



Kursplan

för kurs på avancerad nivå

Magisterkurs i modevetenskap

Magister Course in Fashion Studies

60.0 Högskolepoäng

60.0 ECTS credits

Kurskod: FS7000
Gäller från: HT 2011
Fastställt: 2007-06-12
Ändrad: 2011-06-10
Institution Institutionen för mediastudier

Ämne Modevetenskap

Beslut

Denna kursplan är fastställd av Konstvetenskapliga institutionsstyrelsen 2011-06-10 (och är en revision av den 2010-12-15 fastställda planen)

Förkunskapskrav och andra villkor för tillträde till kursen

Filosofie kandidatexamen eller motsvarande. Engelska B.

Kursens uppläggning

Provkod	Benämning	Högskolepoäng
7001	Modets betydelser	7.5
7003	Dräkt och mode som form och material	7.5
7005	Dräktens historia och sociala funktioner	7.5
7007	Uppsats	15
7008	Konsumtionskulturteori och mode	7.5
7009	Mode som industri	7.5
7010	Vetenskapsteori för modevetare	7.5

Kursens innehåll

Kursen består av följande delkurser:

1. Modets betydelser 7.5 hp
2. Dräktens historia och sociala funktioner 7.5 hp
3. Vetenskapsteori för modevetare, 7.5 hp
4. Dräkt och mode som form och material 7.5 hp
5. Mode som industri 7.5 hp
6. Konsumtionskulturteori och mode 7.5 hp
7. Uppsats 15 hp

Delkurs 1-6 fokuserar olika perspektiv och studieområden inom modevetenskap

Delkurs 7, Magisteruppsats, övar förmågan att självständigt genomföra ett forskningsarbete som håller vetenskaplig kvalitet.

Förväntade studieresultat

Efter att ha genomgått kursen förväntas studenten:

- Ha utvecklat en självständig analytisk förmåga vilken tydligt uppvisar både originalitet och vilja till problematisering

- Besitta en tydlig förtrogenhet med forskningsfältet
- Behärska vetenskaplig framställning och ha tillägnat sig ett vetenskapligt förhållningssätt
- Väsentligen ha fördjupat sina kunskaper på ett eller ett par specialområden

Efter genomgången kurs har studenten visat sin förmåga att:

- integrera kunskap och analysera, bedöma och hantera komplexa företeelser, frågeställningar och situationer inom huvudområdet för utbildningen,
- självständigt identifiera och formulera frågeställningar samt planera och utifrån fördjupad metodkunskap med adekvata metoder genomföra ett kvalificerat examensarbete inom den givna tidsramen,
- muntligt och skriftligt klart redogöra för och diskutera sina slutsatser och den kunskap och de argument som ligger till grund för dessa och
- beakta gällande forskningsetiska normer.

Undervisning

Undervisningen sker i form av föreläsningar, studiebesök, peer-review-förfarande, seminarier och handledning. Undervisningen sker på engelska.

Kunskapskontroll och examination

a. Kursen examineras på följande vis: rapporter, kortare essäskrivningar, peer-review-förfarande, presentationer, seminarier och genomförande av en självständig uppsats.

b. Betygssättning sker enligt en sjugradig målrelaterad betygsskala:

A = Utmärkt

B = Mycket bra

C = Bra

D = Tillfredsställande

E = Tillräckligt

Fx = Otillräckligt

F = Helt Otillräckligt

c. Kursens betygskriterier delas ut vid kursstart

d. För att få slutbetyg på hela kursen krävs lägst betyget E på samtliga moment.

e. Studerande som fått betyget Fx eller F på ett prov har rätt att genomgå minst fyra ytterligare prov så länge kursen ges för att uppnå lägst betyget E. Studerande som fått lägst betyget E på prov får inte genomgå förnyat prov för högre betyg. Studerande som erhållit betyget Fx eller F på prov två gånger av en och samma examinator har rätt att begära att en annan examinator utses för att bestämma betyg på provet om inte särskilda skäl talar emot detta. Framställan härom ska göras till institutionsstyrelsen.

Kurslitteratur

Delkurs 1: Modets betydelser, 7.5 hp

Böcker:

Agins, Teri 1999 The End of Fashion: How Marketing Changed the Clothing Business Forever. New York: Quill Publishers.

Barthes, Roland 2006. The Language of Fashion. Translated by Andy Stafford; edited by Andy Stafford and Michael Carter. Oxford: Berg

Davis, Fred 1992. Fashion, Culture, and Identity. Chicago & London: University of Chicago Press.

Eicher, Joanne et al. Fashion Foundations: Early Writings on Fashion and Dress. Oxford: Berg

English, Bonnie 2007. A Cultural History of Fashion in the 20th Century. Oxford: Berg Publishers.

Entwistle, Joanne 2000. The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory. Cambridge: Polity Press

Kawamura, Yuniya 2005. Fashion-ology. An Introduction to Fashion Studies. Oxford: Berg

Lipovetsky, Gilles 2002. The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy. Princeton: Princeton

University Press

Purdy, Daniel Leonhard, ed. 2004. *The Rise of Fashion: A Reader*. University of Minnesota Press

Wilson, Elizabeth 2003. *Adorned in Dreams. Fashion and Modernity*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press

Delkurs 2: Dräktens historia och sociala funktioner, 7.5 hp

Böcker:

Arnold, Rebecca 2001. *Fashion, Desire and Anxiety: image and morality in the twentieth century*. London: Tauris

Breward, Christopher & Caroline Evans (red) 2005. *Fashion and Modernity*. Oxford: Berg

Breward, C., Conekin, B. & C. Cox 2002. *The Englishness of English Dress*. Oxford: Berg

Evans, Caroline 2003. *Fashion at the Edge*. Yale University Press.

Ribeiro, Aileen 1986/2004. *Dress and Morality*. Oxford: Berg

Ribeiro, Aileen 1995. *The Art of Dress: Fashion in England and France 1750-1820*. Yale University Press.

Taylor, Lou 2004. *Establishing Dress History*. Manchester: Manchester University Press

(Ytterligare texter kan tillkomma vid gästföreläsningar)

Delkurs 3: Vetenskapsteori för modevetare, 7.5 hp

Böcker:

Alvesson, Mats & Kaj Sköldberg (2009) *Reflexive Methodology: New Vistas for Qualitative Research* (2nd edition). London, UK: Sage. (341 sidor)

Pickering, Michael & Gabriele Griffin (red.) (2008) *Research Methods for Cultural Studies*. Edinburgh, UK: Edinburgh University Press. (256 sidor)

Kawamura, Yuniya (2011) *Doing Research in Fashion and Dress: An Introduction to Qualitative Methods*. London, UK: Berg. (145 sidor)

Artiklar:

Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln (2008) "Introduction: The Discipline and Practice of Qualitative Research" ingår i Norman K. Denzin & Yvonna S. Lincoln (red.) *Strategies of Qualitative Inquiry* (3rd edition). London, UK: Sage, 1-44. (44 sidor)

(Ytterligare texter kan tillkomma vid gästföreläsningar)

Delkurs 4: Dräkt och mode som form och material, 7.5 hp

Böcker:

Barnes, Ruth & Joanne Eicher 1993. *Dress and Gender: Making and Meaning in Cultural Contexts*. Oxford: Berg (230 sidor)

Eicher, Joanne 1995. *Dress and Ethnicity*. Oxford: Berg (316 sidor)

Gale, Colin 2004. *Fashion and textiles: an overview*. Oxford: Berg. (210 sidor)

Miller & Kuchler 2005. *Clothing as material culture*. Oxford: Berg (200 sidor)

Artiklar:

Anderson, Fiona, "Museums as Fashion Media", in eds. Bruzzi & Church Gibson, Fashion Cultures.

Balasescu, Alexandru 2003. "Teheran Chic: Islamic Headscarves, Fashion Designers, and New Geographies of Modernity", in Fashion Theory vol 7, issue 1

(Ytterligare texter kan tillkomma vid gästföreläsningar)

Delkurs 5: Mode som industri, 7.5 hp

Böcker:

Aspers, Patrik. (2010). Orderly Fashion: A Sociology of Markets. Princeton: Princeton University Press. (Whole book except Appendix IV, approx. 195 pp.)

Aspers, Patrik. Markets in Fashion: A Phenomenological Approach. (Either the 1st ed. published in 2001 by City University Press or the 2nd ed. published in 2006 by Routledge.) (Chapters 1 & 3-6)

Bourdieu, Pierre. (1984 [1979]). Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste. Cambridge, Mass.: Harvard University Press. (pp. 1-7, 99-131, 169-208, 230-234)

Dahlberg, Caroline. (2011). Picturing the Public: Advertising Self-Regulation in Sweden and the UK. Stockholm Studies in Sociology New Series 48. (Chapter 6)

le Grand, Elias. (2010) Class, Place and Identity in a Satellite Town. Stockholm Studies in Sociology New Series 47. (pp. 1-4, Chapters 3 & 5)

Artiklar:

Gereffi, Gary, Humphrey, John and Sturgeon, Timothy 2005. "The Governance of Global Value Chains", Review of International Political Economy, 12, 1:78-104.

Giertz-Mårtenson, Ingrid. (2010). "Revealing the future of fashion – the fictive language of forecasting". Manuscript.

Hirsch, Paul. (1972), "Processing Fads and Fashions: An Organization-Set Analysis of Cultural Industry Systems", American Journal of Sociology, 77: 639-659.

Peterson, Richard & Roger M. Simkus. (1996). "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore", American Sociological Review, 61(5), 900-907.

Power, Dominic and Atle Hauge (2008). "No man's brand – Brands, institutions, fashion and the economy". Growth and Change 39(1): 123-143.

Power, Dominic, Anders Malmberg and Atle Hauge (2008) "The Spaces and Places of Swedish Fashion". European Planning Studies 17(4): 529-547.

Warde, Alan. (1994). "Consumption, Identity-Formation and Uncertainty", Sociology, 28(4), 877-898.

(Ytterligare texter kan tillkomma vid gästföreläsningar)

Delkurs 6: Konsumtionskulturteori och mode, 7,5 hp

Artiklar:

Ahuvia, Aaron C. (2005), "Beyond the Extended Self: Loved Objects and Consumers' Identity Narratives," Journal of Consumer Research, 32 (1), 171-84.

Arnould, Eric J. and Craig J. Thompson (2005), "Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of

Research," *Journal of Consumer Research*, 31 (March), 868-82.

Belk, Russell W. (1988), "Possessions and the Extended Self," *Journal of Consumer Research*, 15 (September), 139-68.

Belk, Russell W., Güliz Ger, and Søren Askegaard (2003), "The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion," *Journal of Consumer Research*, 30 (December), 326-51.

Campbell, Colin (1995), "The Sociology of Consumption," in *Acknowledging Consumption*, ed. Daniel Miller, Florence, KY, USA: Routledge, 95-124.

Cayla, Julien and Eric J. Arnould (2008), "A Cultural Approach to Branding in the Global Marketplace," *Journal of International Marketing*, 16 (4), 86-112.

Elliott, Richard and Kritsadarat Wattanasuwan (1998), "Brands as Symbolic Resources for the Construction of Identity," *International Journal of Advertising*, 17 (2), 131-44.

Firat, A. Fuat and Alladi Venkatesh (1995), "Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption," *Journal of Consumer Research*, 22 (December), 239-67.

Friedman, Monroe (2007), "The Consumer Culture Research Landscape," *The Journal of American Culture*, 30 (1), 1-5.

Goldman, Robert and Stephen Papson (2006), "Capital's Brandscapes," *Journal of Consumer Culture*, 6 (3), 327-53.

Harold, Christine (2004), "Pranking Rhetoric: "Culture Jamming" As Media Activism," *Critical Studies in Media Communication*, 21 (3), 189-211.

Holt, Douglas B. (2002), "Why Do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding," *Journal of Consumer Research*, 29 (1), 70-90.

--- (2006a), "Jack Daniel's America: Iconic Brands as Ideological Parasites and Proselytizers," *Journal of Consumer Culture*, 6 (3), 355-77.

--- (2006b), "Toward a Sociology of Branding," *Journal of Consumer Culture*, 6 (3), 299-302.

Kjeldgaard, Dannie (2009), "The Meaning of Style? Style Reflexivity among Danish High School Youths," *Journal of Consumer Behaviour*, 8 (2-3), 71-83.

Kozinets, Robert V. and Jay M. Handelman (2004), "Adversaries of Consumption: Consumer Movements, Activism, and Ideology," *Journal of Consumer Research*, 31 (3), 691-704.

Luedicke, Marius K., Craig J. Thompson, and Markus Giesler (2010), "Consumer Identity Work as Moral Protagonism: How Myth and Ideology Animate a Brand-Mediated Moral Conflict," *Journal of Consumer Research*, 36 (April).

Mick, David Glen and Claus Buhl (1992), "A Meaning-Based Model of Advertising Experiences," *Journal of Consumer Research*, 19 (December), 317-38.

Miller, Daniel (2004), "The Little Black Dress Is the Solution, but What Is the Problem?," in *Elusive Consumption*, ed. Karin Ekström and Helene Brembeck, Oxford, UK: Berg, 113-27.

Murray, Jeff B. (2002), "The Politics of Consumption: A Re-Inquiry on Thompson and Haytko's (1997) "Speaking of Fashion"," *Journal of Consumer Research*, 29 (December), 427-40.

Nicosia, Francesco M. and Robert N. Mayer (1976), "Toward a Sociology of Consumption," *Journal of Consumer Research*, 3 (September), 65-75.

Rief, Silvia (2008), "Outlines of a Critical Sociology of Consumption: Beyond Moralism and Celebration," *Sociology Compass*, 2 (2), 560-76.

Shankar, Avi, Richard Elliott, and James A. Fitchett (2009), "Identity, Consumption and Narratives of Socialization," *Marketing Theory*, 9 (1), 75-94.

Shankar, Avi, Julie Whittaker, and James A. Fitchett (2006), "Heaven Knows I'm Miserable Now," *Marketing Theory*, 6 (4), 485-505.

Thompson, Craig J. and Diana L. Haytko (1997), "Speaking of Fashion: Consumers' Uses of Fashion Discourses and the Appropriation of Countervailing Cultural Meanings," *Journal of Consumer Research*, 24 (June), 15-42.

Thompson, Craig J. (2004), "Marketplace Mythology and Discourses of Power," *Journal of Consumer Research*, 31 (June), 162-80.