, vilket beräknas ta minst 50 timmar per kostym. Ett hantverk som nu enligt definition skall likställas produktionen av de plagg som efter en enda måtttagning skickas till fabriker utomlands och sys efter standardmässiga mallar. Ordförande för Savile Row Bespoke Association och tillika VD för Gieves & Hawkes, ett av Savile Rows anrika skraddarhus, likställer det i en intervju för *The Daily Mail* med att skilja en målad tavla från en tryckt plansch

TOM FORD GÖR VULGÄRT SMAKFULLT

Gucci och Yves Saint Laurents tidigare chefsdesigner Tom Ford vill på allvar förändra hur vi män shoppar. Nyligen öppnade Ford en butik i Milano som med sina 1000 kvadratmeter och fem våningar är den första i raden av Fords butikskoncept i Europa. Och som alltid när det kommer till Tom Ford genomsläppta konceptet av en total avsaknad av gränser. Hit söker sig kunden som behöver en pälsrock för en dekadent helg i St. Moritz och vill kunna välja mellan tusentals av olika skjorttyger

för att sedan kunna matcha skjortan med sina underkläder. Bakom denna fasad av ultralyx gömmer sig en romantiker av stilian skådat slag med förkärlek för det välklädda. Med vingbredda slag och maskulina skärningar lanserar Ford den moderna dandyn. Långt ifrån en korrekt kontorstutstyrelse utan kläder vars tilltänkta målgrupp är supermodeller och internationella playboys. En käftsmäll mot det sparsmakade som tydligt vittnar om Fords unika inställning till mode

IDÉN BAKOM UPPSLAGET

Vår uppfattning är att en bra artikel startar och slutar online. Det tryckta mediet har en stark genomslagskraft och ger läsaren en bra överblick av ämnet. För att visa på detta har vi som ett första steg valt att publicera en artikel på Manolo.se. Uppslaget är sedan utformat utifrån den respons artikeln fått online. Vi har även valt att publicera några av de kommentarer texten fått.

Text & Foto: Olof Enckell, Redaktör Manolo.se
Idé: Björn Jeffery, grundare Manolo.se

Manolo.se är Sveriges stilguide för män. Vi skriver sedan starten i december 2004 dagligen om stil och skönhet för män.