

Litteraturlista för Konsumtion, identitet och kommunikation (KSMC25), 15 hp.

Litteraturlistan är fastställd av styrelsen för institutionen för service management och tjänstevetenskap 2020-01-29.

Litteraturlistan börjar gälla 2020-02-01.

- Aldridge, Alan. (2003). *Consumption*. Cambridge, UK: Polity. [s. 15-22, ISBN 0-7456-2529-0]
- Bengtsson, Anders & Östberg, Jacob. (2011 eller senare). *Märken och människor: Om marknadssymboler 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. [s. 9-208,] Se kurshemsida.
- Campbell, Colin. (2005). The Craft Consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society. *Journal of Consumer Culture*. Vol 5 (23), ss. 23-42. doi.org/10.1177/1469540505049843
- Campbell, Colin. (2015). Recycling the home: the constant flow of domestic stuff, emotions and routines. In Czarniawska, Barbara & Löfgren, Orvar. *Waste Management and sustainable consumption. Reflections on consumer waste*. [s. 29-51, ISBN: 978-1-315-75726-1] Finns som E-bok.
- Corvellec, H. (2019). Waste as scats: For an organizational engagement with waste. *Organization*. Vol 26(2): ss. 217–235. Doi: 10.1177/1350508418808235
- Corvellec, Hervé. (2014). Recycling food waste into biogas, or how management transforms overflows into flows. In Czarniawska, Barbara & Löfgren, Orvar. *Coping with excess: How organizations, communities and individuals manage overflows*. Edward Elgar Publishing. [s. 154-172. ISBN 9781782548584]
- Cronin, James M., Mary B. McCarthy and Alan M. Collins. (2014). Covert distinction: how hipsters practice food- based resistance strategies in the production of identity. *Consumption Markets & Culture*. Vol. 17, No. 1, 2–28. Doi: 10.1080/10253866.2012.678785
- Edling, Christofer & Liljeros, Fredrik (red.). (2010 eller senare). *Ett delat samhälle: makt, intersektionalitet och social skiktning*. 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*. Gleerups [170 s. ISBN 978-91-40-65209-6]
- Giddens, Anthony. (2003). *Sociologi*. Lund: Studentlitteratur. [s. 37-44. ISBN 9144041233]
- Husz, Orsi & Lagerkvist, Amanda. (2001). Konsumtionens motsägelser. I Alex, Peder & Söderberg, Johan. (Red.) *Förbudna njutningar*. Stockholm: Ekonomisk-historiska institutionen. Stockholms universitet. [ca 25 s. ISBN 91-972674-8-1]
- 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), ss. 211-238. Doi: 10.1080/1025386042000271342
- Paterson, Mark. (2006). *Consumption and everyday life*. London: Routledge. [166 s. ISBN 0-415-35507-9, ej kap 4, 6 och 7] Finns som E-bok.
- Soneryd, Linda & Ugglå, Ylva. (2011). *(O)möjliga livsstilar. Samhällsvetenskapliga perspektiv på individualiserat miljöansvar*. Lund: Studentlitteratur. [112 s. ISBN 978-91-44-07103-9]
- Östberg, Jacob & Kaijser, Lars. (2010). *Konsumtion*. Malmö: Liber. [125 s. ISBN 978-91-47-08874-4]
- Östberg, Jacob & Graffman, Katarina. (2018). *Vi är vad vi köper. Konsumtionskulturen är här för att stanna*. Stockholm: Mondial. [207 s. ISBN 978-91-88671-27-1]

Tillkommer litteratur kopplat till projektarbetet, ca 200 sidor.

Totalt antal sidor: ca 1 700.