Kurskod: ***DIK A 41***

Digitala kulturer:***Teorier - Fördjupning 2: konsumtionspraktiker och kommunikation****,* 7,5 högskolepoäng

Institutionen för kulturvetenskaper

Lunds universitet, vårterminen 2018

**KURSBESKRIVNING DIK A41**

Välkommen till kursen ***Teorier - Fördjupning 2: konsumtionspraktiker och kommunikation*** som omfattar 7,5 hp. I denna kursbeskrivning finns information om kursens syfte, innehåll och upplägg. Därtill presenteras kurslitteratur, undervisningstillfällen och examinationsmoment. Kursansvarig är Robert Willim.

**Om kursen: syfte, lärandemål och upplägg**

*Kursen ingår i kandidatprogrammets 4:e termin. Med utgångspunkt i en övergripande introduktion till konsumtionskultur ger kursen en fördjupad förståelse för teoretiska infallsvinklar på konsumtions- och kommunikationspraktiker av särskild vikt för studier av digitala kulturer. Genomgående belyser kursen relationen mellan socio-ekonomiska och kulturella processer på makro- såväl som mikronivå för att på så sätt ge studenten en förståelse för de specifika villkor som präglar konsumtion som produktion och relationen dem emellan i digitala kulturer.*

Kursens lärare är:

Lisa Dahlquist, Institutionen för kulturvetenskaper, LU [lisa.dahlquist@kultur.lu.se](mailto:lisa.dahlquist@kultur.lu.se)

Robert Willim, Institutionen för kulturvetenskaper, LU [robert.willim@kultur.lu.se](mailto:robert.willim@kultur.lu.se)

Nedan följer kursens lärandemål som ingår i kursplanen och som finns på institutionens hemsida: http://www.kultur.lu.se/utbildning/kandidatprogram-i-digitala-kulturer

**Kunskap och förståelse**

* *kunna beskriva och jämföra möjliga sociala implikationer av konsumtionspraktiker och kommunikation i digitala kulturer.*
* *kunna identifiera och se samband mellan de specifika villkor som präglar konsumtion och produktion och relationen dem emellan.*
* *kunna redogöra för socio-ekonomiska och kulturella processer på mikro- och makronivå av relevans för konsumtion och produktion i digitala kulturer.*

**Färdighet och förmåga**

* *kunna utifrån exempel identifiera och analysera konsumtions- och kommunikationspraktiker av särskild vikt för studiet av digitala kulturer.*
* *kunna relatera teoretiska resonemang om konsumtions- och kommunikationspraktiker i digitala kulturer till konkreta praktiska problem.*
* *kunna söka information om konsumtions- och kommunikationspraktiker i digitala kulturer.*

**Värderingsförmåga och förhållningssätt**

*- kunna värdera och kritiskt analysera konsumtions- och kommunikationspraktiker i digitala kulturer.*

**Kursen upplägg:**

Kursen består av en *kursintroduktion*, *litteraturseminarier* samt *föreläsningar*.

**Introduktion**

Kursintroduktion (Lärare: Robert Willim och Lisa Dahlquist). Vid kursintroduktionen presenteras kursen och de examinerande momenten. Gruppindelningen görs vid kursintroduktion.

**Litteraturseminarier (läsklubbar)**

Vid litteraturseminarierna diskuteras kurslitteraturen med utgångspunkt i en läsguide som finns bifogad sist i kursbeskrivningen. Diskussionsfrågorna ska behandlas skriftligt (i notisform, det behöver inte vara så formellt) och sedan diskuteras vid litteraturseminarietillfället. Därefter följer en gemensam diskussion kring läsningen. Ni måste alltså ha läst kurslitteraturen innan varje tillfälle och skrivit anteckningar enligt läsguiden. Anteckningarna ska tas med till **samtliga** seminarietillfällen.

Läsanvisningar till varje litteraturseminarium:

**Litteraturseminarium 1, 17 januari (Lisa Dahlquist)**

Lury, Celia (2011). Consumer Culture, 2nd Ed. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press. ISBN: 9780745643304. Introduktionen samt kapitel 1, 2, 4 (ca 82 sidor).

**Litteraturseminarium 2, 23 januari** (Lisa Dahlquist)

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)  
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. (ca 16 s.)  
Weijo, Hennri (2013). Self-disclosure. In: Belk, Russel & Llamas, Rosa (red.) (2013), The Routledge Companion to Digital Consumption. Abingdon & New York: Routledge. 346-355 (kapitel 30). (ca 9 s.)

**Litteraturseminarium 3, 26 januari** (Robert Willim)

Lury, Celia (2011). Consumer Culture, 2nd Ed. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press. ISBN 9780745643304. Kapitel 8 (24 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) (23 sidor).

**Litteraturseminarium 4, 30 januari** (Robert Willim)

Lury, Celia (2011). Consumer Culture, 2nd Ed. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press. ISBN 9780745643304. Kapitel 5 och 6 (56 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). (10 sidor) <http://www.lu.se/lup/publication/08b6f323-e2e9-4e53-8e53-03fa1378f528>

**Litteraturseminarium 5, 6 februari** (Lisa Dahlquist)

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>

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

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

**Litteraturseminarium 6, 9 februari** (Robert Willim)

Lury, Celia (2011). Consumer Culture, 2nd Ed. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press. ISBN 9780745643304. Kapitel 7.

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.

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).

**Föreläsningar:**

1. Robert Willim och Lisa Dahlquist: Introduktion till kursen (15 januari)
2. Robert Willim: Konsumtionspraktiker (15 januari)
3. Robert Willim: *Idéseminarium och diskussion av skrivuppgift* (19 januari)
4. Robert Willim: *Konsumtionspraktiker II* (25 januari)
5. Robert Willim: *Teknik och infrastruktur* (31 januari)
6. Robert Willim: *Mode, trender och det digitala* (7/2)

**Examination och betygsättning**

Examination sker genom utförandet av seminarieövningar samt i form av skriftlig inlämningsuppgift.

Litteraturseminarier (3,5 hp)

Litteraturseminarierna är examinerande.

Litteraturseminarierna är examinerande och därmed obligatoriska. Ni får missa **två** litteraturseminarier utan komplettering. För VG måste ni komplettera samtliga missade litteraturseminarier. Komplettering innebär att ni skriver 1-2 A4 sidor med reflektioner om texterna för respektive seminarium (och skickar dessa som en pdf till den lärare som håller i det aktuella seminariet).

Skriftlig inlämningsuppgift (4 hp)

I kursen ingår att skriva ett paper kring konsumtionspraktiker och kommunikation. Uppgiften består i att skriva ett reflekterande paper kring kursens tema som det beskrivs i kursplanen. Frågor som du kan resonera kring är hur digital teknik förändrar konsumtionspraktiker. Är det kanske även så att konsumtionspraktiker och samhällets socio-ekonomiska och kulturella mönster i sig förändrar de vägar teknikutvecklingen tar? Med hjälp av litteraturen från kursen ska du argumentera och resonera kring konsumtion samt hur den kan relateras till digital kultur. Ta utgångspunkt i några konkreta exempel för att illustrera de teoretiska resonemangen. Dessa exempel kan du hitta via diskussioner i massmedia, från vardagliga situationer eller egna erfarenheter av konsumtion och kommunikation. På vilket sätt kan till exempel selfies, vloggande eller träningsappar förstås som del av både konsumtionskultur och kommunikationspraktik? Texten ska vara minst 5 och högst 8 sidor lång. Dessa sidor ska numreras, och texten ska delas in i underrubriker. Referera till minst fyra av kursens texter.

Inlämningsuppgiften ska skickas in i slutgiltig version den 14/2 2018. Använd APA eller Harvard för referenser, det är dock viktigt att de är konsekvent. Referenslistan måste vara i alfabetisk ordning efter författarens efternamn. Dela inte upp källor i tryckta eller elektroniska format.

**Betyg:** Kursen kan ge betyget underkänd, godkänd eller väl godkänd. Samtliga betygsgrundande moment vägs samman till ett kursbetyg. Samtliga moment måste vara minst godkända för att få godkänt på kursen. Den skriftliga inlämningsuppgiften måste vara VG för att få VG på kursen.

**Diskussionsfrågor inför litteraturseminarier/läsguide:**

* Vilken kan sägas vara textens huvudpoäng? Finns det flera poänger? Finns det ett dominerande perspektiv? Vilket är det i så fall?
* Vad visste jag redan och vad har jag lärt mig som är nytt?
* Vad skulle jag vilja lära mig mer om? (Ett begrepp, ett koncept, en teori, en författare, en historisk händelse etc?). Varför?