

СТАНОВИЩЕ

От: проф. д-р Чавдар Асенов Христов, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация; научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“.

Относно: дисертационен труд за присъждане на научната и образователна степен **„доктор“** по научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“ (Журналистика – Убеждаваща комуникация) във ФЖМК на СУ "Св. Климент Охридски" .

Автор на дисертационния труд: Елена Илиева Илиева, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация

Тема на дисертационния труд: Модели на убеждаващо влияние във филмовите наративи на „Оскарите“ (2013 – 2016)

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № РД38-184 от 21.03.2018 г. на Ректора на СУ "Св. Кл. Охридски".

1. Информация за дисертанта

Дисертантът е представил за обсъждане дисертационния си труд в катедра „Комуникация и аудиовизуална продукция“, ФЖМК на СУ "Св. Кл. Охридски" съгласно чл.39 от ППЗРАСРБ. Разкриването на процедурата по защита на дисертационния труд е извършено на основание: Решение на НС на ФЖМК на СУ "Св. Кл. Охридски" от 08.03.2018 г. с протокол №05.

Елена Илиева Илиева е завършила бакалавърска степен по „Културология“ (2007) и по „Публична администрация“ (2009) в Софийски университет „Св. Кл. Охридски“, а магистърската (2012) във ФЖМК – специалност „Връзки с обществеността“. Зачислена е като редовен докторант през 2014 г. и е отчислена с право на защита през 2017 г.

Докторант Елена Илиева е работила като сценарист и редактор на българските сериали „Забранена любов“, „Седем часа разлика“, „Под прикритие“ и „София ден и нощ“. Така също е работила като експерт по връзки с обществеността в Издателство „Просвета“ и към Европейския парламент в Брюксел.

Като неин преподавател и научен ръководител имам много добри впечатления, които са формирани върху основата на положения от нея самостоятелен изследователски труд и стремеж към научни знания и тяхното осмисляне във връзка с професионалната ѝ реализация.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Предоставеният дисертационен труд е структуриран в четири глави, увод, заключение, библиографска и филмографска справка, речник на използваните термини и приложения в общ обем 283 с., от които 198 с. е основният текст. Библиографската справка съдържа 199 източника, от които 128 на латиница и 71 на кирилица.

Избраната тема е *актуална* поради обстоятелството, че киноиндустрията на САЩ и нейното глобално разпространение оказва сериозно влияние върху нагласите на масовата аудитория, променяйки или използвайки ги в определена ценностна и поведенческа посока.

Основната *научна цел*, която си поставя докторантът в изследването е да изведе модели на убеждаващо влияние във филмовия разказ. В тази връзка е и издигната *хипотеза*, че игралният филм използва твърдо

установени модели за построяване на разказа, които имат определено убеждаващо въздействие.

Формулираните *задачи*, съобразно с поставената научна цел, са насочени към изясняване на взаимовръзката между убеждаващата комуникация и филмовите наративи; към определяне на използваните комуникационни техники за влияние; към очертаване на теоретичната и методологична рамка на изследването; към изясняване на няколко или един общ модел на убеждаващо въздействие в анализирани филми.

Обект на изследването са филмите, номинирани от Американската академия за кинематографични изкуства и науки („Оскар“), в категорията „Най - добър филм“ за периода 2013-2016 г., а *предмет* – моделите на убеждаващо влияние, използвани в тези филми.

Въведени са необходимите *ограничения* на изследването.

Дисертантът е демонстрирал много добро познаване на научната литература по изследваната тема, което проличава от осмисленото ѝ използване при дефиниране на терминологичния апарат, при очертаване на теоретичната и методологична изследователска рамка, при изясняването на взаимовръзки и на механизми на убеждаващо влияние чрез филмов наратив.

В *първата глава* от теоретична гледна точка са изведени възможностите на убеждаващите техники за влияние на филмовия наратив за целенасочено създаване на квазиреалност, която трансформира зрителя в част от нея. Когнитивните възприятия са много добре аргументирани чрез *омнифразичната теория*, която постулира създаването на интуитивен комуникационен процес за медийно влияние. Визуалното съобщение в този процес е изявено като режисирано въздействие чрез технологични и

социалнопсихологически похвати, които влияят на масовата аудитория предимно на евристично ниво.

Във *втората глава* са анализирани съвременни теоретични постановки за убеждаващото въздействие на филмовия наратив. Поставен е акцент върху *транспортно-образния модел на убеждаване*, който променя вярванията на киноаудиторията и се явява основен в изследвания комуникационен процес. Сравнителният анализ между него и моделите с двойно въздействие (централно и периферно) изявява важни разлики между тях. В резултат *транспортният модел се аргументира като водещ до трайна промяна на нагласите чрез механизма на приемане на друга реалност, комбиниращ когнитивно и емоционално въздействие, съответно с висок и нисък доказателствен интегритет*. В тази връзка е изявена технологията за убеждаване чрез обобщаването на взаимосвързани техники, насочени към преодоляване на съпротивата при транспортиране във филмовия разказ. Очертани са теоретични насоки за емпиричното изследване, които включват повтарящи се смислови и структурни елементи на филмовия наратив.

В *третата глава* е очертана методологическата рамка на емпиричното изследване, която включва структурно-функционален анализ на филмовия разказ, използваните в него евристични принципи на масово мислене и поведение, сравнителен анализ и изявяване на повтарящи се елементи с цел извеждане на модели на убеждаващо влияние. Методологичната рамка е съобразена с въведените ограничения и логиката на изследването, като по този начин са постигнати много добри резултати при защитата на авторската теза.

В *четвъртата глава*, върху основата на формулираните теоретични насоки и методологични подходи, са изведени *осем конкретни модели* на убеждаващото влияние в наративите на филми, номинирани за „Оскар“ в

периода 2013-2016 г. Те са изградени върху контентното и структурното им съдържание и описват *работещ механизъм за постигане на транспортиране и идентификация с филмовия наратив*. Също така е изведен и *общ модел* на наративно убеждаващо влияние, който включва смислови единици с най-голямо повторение и точно определена структура с взаимозависими времеви повратни точки, които предопределят високо ниво на зрителски интерес и убеждаващо влияние.

Извършеното изследване показва много добро познаване на проблема не само от теоретична, но и от приложна гледна точка, което се аргументира от изведените в неговия край модели.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Дисертационният труд се отличава с научни и научно-приложни резултати, които добавят задълбочено разбиране за убеждаващото влияние на филмовия наратив върху масовата аудитория. Експлицираните модели имат приложение във филмовата индустрия и могат да служат като ориентири за ефективно управление на масовите възприятия.

Поставените пред изследването научни задачи са изпълнени в цялост, целите са постигнати.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Изразявам съгласие с формулираните от дисертанта научни и научно-приложни приноси. Все пак бих искал да подчертая някои от тях:

Извършено е оригинално изследване на убеждаващото влияние на филмовия наратив във филмите, номинирани или получили „Оскар“ в периода 2013-2016 г., което е едно от първите в българската научна литература.

Анализирани и систематизирани са съвременни теоретични концепции за убеждаващо въздействие чрез филмов наратив, което разширява разбирането за комуникационния процес на масово убеждаване.

Изявена е технологията за убеждаване чрез обобщаването на взаимосвързани и специфични техники, насочени към преодоляване на съпротивата при транспортиране във филмовия разказ.

Изведени са шест контентни и два структурни модели на убеждаващо влияние в разглежданите филмови наративи.

Изведеният общ модел на убеждаващо влияние на филмовия наратив има практически приложение и може да бъде използван успешно при създаването на филми, насочени към масовата аудитория.

Въведеният авторски термин „наративно-циклична полифония“ дава яснота за това как наративът убеждава масовия зрител.

4. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантът е представил три авторски статии по изследвания проблем. Те са следните: **Илиева**, Е. Комуникационни техники за влияние: създаване на герои във филмовите наративи („Оскари“, 2016). – В: Дигитализация и социални трансформации Благоевград: Неофит Рилски, 2017, с. 190 – 212); **Илиева**, Е. Аз-нартивът и моделите на убеждаващата комуникация във филмите, получили „Оскар“ за „Най-добър филм“ през периода 2013 – 2016 година. Онлайн издание: <http://www.e-acadjournal.org/article-16-4-3.html>; **Илиева**, Е. Техники за влияние във филмовите наративи. – В: Човекът – мярка за всички неща? Предизвикателствата на постиндустриалното информационно общество. С.: Технически университет, 2017, с. 84 – 102.

Статиите отразяват постигнати научни резултати от изследваната проблематика, като част от тях са включени в дисертацията.

5. Оценка на автореферата

Авторефератът отразява обективно и коректно съдържанието на дисертационния труд.

6. Критични бележки, препоръки и въпроси

Имам следната препоръка към докторанта – да продължи с изследванията си относно убеждаващото влияние на допълнително изведените четири модела – теологичен, ретроспективен, на външна фокализация и на заложения мит.

8. Заключение

В заключение с увереност може да се твърди, че Елена Илиева Илиева е прецизен изследовател, с много добри теоретични знания и аналитични умения. Получените резултати от изследването се отличават с научна коректност и с теоретико-приложна стойност.

Предвид изложените основания препоръчвам на уважаемото жури да присъди образователната и научна степен „доктор” на Елена Илиева Илиева по научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“ (Журналистика – Убеждаваща комуникация).

08.05.2018 г.

Проф. д-р Чавдар Христов

София

Подпис: