

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Statsvetenskapliga fakulteten		Laitos-Institution-Department Sociologiska institutionen
Tekijä-Författare-Author Kärkkäinen, Anna Katarina		
Työn nimi-Arbetets titel-Title "Modets apostlar" : De kulturella mellanhändernas roll som smakförmedlare		
Oppiaine-Läroämne-Subject Sociologi		
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu	Aika-Datum-Month and year 2008-02-18	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 79 s. 3e 3 liites.
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Denna avhandling behandlar modeindustrin i Finland. Avhandlingens syfte är att undersöka kulturella mellanhänders (cultural intermediaries) roll i smakformningsprocessen inom modeindustrin i Finland samt att utreda vilka metoder och kanaler de använder för att förmedla kunskap om smak och mode. Samtidigt utreds hur de kulturella mellanhänderna själva uppfattar sin roll inom modeindustrin. Materialet i undersökningen består av sju intervjuer med moderedaktörer, designers, butiksägare och stilister.</p> <p>Som utgångspunkt i denna avhandling används Mike Featherstones beskrivning av kulturella mellanhänder som ambassadörer för den postmoderna konsumtionskulturen. De kulturella mellanhänderna arbetar med symbolisk produktion av kulturella produkter och deras roll i smakförmedlingsprocessen och smakbildandet är central i fråga om mode. Speciellt moderedaktörer och butikens inköpare har en stor inflytelse gällande konsumenternas val och smak. De kulturella mellanhänderna har vad Pierre Bourdieu kallar legitim smak som de förmedlar vidare till konsumenterna via bland annat modetidningar. Förutom sin roll som smakförmedlare fungerar de kulturella mellanhänderna som apostlar i en nästan religiös process att skapa ett kollektivt koncept om och en kollektiv tro på mode.</p> <p>Kulturella mellanhänder arbetar inom modefältet som är beläget mellan det konstnärliga fältet och det ekonomiska fältet. Modeindustrin är ytterst hierarkisk och statuskillnaden mellan å ena sidan det konstnärliga designmodet och å andra sidan det ekonomiska massmodet är tydlig. Den empiriska studien visar att de kulturella mellanhänderna legitimerar sin smak genom åtskilliga motiveringar och samtidigt legitimerar de sin position som smakbildare inom modeindustrin. De tar avstånd från konsumenterna som befinner sig på utkanterna av det hierarkiska modefältet och förmedlar den goda smaken vidare i form av ett glädjebudskap av mode.</p>		
Avainsanat-Nyckelord-Keywords mode modeindustri Finland smak		
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited		
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information		