

Litteraturlista

Kunskapsunderlag för miljökommunikation

Obligatorisk litteratur

Litteraturseminarium 1: Målgruppsorienterad kommunikation

- Asplund, T. (2016). Natural versus anthropogenic climate change: Swedish farmers' joint construction of climate perceptions. *Public Understanding of Science*. Vol. 25(5) 560– 575
- Asplund, T. (2018). Communicating climate science: a matter of credibility. Swedish farmers' perceptions of climate change information. *The International Journal of Climate Change: Impacts and Responses*.

Litteraturseminarium 2: Rädsla, hopp och förtvivlan i miljökommunikation

- O'Neill, S. & Nicholson-Cole, S. (2009). 'Fear won't do it': Promoting positive engagement with climate change through visual and iconic representations. *Science Communication*, 30: 355–379.

Rekommenderad litteratur

Litteraturöversikter och akademiskt skrivande

Axell, J. (2019) Hållbar sojaproduktion: En översiktsartikel om olika faktorer som hindrar respektive främjar en hållbar sojaproduktion. A-uppsats i Miljövetenskap, Linköpings Universitet (Finns upplagd på LISAM)

Björklund, M. & Paulsson, U. (2012). *Seminarieboken: Att skriva, presentera och opponera*. Lund: Studentlitteratur.

Blomström, V., & Wennerberg, J. (2015). *Akademiskt läsande och skrivande*. Studentlitteratur AB.

Brunsson, K. & Holmblad, B. (1999). *I klartext - skrivbok för studenter*. Stockholm: Liber.

Day, R. A. (2012). *How to write and publish a scientific paper*. Cambridge: Cambridge University Press.

Fink, A. (2019). *Conducting research literature reviews: From the internet to paper*. Sage publications.

Hallgren, A. (2016) *Global styrning av plast i haven: en översikt*. A-uppsats i Miljövetenskap, Linköpings Universitet (Finns upplagd på LISAM)

Rienecker, L., Stray Jørgensen, P. (2018). *Att skriva en bra uppsats*. Lund: Liber.

Schött, K., Melin, L., Strand, H. & Moberg, B. (2015). *Studentens skrivhandbok*. Stockholm: Liber.

Kommunikation

Fiske, J. (1997). *Kommunikationsteorier – en introduktion* (eller engelsk upplaga, "Introduction to communication studies"). Kapitel 1, 2 (samt 3) är av särskild vikt. Finns på flera förlag.

Palm, L & Åkerström M. (2019). *Kommunikationsplanering. En handbok på vetenskaplig grund*. Lund: Studentlitteratur

Godemann, J. & Michelsen, G. (2011). *Sustainability Communication: Interdisciplinary Perspectives and Theoretical Foundation*. Springer

Henry et al. (2020). *Standing up for a sustainable world, Part VII: Communicators*. Edward Elgar, Elgar Online <https://doi.org/10.4337/9781800371781>

Rewir AB. Kommunikativa målgrupper i klimatfrågan. Stockholm: Naturvårdsverket, 2008.
http://www.kommunikationsforum.dk/Profiler/ProfileFolders/Kkort/kommunikativa_malgrupper_i_klimatfragan.pdf

Robertson, Margaret. *Communicating Sustainability*. Routledge

Miljöfrågan: Representationer, budskap och känslor

Chapman, Daniel A., Brian Lickel, och Ezra M. Markowitz. "Reassessing Emotion in Climate Change Communication". *Nature Climate Change* 7, nr 12 (december 2017): 850–52. *Kort och sammanfattande artikel över känslornas roll i klimatkommunikation.*

Hulme, M (2019). Is it too late (to stop dangerous climate change)? An editorial. *WIREs Clim Change*. *Editorial till ett tidskriftsnummer där flertalet tongivande forskare fått ge perspektiv på frågan om tid och temporalitet i klimatkommunikation.*

Moser, S (2019). The work after "It's too late" (to prevent dangerous climate change). *WIREs Clim Change*. *Perspektiv på frågan om tid och temporalitet i klimatkommunikation.*

Garrard, G (2019). Never too soon, always too late: Reflections on climate temporality. *WIREs Clim Change*. *Perspektiv på frågan om tid och temporalitet i klimatkommunikation.*

Hornsey, Matthew J., och Kelly S. Fielding. "A Cautionary Note about Messages of Hope: Focusing on Progress in Reducing Carbon Emissions Weakens Mitigation Motivation". *Global Environmental Change* 39 (juli 2016): 26–34. *Kan ses som ett svar mot O'Neill & Nicholson-Coles klassiska artikel.*

O'Neill, S. & Nicholson-Cole, S. (2009). 'Fear won't do it': Promoting positive engagement with climate change through visual and iconic representations. *Science Communication*, 30: 355–379. *En klassiker som kan ses ha initierat diskussion om betydelsen och implikation av rädsloorienterade budskap.*