Institutionen för kulturvetenskaper

Förlags- och bokmarknadskunskap

**Kurslitteratur**

**FBMK11:2**

**Delkurs 2, Teori och metod, 6 hp**

Reviderad av kursplanegruppen, på uppdrag av institutionsstyrelsen, den 27 nov. 2013

Habermas, Jürgen, (1997), ”Offentlighetens sociala strukturer”, *Litteratursociologi. Texter om litteratur och samhälle*, red. Lars Furuland och Johan Svedjedal, Lund: Studentlitteratur, ISBN 91-44-00304-8, s. 176–199 (24 s)

Hertel, Hans (1997), ”Boken i mediesymbiosens tid”, *Litteratursociologi. Texter om litteratur och samhälle*, red. Lars Furuland och Johan Svedjedal, Lund: Studentlitteratur, ISBN 91-44-00304-8, s. 202–222 (20 s)

Hult, Ida (2008), ”The First Year in Business: The Things I Wished I Had Known When I Started”, *ETN,* 2008:5, JOB, (www.etn.lu.se/etn) (11 s).

Kaijser, Lars & Öhlander, Magnus (2011), *Etnologiskt fältarbete*. Lund: Studentlitteratur, ISBN 978-91-44-05852-8, s. 11–145, (134 s).

Murray, Simone (2006), ”Publishing Studies: Critically Mapping Research in Search of a Discipline”, *Publishing Research Quarterly*, nr 4, s. 3–25, laddas ner via tidskriftens webbplats: http://www.springer.com/social+sciences/journal/12109 (23 s)

O'Toole, Paddy & Were, Prisca (2008), ”Observing places: using space and material culture in qualitative research”, *Qualitative Research*, 8: 5, Online ISSN: 1741-3109, s. 616-634 (18 s).

Svedjedal, Johan (1997), ”Det litteratursociologiska perspektivet. Om en forskningstradition och dess grundantaganden”, *Litteratursociologi. Texter om litteratur och samhälle*, red. Lars Furuland och Johan Svedjedal, Lund: Studentlitteratur, ISBN 91-44-00304-8, s. 68–88 (20 s).

Tjora, Aksel H. (2006), ”Writing small discoveries: An exploration of fresh observers’ observations”, *Qualitative Research*, 6: 4, Online ISSN: 1741-3109., s. 429-451, (22 s).

Två kandidatuppsatser i Förlags- och bokmarknadskunskap:

Klara Bjelkenäs och Anna Winberg von Friesen, ”Crossover på bokmarknaden”, vt 2013 (40 s)

Holmström, Fabian, ”Kommersiell kanon. En litteratursociologisk studie av *Expressens* skönlitterära kampanj Klassiska Böcker”, vt 2012 (27 s)

**Två** av följande böcker läses:

Collins, Jim (2010), *Bring on the Books for Everybody. How Literary Culture Became Popular Culture*, Durham: Duke University Press, ISBN 978-0-8223-4606-7 (260 s)

Forslid, Torbjörn och Anders Ohlsson (2011), *Författaren som kändis*, Malmö: Roos & Tegnér ISBN 978-91-86691-05-9 (190 s)

Miller, Laura J. (2006), *Reluctant Capitalists. Bookselling and the Culture of Consumption*, Chicago: University of Chicago Press, s. 1–229, ISBN 0-226-52590-2 (230 s)

Rooney, Kathleen (2005), *Reading with Oprah. The Book Club that Changed America*, Fayetteville: The University of Arkansas Press, ISBN 1-55728-782-1 (220s )

Sarrimo, Cristine (2012), *Jagets scen. Självframställning i olika medier*, Göteborg & Stockholm: Makadam, ISBN 978-91-7061-113-1 (230 s)

Schultz Nybacka, Pamela (2011), *Bookonomy. The Consumption Practice and Value of Book Reading*, Stockholm: Stockholm University, s. 20–250, ISBN 978-91-7447-278-3 (230 s)

Squires, Claire (2009), *Marketing Literature. The Making of Contemporary Writing in Britain*, Palgrave Macmillan, ISBN 9780230228474 (230 s)

**Totalt antal sidor: ca 740**

**Referenslitteratur**

Hansson, Kristofer (2007), *I ett andetag. En kulturanalys av astma som begränsning och möjlighet*. Stockholm: Critical Ethnography Press, ISBN 9789162873110. (s. 53-125). (72 s.)  Tillgänglig: <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=599226&fileOId=599227>

Vetenskapsrådets "Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning" (17 s.) Tillgänglig: <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>