



LUNDS UNIVERSITET

Institutionen för kulturvetenskaper
Avdelningen för Modevetenskap

LITTERATURLISTA HT 2017

Godkänd av institutionsstyrelsen, via kursplanegruppen, den 2017.06.20

MODA34: Modevetenskap: Mode och marknad (5 hp)

Obligatorisk kurslitteratur

Aspers, P. (2013) "Knowledge and valuation in markets", *Theory and society*. 39(2), p.111-131, ISSN: 0304-2421 (20 s.)

Aspers, P. (2010) *Orderly Fashion: A Sociology of Markets*. Princeton: Princeton University Press. ISBN-10: 0691141576 (eller valfri utgåva) (256 s.)

Aspers, P. (2008) "Analyzing Order: Social Structure and Value in the Economic Sphere", *International Review of Sociology*, 18(2), p. 301-316, DOI: 10.1080/03906700802087894 (16 s.)

Aspers, P. (2007) "Theory, Reality, and Performativity in Markets", *The American Journal of Economics and Sociology*, 66(2), p. 379-398, ISSN: 00029246 (19 s.)

de Wit Sandström, I. & Fredriksson, C. (2016) "À la mode: mode mellan konst, kultur och kommers". I: de Wit Sandström, Ida & Fredriksson, Cecilia (red.) *À la mode: mode mellan konst, kultur och kommers*. Göteborg/Stockholm: Makadam, s. 9-21. ISBN: 9789170612169 (12 s.)

Rennstam, J. & Wästerfors, D. (2015) *Från stoff till studie: om analysarbete i kvalitativ forskning*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 9789144094601 (197 s.).

Valbar litteratur

Aspers, P. (2001) *Markets in Fashion: a phenomenological approach*. Stockholm: City Univ. Press. ISBN 9175621142 (348 s.)

Bengtsson, A. & Östberg, J. (2011) *Märken och människor. Om marknadssymboler som kulturella resurser*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 978914405960-0 (163 s.)

Blumer, H. (1969) "Fashion: From class differentiation to collective selection", *The Sociological Quarterly*, vol. 3, pp. 275-291. ISSN: 00380253 (16 s.)

- Bourdieu, P. (1984/2010) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Oxon: Routledge. ISBN: 9781135873165 (613 s.)
- Bourdieu, P. (2000) *Konstens regler. Det litterära fältets uppkomst och struktur*. Stockholm: Symposium. ISBN: 9171391169 (523 s.)
- Bourdieu, P. (1993) ”Modeskaparen och hans märke – Bidrag till en teori om magin” i Broady, D. & Palme, M. (red.), *Kultursociologiska texter*. Stockholm: Brutus Östling, s. 81-151. ISBN: 9171391207 (70 s.)
- Broady, D. (1998) *Kulturens fält*. Göteborg: Daidalos. ISBN: 9171730915 (476 s.)
- de Wit Sandström, I. & Fredriksson, C. (red.) *À la mode: mode mellan konst, kultur och kommers*. Göteborg/Stockholm: Makadam. ISBN: 9789170612169 (340 s.)
- du Gay, P. & Pryke, M. (2002) *Cultural economy: cultural analysis and commercial life*. London; Thousand Oaks, Calif: SAGE. ISBN: 0761959920 (243 s.)
- Featherstone, M. (2007/1991) *Consumer Culture and Postmodernism*, London: Sage. ISBN: 1412910137 (203 s.)
- Featherstone, M. (1987) “Lifestyle and Consumer Culture”, *Theory, Culture & Society*, 4(55), p. 55-70. ISSN: 0263-2764 (16 s.)
- Florida, R. (2006) *Den kreativa klassens framväxt*. Stockholm: Daidalos. ISBN: 9171732373 (446 s.)
- Fredriksson, C. (2012) *Mode*. Malmö: Liber. ISBN: 978914709672-5 (123 s.)
- Giddens, A. (1991) *Modernitet och självidentitet. Självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos. ISBN: 9171731261 (277 s.)
- Hammarén, N. & Johansson, T. (2009) *Identitet*. Malmö: Liber. ISBN: 9789147088966 (128 s.)
- Johansson, T. (2012) *Kändisfabriken. Identitet, makeover och kroppens tid*. Stockholm Carlsson. ISBN: 9789173314879 (133 s.)
- Johansson, T. (2006) *Makeovermani*. Stockholm: Natur & Kultur. ISBN: 9789127027091 (239 s.)
- Kawamura, Y. (2007) *Modeologi: En introduktion till modevetenskap*. Stockholm: Norstedts. ISBN: 9789172275089 (192 s.)
- Löfgren, O. & Willim, R. (2005) *Magic, Culture and the New Economy*. New York, NY: Bergs. ISBN: 1845200918 (145 s.)
- Pine, J. B. & Gilmore, J. H. (1999) *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Boston, Mass: Harvard Business School. ISBN: 0875848192 (254 s.)
- Sennett, R. (2008) *The Craftsman*. London: Yale University Press. ISBN: 9780141022093 (326 s.)
- Sennett, R. (2007) *Den nya kapitalismens kultur*. Stockholm: Atlas. ISBN: 9789173893077 (144 s.)
- Stenström, E. (2000/2009) *Konstiga företag*. Stockholm: Natur och Kultur. ISBN: 9789127118249 (217 s.)
- Veblen, T. (1899) *The theory of the leisure class*. Champaign, Ill.: Project Gutenberg; Boulder, Colo.: NetLibrary. ISBN: 9780199552580 (263 s.)
- Ulver-Sneistrup, S. (2012) *Status*. Malmö: Liber. ISBN: 9789147097531 (128 s.)

Östberg, J. & Kaijser, L. (2010) *Konsumtion*. Malmö: Liber. ISBN: 9789147088744 (125 s.).

Totalt antal sidor: 1000, varav 520 är obligatoriska och 480 valbara.