För att summera avsnittet om det kollektiva perspektivet gällande klädkonsumtion kan konstateras att vår sociala omgivning har en betydande roll för hur vi ser ut och att kultur har ett nära samband till mode och hur konsumenter agerar. Detta är av stor betydelse i vår studie, då det kan ha flera kopplingar till hur konsumenter värderar och agerar när det kommer till hållbart mode. Av intresse är nu att i nästa steg undersöka hur beslutsprocessen vid klädköp ser ut ur en snävare vinkel, nämligen i tankarna hos konsumenterna på individnivå.

3.3 Individuellt perspektiv

På ett individuellt plan kan mode ses som ett sätt att uttrycka sig, att visa vem man är eller vill vara och vad man har för personliga värderingar och livsstil (Kaiser, 1997). Kläderna är ofta ett första intryck när man möter andra människor och ett verktyg som visar på ens uppfattning av en själv, men även ett sätt att påverka andras uppfattning (ibid.). Det individuella perspektivet delas upp i en diskussion kring självkoncept (3.3.1) och kognitiv dissonans (3.3.2) för att studera hur individer kan förhandla med sig själv och agera vid konsumtion.

3.3.1 Självkoncept

Kaiser (1997) diskuterar ett “självkoncept” som en del i hur vi identifierar oss själva och vilken självkänsla vi har, både privat och socialt. Evans (1989) menar att självkonceptet är en kombination av ett fysiskt och mentalt “själv” vilket är väldigt användbart i diskussionen kring klädkonsumtion då plagg bärs både fysiskt på grund av funktionella egenskaper som värme och skydd, samt för emotionell förstärkning.

Enligt Kaiser (1997) kategoriserar vi ofta kläder som “jag” eller “inte jag” och jämför oss med andra i samhället. Vi utvecklar vårt “själv” genom sociala interaktioner då den respons vi får på våra kläder och vår stil påverkar vår självkänsla (Kaiser, 1997). Denna respons och observationer av vårt eget beteende används för att forma en image, vi väljer kläder för att uppfattas på ett visst sätt av oss själva och andra (ibid.). Om denna “roll” eller definition av sig själv inte uppnås kan agerande med passande symbol, vilket kan vara kläder och utseende, användas för att fullborda målet (ibid.). Mode och kläder, och även attribut de äger, kan hjälpa oss från vår verkliga identitet till det ideal vi vill uppnå (ibid.).

Vidare i frågan kan konceptet “multiple selves” diskuteras då individer ofta har flera roller i olika kontexter och situationer (Gordon & Gergen, 1968). Gordon och Gergen (1968) anmärker hur det inte enbart är en strävan från ett faktiskt själv till ett idealsjälv, utan även hur det kan vara en konflikt mellan sin uppfattning av sig själv, hur man vill bli uppfattad och hur andra uppfattar en. Detta kompliceras även av det faktum att en individ kan ha ett flertal roller att leva upp till och att denne vill identifiera och uppnå ett idealt själv för varje roll, samtidigt som omgivningen har olika uppfattningar och förväntningar på rollerna (ibid.). Om ett klädköp inte överensstämmer med synen på sin idealidentitet kan en annan psykologisk faktor kopplas in, nämligen teorin om kognitiv dissonans, vilken diskuteras mer ingående i följande avsnitt.

3.3.3 Kognitiv dissonans