*Institutionen för kulturvetenskaper*

*Kandidatprogram i digitala kulturer*

Godkänd av institutionsstyrelsen 10.10.2011,

reviderad via kursplanegruppen 27.11.2017

**DIKA 41 Digitala kulturer: Teorier: Fördjupning 2 – Konsumtionspraktiker och kommunikation, 7,5 hp**

**Kurslitteratur**

Augustsson, Gunnar (2012). *Akademisk skribent: om att utveckla sitt vetenskapliga skrivande. 2*., [omarb.] uppl. Lund: Studentlitteratur. ISBN 978-91-44-07583-9. Kapitel 5, s. 120- 133. (13 sidor).

Bucher, T. (2016). The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, *4462*(April), 1–15. <http://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154086> (15 sidor.)

Chan, Jenny; Ngai, Pun & Selden, Mark (2013). The politics of global production: Apple, Foxconn and China´s new working class. *New Technology, Work and Employment*, July 2013, vol. 28, No. 2, s. 100-115 ISSN: 0268-1072 (16 sidor).

Fredriksson, Cecilia 2014. En butik man minns. I: 2014:3 *Konsument i butik: så shoppar vi loss.* Konsumentverket. Rapport 2014:3. 29-39. http://publikationer.konsumentverket.se/produkter-och-tjanster/gemensamt-for-alla-produkter-och-tjanster/rapport-2014-3-konsument-i-butik-sa-shoppar-vi-loss15-28 (11 sidor)

Fredriksson, Cecilia 2016. ‘Fashion Thinking Practice: On Crafting Confessions and the Creative Consumer’. *Fashion Practice* 8 (1):149–67. ISSN: 1756-9370. (18 sidor).

Hall, Stuart (2013) The Work of Representation. I: Hall, Stuart, Evans, Jessica & Nixon, Sean (red.), *Representation*. 2 ed. London Sage. ISBN 9781849205634 Tillgänglig: http://www.sagepub.com/upm-data/55352\_Hall\_ch\_1.pdf (46 sidor).

Haider, J. & Sundin, O. (2016). *Algoritmer i samhället*. (Rapport skriven på uppdrag av regeringskansliet). Kansliet för strategi- och samtidsfrågor, Regeringskansliet. <https://lucris.lub.lu.se/ws/files/5962122/8851333.pdf> (32 sidor).

Hoffmann, A. L., Proferes, N., & Zimmer, M. (2016). ‘Making the world more open and connected’: Mark Zuckerberg and the discursive construction of Facebook and its users. *New Media & Society*, DOI: 10.1177/1461444816660784. (20 sidor)

Lury, Celia (2011). *Consumer culture,* 2nd Ed. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press. ISBN: 9780745643304 (Introduktionen + kap 1, 2, 4, 5, 6, 7 och 8. (ca 190 sidor).

Löfgren, Orvar 1996. Konsumtion som vardaglig praktik och ideologiskt slagfält. I: *Socialvetenskaplig tidskrift* 1-2 1996. 116-127. ISSN: 1104-1420 (12 sidor)

Löfgren, Orvar (2017). Mess: On Domestic Overflows. In: *Consumption Markets & Culture* 20, no. 1. 1–6. ISSN: 1025-3866 **(7 sidor).**

Mager, A. (2012). Algorithmic ideology. *Information, Communication & Society*, 15(5), 769–787. DOI: 10.1080/1369118X.2012.676056 (19 sidor).

Miller, Daniel, Elisabetta Costa, Nell Haynes, Tom McDonald, Razvan Nicolescu, Jolynna Sinanan, Juliano Spyer, Shriram Venkatraman, and Xinyuan Wang. 2016. *How the World Changed Social Media*. London: UCL Press. ISBN: 978-1-910634-49-3. (ca 100 sidor i urval).

Nordfält, Jens 2014. Så shoppar vi loss i butiken. I: 2014:3 *Konsument i butik: så shoppar vi loss.* Konsumentverket, Rapport 2014:3. http://publikationer.konsumentverket.se/produkter-och-tjanster/gemensamt-for-alla-produkter-och-tjanster/rapport-2014-3-konsument-i-butik-sa-shoppar-vi-loss15-28. (14 sidor).

Rettberg, Jill Walker (2014). Seeing ourselves through technology: how we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves. Basingstoke: Palgrave Macmillan. ISBN 9781137476661 (100 sidor).

Rettberg, Jill Walker (2017). Self-Representation in Social Media, I: Burgess, J., Marwick, A. & Poell, T. (red.): *SAGE Handbook of Social Media.*London: Sage. (ca 30 sidor).

Ritzer, George; Jurgenson, Nathan (2010). Production, Consumption, Prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital ‘prosumer’. *Journal of Consumer Culture.* 10(1), ISSN: 1741-2900 (s. 13-36). (23 sidor).

Van Dijck, José (2013). You have one identity: Performing the self on Facebook and Linkedln. *Media, Culture & Society,* 35(2), s. 199-215. DOI: 10.1177/0163443712468605. (16 sidor)

Weijo, Henri (2013) Self-disclosure. I: Belk, Russel & Llamas, Rosa (red*.). The Routledge Companion to Digital Consumption*. Abingdon & New York: Routledge. ISBN 9780415679923. Kapitel 30, s. 346-355 (9 sidor).

Willim, Robert (2014). Under molnen - synliggörandet av digital infrastruktur och hur tillit och aura skapas. I: *DigiTrust: Tillit i det digitala : Tvärvetenskapliga perspektiv från ett forskningsprojekt.* Lund: Pufendorfinstitutet. (s. 97-106). <http://www.lu.se/lup/publication/08b6f323-e2e9-4e53-8e53-03fa1378f528> (10 sidor).

*Utöver den obligatoriska kurslitteraturen kan icke-obligatorisk litteratur tillkomma i samband med undervisningstillfällena.*