

## Setkání 11.12. 2008 – dálkaři

Během našeho posledního setkání toho budeme muset zkusit probrat co nejvíc. Čeká nás tedy Stuart Hall, Dick Hebdige a seriál Dallas. Záleží na vás, jestli si přečtete i ostatní texty. V každém případě bych vám ale doporučil podívat se alespoň na jednu či dvě kapitoly z Johna Fiskeho: můžete zde načerpat inspiraci pro psaní závěrečného eseje.

**Shannon**, C.E. (1948): "A Mathematical Theory of Communication." *Bell System Technical Journal*, vol. 27. (pp. 379-423, 623-656) - **pouze str. 2!!**

**Hall**, Stuart ([1973] 1980): 'Encoding/decoding'. in Centre for Contemporary Cultural Studies (Ed.): *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79*. London: Hutchinson. (pp. 128-138)

**Hebdige**, Dick (1979): *Subculture: The Meaning of Style*. London and New York: Routledge. (pp. 5-19)

**Ang**, Ien (1985): *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Routledge.

**Fiske**, John (1996): *Media Matters. Race and Gender in U.S. Politics*. Minneapolis: Minnesota University Press. (dobrovolné, aspoň jedna vybraná kapitola)

Stuart Hall je z teoretiků BKS asi nejznámější a nejcitovanější. Jeho koncept encoding/decoding je jakýmsi oborovým milníkem, protože od producentů kultury a od kulturních produktů samotných přesměřoval pozornost výzkumníků také na konzumenty (či recipients) těchto produktů. Nejlépe to vynikne ve srovnání s klasickým modelem komunikace (Shannon - Weaver model).

*Upozornění:* nemusíte číst a snažit se pochopit *celý* Shannonův text – vše, co pro účely našeho kurzu budete potřebovat, najdete na s. 2 (hlavně ten diagram, který můžete srovnat s Hallovým diagramem, na s. 3 v textu Encoding/decoding).

- Všimli jste si rozdílu mezi Shannonem a Hallem? Jak byste tento rozdíl popsali?
- Jaký je nedostatek Shannonova modelu, pokud bychom ho chtěli využít pro analýzu současných kulturních produktů? (Hallův text by vám měl napovědět, soustřeďte se na publikum)

Prvních devět stránek textu Dicka Hebdige vlastně představuje jakési shrnutí toho, co jsme zatím stihli probrat (navíc je tam Roland Barthes, ale to vás snad nevyvede z míry). Druhá část textu je pak věnovaná subkultuře, a právě na tuto část se soustřeďte.

- Subkultura podle Hebdige představuje cosi jako šum (noise). Měli byste k tomu nějaký komentář?
- Co podle něj umožňuje jednotlivcům a skupinám vybudovat si vlastní identitu? Jaká je souvislost s Hallovým encoding/decoding?

- Mohou být (podle Hebdige, ale zajímá mě i váš názor) subkultury inkorporovány do mainstreamové kultury? Pokud ano, jak? Pokud ne, proč?
- Jaký je váš názor na "konzumování kulturních komodit"?
- Jaký je váš názor na roli publika? Jak silná může být jejich rezistence vůči některým kulturním produktům? Je možné takovou rezistencí něčeho dosáhnout? Máte nějaké vlastní zkušenosti, které s tím souvisí?

Kniha *Watching Dallas* je asi nejznámější publikací, věnující se publiku televizních seriálů.

- Jakým způsobem je *Dallas* realistický (s. 47)?
- Co je to "tragic structure of feeling", "mass culture ideology" a "populist ideology"?
- Dokázali byste tyto pojmy použít při analýze televizních seriálů, reality show, případně televizních zpráv v našem kulturním kontextu?

Pokud budete mít někdy v budoucnu zájem o britská kulturní studia a témata, kterých jsme se v kurzu dotkli, můžete zapátrat v následujících vědeckých časopisech:

Media, Culture and Society  
 International Journal of Cultural Studies  
 Cultural Studies  
 European Journal of Cultural Studies  
 Cultural Studies <=> Critical Methodologies  
 Journal of Media and Cultural Politics  
 Journal of Cultural Economics  
 Communication & Critical/Cultural Studies

Obecný přehled vám mohou poskytnout mimo jiné tyto knihy:

**Davis**, Helen (2004): *Understanding Stuart Hall*. London: Sage.  
**Lewis**, Jeff (2002): *Cultural Studies – The Basics*. London: Sage.  
**Strinati**, Dominic (1995): *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London: Routledge.  
**Turner**, Graeme (1996): *British Cultural Studies*. (2nd ed.) London: Routledge.