

## РЕЦЕНЗИЯ

За

Дисертацията на Елена Илиева Илиева, докторант към катедра „Комуникация и аудиовизуална продукция” към Факултета по журналистика и масови комуникации на Софийски университет „Свети Климент Охридски”

„МОДЕЛИ НА УБЕЖДАВАЩО ВЛИЯНИЕ ВЪВ  
ФИЛМОВИТЕ НАРАТИВИ НА „ОСКАРИТЕ” (2013-2016”

за присъждане на научната и общообразователна степен „доктор”

от

д.ф.н. Правда Спасова, професор в катедра „Психология на изкуството, художествено образование и общообразователни дисциплини” на НХА

Дисертацията е с обем 283 страници, от които авторски текст 197с., организиран в четири глави, увод и заключение. Останалата част е приложение, библиография, филмография и речник на използваните термини, който е особено полезен, защото в текста се борави с понятия, които не непременно са еднозначни и е добре читателят да бъде информиран за конкретната им смислова употреба.

Темата на изследването, свързана с убеждаващата комуникация чрез средствата на киното е актуална, не само защото филмовото изкуство е един от най-разпространените жанрове в съвременната все по-визуално насочена култура, но и защото именно чрез него като че

най-неусетно и лесно се постига преднамерено въздействие. Въздействие, по посока преодоляването на стереотипи и дори на заместването им с други, е като че основна цел на стремежа към разбирателство, ако не и унификация, в глобализираната културна среда. Целите и мотивацията на това въздействие, както и последствията могат да са различни, но изследването им е доста комплексно и със сигурност би надхвърлило рамките на една дисертация.

Работата на Елена Илиева би могла да се впише в подобна амбициозна разработка, защото е опит, да бъдат открити модели на „убеждаващо влияние” (да използвам нейната терминология) във филмовите наративи. За целта тя съвсем обосновано се е насочила към анализ на номинирани за наградата „Оскар” за най-добър игрален филм за период от три години (актуални за времето на изследването). Така наречените „Оскари” са действително най-популярните в световен мащаб филми и дори кинолюбителите, които предпочитат по-интелектуалната селекция на наградите в Кан, все пак се чувстват длъжни поне да видят за какво става дума и отиват да гледат спечелилите приза на Американската академия творби.

Формулираната от Елена Илиева хипотеза е, че тези филми използват „твърдо установени модели за построяване на разказа” и именно тези модели се разглеждат като начин за осъществяване на убеждаващо влияние или (предпочитания от мен термин) въздействие. Естествено, в началото се търси потвърждение на тезата, че информацията, която получаваме чрез визията и звука може да бъде запаметена на едно не непременно осъзнато ниво и така ефективно да променя нагласи и определя поведение. Впрочем едно такова

въздействие е същностна характеристика изобщо на изкуството, което наред с другите си функции, е комуникация. Характерът на тази комуникация е специфичен, многопластов и многопланов, посланията рядко са експлицитни, но именно това съдейства за нейното убеждаващо влияние. Това с още по-голяма сила се отнася за филмовия наратив с неговата изтегленост към визуалното в тясна връзка със звуковата интервенция към зрителя, който се оказва в ситуация волно или неволно да „прочете“ посланията, които дори ако не вербализира, възприема.

Ето защо в първата глава „Теоретична рамка за изграждането на филмовия наратив през призмата на убеждаващата комуникация“ докторантката се е насочила към представянето на омнифазичната теория за човешкото познание, въз основа на която може да се твърди, че визуално доминираните медии са по-ефективни като убеждаваща комуникация. Това е добър подход, за съжаление реализиран в дисертацията доста повърхностно и лаконично. Вместо да се опита да прегледа самите изследвания поне на водещите учени, които спомагат за оформянето на тази интересна теория, Елена Илиева се е задоволила да ги цитира и обговори по прекалено лапидарното и просто изложение, предложено в наръчника „Handbook of Visual Communication“. Така на дисертантката е убягнал факта, че констатацията, че не сме „толкова рационални същества, колкото ни се иска да вярваме, че сме“ (поставена от нея в курсив) не е „откритие“ на невролози като Дамасио или, в случая, на Ан Мари Бари. В европейската мисъл това убеждение набира сила благодарение на философията на Артур Шопенхауер и става постулат на цялата психоаналитична традиция, повлияла нашироко именно наративите на

популярното кино. Благодарение на позоваването на същото пособие, Иванова се е плъзнала и по откъслечен цитат от известната книга на физика Фритьоф Капра “The Tao of Physics”, без дори да се опита да изрази своето собствено съгласие или несъгласие относно идеята, че рационалната гледна точка за света е остаряла, затова се търсят нови ракурси. Така се процедира до края на този раздел – омнифазичната теория е представена по наръчника и, макар да разбирам основанията на дисертантката да я възприеме и постави в основата на своето изследване, на мен ми липсва опит за самостоятелен коментар, ако не анализ.

За радост, този сериозен недостатък на дисертацията е преодолян в следващия раздел от първа глава: техниките за въздействие, използвани от филмоиндустрията са анализирани съвестно, а изводите в края на главата показват способността на Елена Илиева да предложи убедителна рационална аргументация за избраната методология.

Втора глава, посветена на теориите, отнасящи се до „убеждаващото въздействие”, с фокус върху филмовия наратив е по-богата като съдържание и с по-самостоятелно авторско присъствие на докторантката. Представена е собствена визия за типажните характери и е предложена теоретична концепция за така наречената „наративно-циклична полифония”, която цели да обясни механизма на транспортирането - един от основните начини за постигане на въздействие чрез визуалния разказ на филма.

Отделен въпрос е дали тази концепция е универсално приложима, дали тя може да обясни транспортирането на психологическо ниво при въздействието върху зрителите на, да кажем, филм и като „Любов” на Михаел Ханеке - един от номинираните през

2013 г. Мисля, че би било трудно, както и трудно приложима към подобни филми е общата предпоставка, че хората търсят в киното развлечение. Развлечението несъмнено, също както комуникацията, е една от основните функции на изкуството и аз съм съгласна, че убеждаващо влияние се прокарва най-лесно под маската на развлечение, но диалогът между творба и публика е доста по-сложен и това с пълна сила важи за съвременното киноизкуство. Защото, въпреки че започва като форма на развлечение, с развитието си киното поставя и изпълнява далеч по-амбициозни цели. Вярно е, че филми като тези на Ханеке рядко попадат сред номинираните от Американската академия и често са на опашката по реализирани приходи (както можем да се убедим от съвестно представените в дисертацията таблици), но това не е основание да бъдат мълчаливо подминати, за да не се наруши „работещия” модел. По-градивно от изследователска гледна точка би било те да се анализират като изключения и да се потърсят причините защо не пасват лесно в типичните схеми.

Не съм пропуснала, че Елена Илиева като че се е застраховала от подобна критика, отбелязвайки че „Оскарите” са групата най-популярни, но не непременно най-качествените филми. Естествено и логично е, че търсейки механизмите за въздействие, тя обръща внимание на популярността, но тук възниква въпроса: Означава ли това, че по-изисканото арт кино не е толкова „внушаващо убедително” или пък, че е далеч по-трудно да го напъхаме в таблици и предварително подготвени концепции? Ако това е така, доколко общи са общите модели?

Убедена съм, че търсенето и изследването на такива модели е теоретически плодотворно, възражението ми цели само да тласне докторантката към постижима с повече усилия изчерпателност.

Ето защо, намирам тази част от дисертацията за успешна, макар и белязана от един повтарящ се недостатък: авторката като че бърза да „отметне” повече информация в телеграфски стил. Това безспорно е достойнство на журналистическия тип писане, но създава чувство за неудовлетвореност при научните изследвания. Например, представяйки тезата на Умберто Еко за наративните структури, Е. Илиева се базира единствено на неговата статия за Флеминг. Тя щеше несъмнено да обогати разбирането на читателите си, ако беше добавила поне разбор на още едно, по-късно есе на италианския семиотик, разискващо причините за безспорния успех на филма „Казабланка”, защото в „Casablanca: Cult Movies and Intertextual Collage”, написано през 1984 г. Еко тества своята „нараторология”, т.е. идеите, изложени в текста за Флеминг. И ако е твърде много да се иска от дисертация по журналистика евентуалното позициониране на наративната теория на Еко спрямо херменевтичната традиция (макар че Е. Илиева мимоходом споменава и херменевтиката като релевантна на собственото си изследване), то по-подробното разглеждане и на другите негови есета за поп културата би допринесло за пълнотата на работата. Смятам това за необходимо, защото както твърди самата авторка, теорията на Еко е основополагаща. Съветвам я при евентуална по-нататъшна разработка на дисертацията, с оглед превръщането ѝ в монография, да използва сборника есета на Умберто Еко „Ролята на читателя: проучване върху семиотиката на текста”, издаден на английски през 1979 г. като *The Role of the Reader: Explorations in the Semiotics of Texts*, а не един

единствен текст – този за Флеминг, който впрочем е препечатан в антологията, на която се позовава Е. Илиева, от същия сборник. Тогава няма да ѝ се налага да привежда едни и същи цитати в различни части от работата си.

Затова пък разделът от същата втора глава на дисертацията „Функциите на приказката според теорията на Владимир Пропп” е изключително важен и подходящ, защото показва идеята за повторемостта на наративите, която е основата за по-късното формиране на наративни модели като ситуирана исторически, а това демонстрира нейната устойчивост.

Трета и четвърта глава са, според мен, силата на дисертацията. Методологичната рамка е изведена логично и това предопределя очертаването на убедителни модели за въздействие на филмовите наративи – поне на тези, свързани с популярното кино, даващо заявка за развлекателност. Представени са авторски таблици и диаграми, усърдно изготвен е разбор на смисловите ядра, около които обикновено е центриран филмовия наратив. Изложението на модела на фокализацията (аз бих предпочела по-ясната за българския читател дума фокусиране), допълнено с авторска таблица, убедително показва значението на насочеността на разказа за формирането на нагласи на интуитивно ниво. Интересна е и съпоставката с приходите като обратна връзка за въздействието на определен филм. Изложението на цялостната структура на филма „Стая” е направено интелигентно и изчерпателно, без излишни подробности. Накратко, демонстрирани са научните способности на докторантката.

Единственото ми възражение към тази част на дисертацията е, че би трябвало да бъде подложена на по-внимателна редакция. Не е добре

в един сравнително кратък научен текст да се повтарят буквално едни и същи цитати в различни глави: напр. пасажите от Еко на 63 страница се появяват отново на 119 с., а постулатът на Адорно за естетиката на киното от цитат под черта в първата част, се връща като текст на страница 195.

Тези недостатъци са лесно преодолими, съветите ми за задълбочаване анализа на разглежданите теории също са изпълними. Ето защо, считам че критиките ми към текста не са основание за негативна оценка на цялостния труд на Елена Илиева. Напротив, мисля че самооценката ѝ е адекватна и текстът има приносен характер. Авторефератът също отразява достойнствата на работата.

Дисертацията на Елена Иванова е новаторска и може да се разглежда като добро начало в посоката на бъдещи изследвания върху способите за комуникация и манипулация чрез популярни жанрове на съвременното изкуство. Ето защо, приканвам уважаемото жури да се присъедини към оценката ми, че тя покрива критериите за присъждане на образователната и научна степен „Доктор”.

Правда Спасова