

Litteraturlista för Konsumtion, identitet och kommunikation, 15 hp (KSMB25)

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för Institutionen för service management och tjänstvetenskap 2015-01-27. (Artikel av Evans m fl reviderad 150225.)

Litteraturlistan börjar gälla 2015-03-01.

- Aldridge, Alan. (2003). *Consumption*. Cambridge, UK: Polity. [s. 15-22. ISBN 0745625290]
- Bauman, Zygmunt. (1998). *Arbete, konsumtion och den nya fattigdomen*. Göteborg: Daidalos. [s. 39-58. ISBN 9171731105]
- Bengtsson, Anders & Östberg, Jacob. (2011). *Märken och människor: Om marknadsymboler som kulturella resurser*. Lund: Studentlitteratur. [163 s, ISBN 978-91-44-05960-0]
- Bjurström, Erling, Fornäs, Johan, Ganetz, Hillevi. (2000). *Det kommunikativa handlandet. Kulturella perspektiv på medier och konsumtion*. Nora: Nya Doxa. [170 s, inscannad på kurshemsida]
- Björk, Nina. (2013). *Lyckliga i alla sina dagar. Om pengars och människors värde*. Stockholm: Bonnier Pocket. [190 s, ISBN978-91-7429-345-6]
- Campbell, Colin. (2005). The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture*. Vol 5 (23), 23-42.
- Edling, Christofer & Liljeros, Fredrik (red). (2010). *Ett delat samhälle: makt, intersektionalitet och social skiktning*. Identitet. Malmö: Liber. (184 s, [ISBN 978-91-47-09042-6])
- Engdahl, Oskar & Larsson, Bengt. (2011). Teori och teorianvändning. I Engdahl, Oskar & Larsson, Bengt. (Red.) *Sociologiska perspektiv. Grundläggande begrepp och teorier*, [s 7-20. ISBN 9789144067889]
- Evans, Martin, Jamal, Ahmad. & Foxall, Gordon. (2006). Chapter 1, Consumer motives and values. In Martin Evans, Ahmad Jamal & Gordon Foxall. *Consumer Behaviour*. Chichester: John Wiley. [s. 2-17. ISBN 9780470093528]
- Fagerström, Linda & Nilson, Maria. (2008). *Genus, medier och masskultur*. Malmö: Gleerups. [s. 80-89. ISBN 9789140652096]
- Frycklund, Jonas. (2011). *Yppighetens nytta. Konsumtionens viktiga roll i samhället*. Stockholm: Timbro. [130 s, ISBN 978-91-75-665986]
- Holt, Douglas. B. (1998). Does Cultural Capital Structure American Consumption? *Journal of Consumer Research*. Vol 25 (1), s. 1-25.
- Hultman, Johan. (2004). Soporna, det är vi! I Johansson, Birgitta. (Red.) *Sopor hit och dit*. Stockholm: Formas. [12 s. ISBN 9154059208]
- Husz, Orsi & Lagerkvist, Amanda. (2001). Konsumtionens motsägelser. I Alex, Peder & Söderberg, Johan (Red.) *Förbjudna njutningar*. Stockholm: Ekonomisk-historiska institutionen. Stockholms universitet. [ISBN 9197267481]
- Klein, Naomi, (2009). *No Logo: No space, no choice, no jobs*. London: Fourth Estate. [482 s, ISBN13 978-0-00-734077-4]
- Lindridge, Andrew, Hogg, Margaret & Shah, Mita. (2004). Imagined multiple worlds: How South Asian women in Britain use family and friends to navigate the "border crossings" between household and societal contexts. *Consumption, Markets and Culture*. Vol 7(3), s. 211-238.
- Paterson, Mark. (2006). *Consumption and everyday life*. London: Routledge. [166 s, ISBN13 978-0415355070, ej kap 4, 6 och 7] Även tillgänglig som e-bok.
- Schroeder, Jonathan E. (2008) Visual Analysis of Images in Brand Culture. In Barbara J. Phillips and Edward McQuarrie, (eds.) *Go Figure: New Directions in Advertising Rhetoric*. Armonk, NY: M.E. Sharpe, 2008, s. 277-296.
- Soneryd, Linda & Ugglå, Ylva. (2011). *(O)möjliga livsstilar. Samhällsvetenskapliga perspektiv på individualiserat miljöansvar*. Lund: Studentlitteratur. [112 s, ISBN978-91-44-07103-9]
- Åkesson, Lynn. (2008). Det värdelösa värdet och sopornas ordning. I Cronqvist, Marie. (Red.) *Hållbara värden. Åtta essäer om tingens ordning och idéernas bärkraft*. Göteborg/Stockholm: Makadam. [s 137-154. ISBN 9789170610530]
- Östberg, Jacob & Kaijser, Lars. (2010). *Konsumtion*. Malmö: Liber. [125 s, ISBN978-91-47-08874-4]

Totalt antal sidor: ca 2 000