

## РЕЦЕНЗИЯ

ОТ ДОЦ. Д-Р НИКОЛАЙ МИХАЙЛОВ, ФЖМК,

ЧЛЕН НА НАУЧНО ЖУРИ ЗА ПРИСЪЖДАНЕ НА ОНС „ДОКТОР“ ПО  
ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ 3.5. ОБЩЕСТВЕНИ И КОМУНИКАЦИОННИ  
НАУКИ (ЖУРНАЛИСТИКА – УБЕЖДАВАЩА КОМУНИКАЦИЯ)

НА ЕЛЕНА ИЛИЕВА ИЛИЕВА ЗА ДИСЕРТАЦИЯ НА ТЕМА  
**„МОДЕЛИ НА УБЕЖДАВАЩО ВЛИЯНИЕ ВЪВ ФИЛМОВИТЕ НАРАТИВИ НА  
„ОСКАРИТЕ“ (2013 -2016)**

Представената за рецензия дисертация е структурирана в увод, четири глави и заключение. Отделно дисертантът е включил текст за научните приноси, приложение с описание на важните филмови сцени, подложени на анализ в дисертацията, важен речник на използваните термини, библиография и филмография. Така изследването се разпростира общо върху 283 страници, а използваната литература обхваща 67 заглавия на кирилица и 132 на латиница. За целите на научния труд е проведен сравнителен анализ на 33 филма, на 12 от които са съставени структури. Дисертационния труд включва 5 фигури, 1 схема и 14 таблици, изпълнени изключително прецизно, които обобщават някои изводи и пояснения на неговия автор. Авторефератът на дисертационния труд е оформен според изискванията и предава точно и изчерпателно структурата на изследването, неговите основни акценти и изводи. Той съдържа собствена библиография като същевременно и описва авторските публикации на дисертанта. Документацията по защитата е пълна и отговаря на всички изисквания. Още оформлението на дисертационния труд говори за добро познаване на предмета на изследването от страна на докторанта. Преглед на автобиографията на изследователя показва продължителни практически занимания в областта на визуалната образност и екранните изкуства. Заедно с това, въпреки сериозния си практически опит, докторанта се стреми да очертае и една теоретична рамка на моделите на убеждаващата комуникация чрез изследване на модерното филмово изкуство. Това е смел, но и необичаен и иновационен подход в полето на изследване на социалните модели на убеждаващо въздействие. В това отношение тематизирането му в границите на едно интердисциплинарно изследване, според мен е определено успех и за докторанта и за научния ръководител на този научно – практически проект. Да се анализира как

съвременните филмови произведения, получили най – високо академично признание, влияят върху обществото, неговите нагласи, форми на общуване, как оформят неговите ценности, какви модели на поведение утвърждават и какви отхвърлят, е важна и актуална изследователска и практическа задача. Теоретическата цел на такъв труд е и в това да покаже, че филмовото изкуство в съвременните си измерения, въпреки своята културна индустриализация, може успешно да се изследва в контекста на убеждаването и влиянието. Бих определил дисертационното изследване като част от една социология на медиите, социален и комуникационен анализ на културното (въз)производство ( Пиер Бурдийо), в което докторантът показва необходимите знания и компетенции за успешно решаване на научните си задачи.

Авторът на дисертацията е заявил своята хипотеза още в Увода – „че игралният филм, популяризиран чрез наградата или номинацията за наградата „Оскар“ през разглеждания период (2013 – 2016 г.), използва твърдо установени модели за построяване на разказа, които в това изследване се приемат като модели на убеждаващо влияние“ (с. iv от Дисертацията). Анализът и дори спорът за природата и степента на влияние на медиите, в това число и на филмовете, е едно от основните проблемни полета на съвременните социални изследвания на масовата комуникация. Това влияние може да бъде открито, заявено, целенасочено или пък скрито, неосъзнавано, опосредствано. Но е факт, че то съществува и идеята на докторанта е, че освен информативни, развлекателни и художествени функции, филмите, наградени с Оскар и нещо ни съобщават, в нещо ни убеждават, опитват се да създадат у нас картина за нашия социален и жизнен свят, която трябва да бъде систематизирана и подредена с помощта на методите на социалните науки. Тази идея може би е продиктувана и от практическия опит на докторанта в съответната област. За силната взаимовръзка между теоретическо – познавателния и практико – приложния подход в тази сфера, пример е самият Ролан Барт - освен изследовател на киното, многократно цитиран в дисертационния труд, той сам е участвал като актьор във филм.

Първата глава на дисертацията е посветена на един успешен опит за изграждане на теоретична рамка за изследване на филмовия наратив през призмата на убеждаващата комуникация. Авторът научно добросъвестно отбелязва в какъв смисъл ще използва и двете си ключови понятия – „убеждаваща комуникация“ и „нاراتив“. За първото е използвано утвърденото от влиятелния български учен проф. Христов определение свързано с „промяната на човешките нагласи в комуникативния процес“.

(с. i от Дисертацията). Намирам за напълно аргументиран такъв подход, избран от дисертанта, защото промяната, предизвикана от комуникационно въздействие, в случая кинопроизведенията, засяга нашите вътрешни нагласи – емоции, може би въображение, идентичност – но и се отразява върху нашето обществено Аз. Т.е тук е подчертан социалния контекст на едно вътрешно усещане/възприятие, предизвикано от въздействието на медиите – или нагласа, както се е изразил докторанта. Главата продължава с описание и анализ на техники за влияние във филмовия наратив – технически, контентни, структурни, визуални и др. – които се използват за създаване на такава реалност, която да засили интереса на зрителя към съответния филмов разказ. Този подход според мен подчертава консистентността на изследването в посока как филмовите разкази в определения период на изследване получават този визуален изказ, който играе голяма роля в съвременното общество по отношението на формиране на нагласи. Споделям избрания израз на докторанта – „несъзнавана мощ на визуалното съобщение“ (с. 36 от Дисертацията), който подчертава силата на комуникационното въздействие чрез умело подбрани разказ или казано другояче – текст в най-широкия смисъл на думата. Несъмнено постижение в тази глава е изложението на омнифазичната теория, според която „е възможно рационалното поведение да е зависимо от достъпа до несъзнателни склонности“ (с. 35 от Дисертацията). Като цяло първа глава на дисертационния труд поставя теоретичните основи на изследването и задава неговия научен вектор, ако мога да използвам този израз – да се изследва как се възпроизвеждат смисли в областта на екранното изкуство на киното, които влияят емоционално и афективно, а не толкова когнитивно или рационално.

Втора глава на дисертационния труд изследва теоретичните постановки за убеждаване в комуникационния процес чрез филмовия наратив. Дълбоката промяна на различните филмови технологии, превръща създаването и разпространението филми, особено, произведените във високотехнологични страни в един динамичен и труден за предвиждане и изследване процес. Авторът посочва различните теории за „наративно влияние“ Според дисертанта този феномен е „сравнително нов предмет на изследване и все още недостатъчно разгърнат в научните трудове за комуникации, както и в тези за влияние и убеждаване“ (с. 38 от Дисертацията). Казано с други думи, тук изследването се насочва към разкриване на онази „идеология на (филмовия) текст“ (Ф. Джеймисън), която притежава и упражнява убеждаващото въздействие в комуникативен аспект. Авторът с познаване излага теориите на Тимъти Брок и Мелани Грийн, определени

като транспортен и когнитивен модел на убеждаване. Когнитивното убеждаване е описано чрез модела за най-голяма вероятност за убеждаване на Качиопо и Пети и евристично-системния модел на Шели Чайкен, а транспортният модел е установен от Ричард Гериг (където според тях попада наративното убеждаване). (с. 39 от Дисертацията). Според дисертанта основен за убеждаването чрез наратив в комуникативен смисъл е транспортно – образният модел, тъй като аргументацията тук излиза на преден план. Т.е. разказът тук влияе чрез аргументи, при това – включени имплицитно в него. Тази част на изследването носи според мен основния му смислов акцент в теоретичен план. Това обяснява известната обширност на изложението, като на места трудно се проследява позицията на автора и собствените му аргументи, сред многобройните изброени теории, имена, модели, техники и т.н. Както отбелязва споменатият вече Ф. Джеймисън всеки текст (разказ/нاراتив) е „социално – символичен акт“, т.е. той трябва да бъде тълкуван и обясняван. Именно в обяснението или тълкуването, което докторанта е правил подробно на горепосочените теории и автори може все пак да се търси образователна ценност на тази част от изложението. В тази глава авторът въвежда и едно важно за изследването си понятие „нاراتивно – циклична полифония“ (с. 56 от Дисертацията), което обяснява как зрителят се „транспортира“ в разказа и става обект на промяна на собствените си нагласи чрез повтарящи се (циклични) моменти в разказа.

Трета глава на изследването е посветена на изграждане на методологическата рамка за изследване и анализ на филмовия наратив. Целта на докторанта е амбициозна - „да се формира изследователски подход“. (с. 16 от Автореферата) След като стига до заключение, че „изследователският подход не е установен и формулиран от емпиричните изследвания, които са фрагментарни към настоящия момент.“ (с. 83 от Дисертацията), дисертантът преминава към описание на методиката на анализ на моделите на наративно убеждение. Дисертационната разработка навлиза в своята значително по- конкретна част, която дава възможност на автора и да демонстрира убедително преимуществото, което има практическия опит в областта на киноиндустрията. Сравнителният метод, който е описан в тази част на разработката, а също е и в основата и като цяло (с. 116 от Дисертацията), прави възможно автора да открива модели, с които се съпоставят повтарящите се моменти на (кино)нاراتива. Допълнителна аналитичност на изводите от тези сравнения придават описанията им чрез съответни таблици и диаграми. За чудесен пример бих посочил определянето на

структурата към филма „Стая“ (с. 104 и сл. от Дисертацията, като илюстрация на *формалистичните методи*). Като цяло трета глава подготвя читателя за емпиричното изследване на филмовите наративи на наградите „Оскар“, представено в следващата като очертава неговите структурни и смислови граници.

Четвърта глава представлява конкретно изследване на моделите на наративно влияние във филмите, наградени с „Оскар“ в съответния период, т.е. на разглежданото явление. Обособени са конкретно филмово наративни модели, които авторът конструира на основата на два критерия – контентно и структурно съдържание. Обособени са осем „смислови ядра“ (с. 120 от Дисертацията) в 33 филма според основното послание на киноразказа. Обръщането към „смисъла“ е често в дисертацията и това е разбираемо, тъй като по своята природа комуникацията е и смислово – символична дейност. Да владееш смисъла на културен факт или феномен (а филмите са точно това), означава да умееш да въздействаш върху убежденията на публиките, ако става въпрос за масовите форми на комуникация. Авторът установява 8 модела на влияние във филмите, получили награда „Оскар“ през периода 2013 – 2016 г. Прави впечатление, че описаните модели въздейства чрез морални понятия (преданост, сила на човешкия дух, приятелство), социални ценности (публичност, социална свобода, противопоставена на робството, солидарност), емоционални апели (любов, вярност, опрощение). Този подход на автора доказва идеята, заявена в началото на дисертацията, че това е научен труд в полето на социалните и социологически изследвания на комуникацията, занимаващ се с изследване на културни текстове (в най – широкия смисъл на това понятие) и тяхното силно социално влияние и дори формиране на нагласи чрез определени форми на обществено съзнание. Тези изводи например са особено важни при изучаването на такъв обществен процес като първичната и вторична социализация на хората, която в съвременния свят е невъзможна без силното влияние на медиите. Например на с. 141 авторът достига до обобщение за един събирателен модел на убеждаващи съобщения в съответните филми, които включват посланията „воля“ и „оцеляване“. Това би могло да се тълкува и като практическа насока за морален и социален избор (ориентир) на индивидите, поднесена от авторите на филмите като художествена позиция, но със социална цел. Специално внимание заслужава и изложението на „структурните модели“ (с. 167 и сл.), които се изразяват в повтарящи се смислови единици, изграждащи структурата на филмовия разказ.

Заклучението на дисертационния труд обобщава разсъжденията на неговия автор. В този смисъл то е логично следствие от изложението и се основава на научните и практически предпоставки, както и на емпиричните изследвания, изложени в него. Тук искам да отбележа едно свое наблюдение от прочита на този труд. Цялата дисертация е построена върху примера и опита на американската филмова индустрия, известна и като холивудска. Дали такова изследване и неговите изводи са еднозначно достоверни и валидни и за българската действителност или изобщо за всяка социална среда, формирана по различен начин от американската? На първо място, както е отбелязал дисертанта „в края на 90 те години на 20 век Холивуд предприема огромен интернационален проект ...за да се приспособи „глобалната публика“ (с. 192 от Дисертацията). Макар че първите глобални (ако използваме съвременен изказ) медийни агенции се появяват в Англия и Франция ( Reuters и Navas) през 19 ти век, първата голяма вълна на интернационализация в областта на медиите (включително и киното) през 20 ти век започва в САЩ. Американските филми като „културни стоки“ (Дейвид Хезмъндал, който дава пример със звуковото кино, започнало в САЩ и разпространило се по цял свят), като визуални текстове, жанрове, технологии и капитал започват да се разпространяват стремително по света. Дигитализацията на кинотехнологиите още повече засилва този процес. Тя разширява културното производство и потребление, но и го конвергира (Д. Хезмъндал) в общи модели, които най- често се задават от най – мощната индустрия. В случая и засега – тази на САЩ, наричана от докторанта „холивудска“. Ето защо смятам избора от страна на докторанта на тема от американската „културна индустрия“ (Т. Адорно, М. Хоркхаймер) за оправдана, когато става въпрос за изследване всъщност на обществените нагласи и моделите на влияние върху тях в аспекта на масовата комуникация. Въпросът, който задават Адорно и Хоркхаймер, прозира, ако мога така да се изразя и в рецензираното дисертационно изследване – каква е връзката между множественост и разнообразие, дали голямото количество ( в случая наградени с престижна награда филми) наистина казват нещо толкова различно. Не притежават ли те „общ когнитивен модел“ (М. Кастелс), който често е утопичен в социален и личен план („силния човешки дух, който не оставя ненаказано зло“, с. 196 от Дисертацията)? Бих предложил в бъдещата си работа докторанта да изследва и друг важен аспект на темата - как ни „оформя“ убеждаващата комуникация на глобализираната американска киноиндустрия, чийто модели успешно е описал – като граждани и личности или като потребители и консуматори.

В заключение – оценявам високо дисертационно изследване на Елена Илиева. То представлява успешно научно усилие, чрез което авторът обогатява и разширява знанията в областта на изследванията на комуникационното въздействие и наративно убеждаване в социален план. Дисертантът демонстрира широка ерудиция и дълбоки знания, няма влиятелен автор в полето на неговия интерес, който да не е представен и анализиран в детайли – Владимир Пропп, Ролан Барт, Умберто Еко, Клод Бремон и др. Допълнително преимущество на дисертационния труд носи и емпиричното изследване, включващо анализ на посланията и изключително подробно разписване на смисловите им ядра. (Приложение на дисертацията), което онагледява и обобщава тезите на автора. Научните приноси на труда са описани в самооценката на автора и според мен вярно предават основните преимущества на едно такова изследване. Някои от тях обаче имат нужда от прецизиране с цел акцентирание върху научната оригиналност на принципите на изследването, а не на избраните подходи. За мен едно от най –големите преимущества на дисертационния труд е в успешният опит да се покаже как чрез въздействие чрез филмови наративи, могат да бъдат предавани смисъл и идентичност в един социологически план. Този труд ни помага да разберем как едно културно производство на високо оценявани филми и тяхното възприемане/потребление са поставени в един социален и социологически контекст на убеждаващо въздействие и подробно, задълбочено и научно аргументирано обяснява начина, по който протича този процес.

След като се запознах с дисертационното изследване „МОДЕЛИ НА УБЕЖДАВАЩО ВЛИЯНИЕ ВЪВ ФИЛМОВИТЕ НАРАТИВИ НА „ОСКАРИТЕ“ (2013 -2016), с автор Елена Илиева Илиева , установих, че то отговаря на високите изисквания за научен труд, необходим за придобиването на ОНС „доктор“. Затова **убедено ще гласувам за присъждането** на образователна и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.5. Обществени и комуникационни науки (Журналистика – Убеждаваща комуникация) на Елена Илиева Илиева.

8.5. 2018 г.

Рецензент:

доц. д-р Н. Михайлов