

Становище

За дисертационния труд на Петя Анастасова Параловска

На тема „Оперното изкуство и неговият имидж в контекста на популярната култура“ за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки“ /Журналистика – Изграждане на имидж/

1. Актуалност на избраната тема на дисертацията

В съвременното общество, белязано от масираното въздействие на масовата култура и медиите, оперното изкуство съумява да трансформира основните естетически послания и чрез средствата на популярната култура придобива нова публична видимост и създава възможност за успешни хибридни културни форми като обхваща по-широки аудитории. Така промяната на имиджа на операта в съвременността гарантира една полезна приемственост и обогатяване на жанровата палитра на модерното изкуство. Изучаването на параметрите на взаимодействието между популярната култура и операта е актуално и необходимо, защото дава на съвременния човек разбирането за полифоничната дълбочина на изкуството като синкретична форма за опознаване и разбиране на света.

2. Структура и съдържание на дисертационния труд.

Дисертацията се състои от увод, четири глави, заключение, библиография и 9 приложения с общ обем от 237 страници. Три от приложенията включват обобщение на телевизионни сериали, игрални филми и реклами, където е използвана оперна музика. В останалите приложения са използвани 18 цветни илюстрации и една таблица. Библиографията включва 155 заглавия, уебстраници и видео/аудио ресурси на български, английски, италиански, испански, руски и френски език.

В Увода прецизно са представени целта, задачите, обекта и предмета на изследването, като е разгледана и степента на разработеност на проблема в научната литература, както и са направени необходимите ограничения на тематичната област на проучване спрямо сходни области на популярната култура и оперното изкуство. Открити са четирите научни задачи на проучването, логично произлизащи от очертаните преди това параметри на

предмета, обекта и целта на дисертацията. Ясно и дефинитивно е представена изследователската теза и е посочена научната новост на научното дирене на авторката.

Първа глава, „Елит, висока и популярна култура“ разглежда теоретичните възгледи за ключовите понятия като елит, елитизъм, културен елит, висока и популярна култура. Авторката критично анализира възгледите на Ч. Р. Милс, В. Парето, Г. Моска, П. Бурдийо, на представителите на Франкфуртската и Бирмингамската школа като е поставен акцент върху парадигмата за културния капитал на П. Бурдийо и е обобщено разбирането за ролята на културната индустрия като носещ фундамент на взаимодействието между изкуството и масмедията. Не са пренебрегнати и консервативните възгледи на Хосе Ортега-и-Гасет, Клемънт Грийнбърг, Теодор Адорно и Макс Хоркхаймер, които разглеждат популярната култура като негативен елемент и „странична загуба“, неизбежна за съхраняването на демокрацията като политическа система, но и отговорна за насаждането на принизен вкус на потребителите на масовото потребителско общество.

Във втората глава „Операта в исторически контекст – изкуството на границата между елитарното и популярното. Пропагандна функция на операта“ е направен кратък, но съдържателен преглед на възникването на операта, на нейните най-шумни успехи и съвременните аспекти на перцепцията ѝ от широката публика. Отчетено е коректно, че за дълъг период операта е използвана от градските елити като инструмент за изключване на простолудието, което обяснява неизбежния ѝ етикет на елитарност и отчужденост. Петя Параловска правилно отчита и модификациите на операта в Италия и Германия, които съпътстват историческото развитие и ѝ придават елементи на хедонистичност и засилването на пропагандната функция в период на засилена социална активност в борбите за обединение и освобождение в творчеството на Дж. Росини, Дж. Верди, Р. Вагнер. Специално внимание авторката е отделила на отделни произведения на Дж. Верди и Р. Вагнер и ролята им за националната политическа еманципация на страните им, както и на превратната политическа манипулация на музикалните послания на Р. Вагнер от нацистката пропаганда.

В третата глава „Операта и популярната култура“ са очертани параметрите на взаимодействие и взаимопроникване между операта и

различните проявления на масовата култура и на бурно развиващите се медийни технологии. От една страна чрез модерните медии операта придобива нова социална видимост, от друга страна - тя самата се явява резервоар за обогатяване на езика на медийните въздействия и за вторично въздействие върху аудиторията с изпробвани във вековната практика културни кодове и символни парадигми. Ползотворните терени на взаимодействие между операта и проявленията на популярната култура и новите медии са детайлно проследени в сферата на киното, телевизията, дизайна, интернет, дигиталните технологии и рекламата. Въведено е и понятието „медиазирана опера”, за да се фиксира новата хибридна форма на колаборация между операта и масмедийните технологии. Така се придобива популярност и достъпност, но и се събужда усещането за елитарност и общуване с високата култура. Авторката отбелязва и двоякото присъствие на оперното изкуство в рекламните послания. От една страна като референтна база за връзката между качествената музика и качествените продукти, а от друга - като се използват мотиви или популярни оперни певци като рекламни посланици, носители на престиж и висок социален статус в спотове.

Четвъртата глава разглежда имиджа на оперните изпълнители като знаменитости и популярни звезди от системата на „селебрити културата”. Акцентът е поставен върху имиджа на двама водещи изпълнители в първите и последните две десетилетия на 20 век – Енрико Карузо и Лучано Павароти. Очертано е специфичното в развитието на таланта на всеки от тях, но и са проследени общите характеристики в изграждането на популярността им. А то е в умелото използване на възможностите на медийните технологии от тяхното време и прекрачването на границите на утвърдените музикални и културни жанрове. Така се изграждат нов тип трансмедиални имиджи, които неимоверно разширяват своята аудитория , а оттам и ефекта на медийно, общокултурно и социално въздействие

3. Научни приноси

Очертаните 5 научни приноса са обосновани и емпирично аргументирани и са адекватно отразени в автореферата на докторантката. Те са резултат от задълбочени теоретични и емпирични проучвания и са логично следствие от изложението на дисертацията. Затова ги приемам за основателно заявени и надлежно документирани.

4. Публикации по темата

Авторката представя три публикации по темата на дисертацията в научни издания и научни форуми и публикувани през периода на докторантската ѝ подготовка. Те са интегрална част от изследването ѝ и дават представа за характера, периметъра и степента на научна осведоменост по разглежданата проблематика.

5. Препоръки и въпроси към докторанта.

Бих препоръчал това изследване да се публикува с оглед на целта да достигне до по-широка публика от изкуствоведи, медиаспециалисти и ценители на изкуството като отчитаме ефекта от навлизането на новите медийни технологии в битието на съвременника.

Въпросът ми към докторантката Петя Параловска е: Доколко предложената от нея нова хибридна форма – *медиазираната опера* има шанс да се развива в епохата на интернет и дигиталните технологии в страни с утвърдена музикална традиция, а и в други територии с активно младо дигитално поколение?

6. Заключение

Въз основа на гореизложеното като отчитам приносния характер на това изследване убедено препоръчвам на уважаемото научни жури да присъди научната и образователната степен „доктор” на Петя Анастасова Параловска по професионално направление 3.5. „Обществени комуникации и информационни науки“ /Журналистика – Изграждане на имидж/.

София 25.7.19

проф.дфн Милко Петров