



РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д.н. Андреана Ефтимова

Катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“

за дисертационния труд

на Ива Георгиева Неделчева

на тема: „Хипербелетристика – минало, настояще и бъдеще на сторителинга чрез хипертекст“

за публична защита за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ по научна специалност 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – прескомуникация)

Научен ръководител: проф. д-р Тотка Монова

Данни за дисертанта. Ива Неделчева има бакалавърска степен по връзки с обществеността от ФЖМК на СУ „Св. Климент Охридски“ (2003-2007). Магистър по комуникационни изкуства е на Нюйоркския технологичен институт (2009-2011). В периода 2018-2019 г. е била на шестмесечна специализация за гостуващ изследовател със стипендия на комисия „Фулбрайт“. Печелила е и награда за най-добра статия на 18-ата Международна конференция по медии и комуникации в Дубай през 2016 г. Работи като комуникационен експерт в редица кампании и институции.

Данни за докторантурата. Докторантурата на Ива Неделчева е за периода 2016 – 2020 г. Дисертационният труд беше обсъден на заседание на Катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“, проведено на 19.12.2019 г. с разширен състав от хабилитиран специалист. Публичната защита е насрочена за 31.03.2020 г., като са спазени изикванията на ЗРАС.

Данни за дисертацията и автореферата. Дисертационният труд се състои от увод, четири глави, заключение, резюме на научните приноси, библиография и приложения. В библиографията са посочени 341 заглавия (34 на кирилица и 307 на латиница). Общият обем на изследването е 315 страници, от които 225 страници

съставят основния текст. Авторефератът отговаря на съдържанието на дисертационния труд и в сбита форма предава основните идеи и постижения на изследването.

Дисертационен труд. Дисертационният труд на Ива Неделчева е посветен на обширна тема, която поставя редица актуални въпроси: за новите комуникационни дискурси и канали, за трансформациите в общуването чрез новите технологии, за новата роля на медиите в дневния ред на обществото, за нуждата от нови начини за ангажиране на публичния интерес, за разнообразието от форми, формати и съдържания в една съвременна комуникационна парадигма, нуждаеща се от интегриран и мултидисциплинарен подход на изследване. Погледът на изследователя към тези въпроси се трасира от теоретичните изследвания най-общо върху хипербелетристиката и хипертекста.

В **увода** коректно е посочен предметът на работата: функционирането на похватите в съвременната онлайн художествена литература и влиянието им върху трансформирането на интерактивната проза в похват за създаване на уеб новинарско съдържание. Изследването на този процес се извършва върху обекта на работата: онлайн медийни платформи в България и САЩ и технологичните иновации, които те въвеждат, за да трансформират форми и формати. Въпреки споделеното твърдение, че медийната среда у нас „възпрепятства бързите иновации в полето на уеб журналистиката“ (с.3), авторката на текста смята, че те са неизменен процес. Заради нуждата от адекватни дигитални умения и стратегии за създаване на онлайн качествено съдържание Ива Неделчева формулира целта на дисертацията си като обследване на принципите на дигиталната медийна комуникация и формулиране на препоръки за изграждането на успешна дигитална стратегия при създаването на съдържание за новите медии. Това налага поставянето на задачи, които в преработения за публичната защита вариант на труда са сведени до няколко постижими намерения. Заслужава да се отбележи ясната теза на изследването, според която онлайн новинарското съдържание не е драстично различно от наративните формати на хиперфикцията.

Заявената методология на изследването включва сравнителен анализ на медийното потребление през онлайн платформи чрез медиаметрични изследвания на Gemius, Nielsen Online, Similar Web и др.; анализ на съдържанието на онлайн вестници и мобилни медийни платформи като „Труд“, „24 часа“, „Сега“, „Стандарт“, „Капитал“, „Дневник“, mediapool, news.bg, БНТ, БНР, bTV, NovaPlay и др.; функционален и

комуникационен анализ; теренна работа; електронни интервюта с медийни организации в България и САЩ.

В същинските три глави от разработката се разполагат теоретичните постановки и наблюдения по темата. Първото усилие на докторантката е съсредоточено върху **изясняването на понятията и разграничаването на значенията на термините**. Източниците, които се използват за изясняването на понятията, са сериозни, многобройни и от чужди научни традиции. Вероятно това е и причината докторантката да изпитва затруднения в ясното и непротиворечиво представяне на становищата. В **първата глава** се уговарят термините *сторителинг* и *историране*, като се твърди, че историрането е преводен термин на сторителинга (с. 10). Докторантката е избрала да наслагва компоненти в определенията за историране¹. На различни места в текста тя посочва, че историрането е (1) техника на писане (или споделяне), показване или устно пресъздаване на история; (2) наративна техника (комуникационна техника) за регистриране на историята в публичното пространство, като взема предвид нюансите, връзките между сюжетните линии, принципите на повествованието и драматургичните похвати (въздействащо използва разказа и го прави динамичен, нелинеен и непрекъснат); (3) съвместен творчески процес и интерактивна артистична форма, благодарение на съвместните координирани усилия на комуникатор – аудитория (разчита на публиката да развие образи, детайли, да участва и да завърши историята).

В процеса на семантизирането на термина се поставя акцент главно върху един компонент, влизащ в значението му – взаимодействието с публиката. Във връзка с това се откроява устното историране като линейно и подходящо за традиционните електронни медии. Изброяват се формати, които са анализирани вече или може да се анализират въз основа на модела на трите Т (историята – Tale, нарацията – Telling и говоренето – Talk) на Стив Килик и Мария Буфе и на постановките за активната аудитория на Хауард Госидж (“The Moth Story SLAM“ в Джорджия, САЩ на американския писател Джордж Грийн (1997), „Часът на децата“ на Би Би Си, лекциите по канадското радио Massey Lectures, TEDx, токшоута, стендъп комедията, радио риалити, белетристичната форма у нас „риалити роман“, реклами). Въвежда се и

¹ В същото време се дават определения и за сторителинга като за средство за предаване на информацията според нуждите и желанията на аудиторията, не като сензация, а с добавена информационна стойност; като наративно организиран похват, който използва технологии както на разказа, така и на изпълнението (с. 29).

визуалното историране като вид историране, което се реализира в множество формати – фото- и комиксова журналистика (Харви Курцман), видеоклипове, документални филми, анимирани визуализации, синемаграфи, машинима изкуството, интерактивно кино, новинарски кинопрегледи, серийните изображения на Анди Уорхол, анимациите на Уолт Дисни и Джим Хенсън, графичния журнализъм (комикс поредицата на Робърт Кръмб в сп. „Хелп“ през 1965 г., в която се разказва историята за социалистическа България), графични романи (Джо Сакко в сп. „Тайм“, в. „Гардиън“, в. „Ню Йорк Таймс“, използващи комикс журналистиката за документални очерци, кореспонденции и репортажни поредици). Визуалната онлайн журналистика се възползва от технологични инструменти за прецизиране на визуалното съдържание – автоматични редактори, генератори и софтуерни програми за обработка на снимки, видео, данни и типография. Историрането в писмена форма също настоява върху общуването с аудиторията и нейната активност (с.28).

Някои от обобщенията – че историрането е с цел общуване, а писателят има за цел споделяне (с. 27), че писането е професия, а историрането – талант – смущават с генерализиращата си декларативност и претенция за истинност.

Специално се коментират разликите между термините *история*, *разказ* и *наратив*. За съжаление, не бих могла да кажа, че авторката на текста е успяла да изясни тези понятия. Дефинициите обхващат несъпоставими характеристики на явленията – наративът се обявява за комбинация от история и повествование и еквивалент на устната форма на историране, разказът е метод за посочване на факти, а историята е „серийна хронологична последователност от събития без конотативна намеса на автора за разлика от сюжета, който е умишлено аранжирана история за постигане на определено внушение“ (с. 29). Според последното определение значението на термина *история* много прилича на това, вложено в термина *фабула*, а и съполагането на термините *история* и *сюжет* насочва към подобна аналогия. Впрочем термините *сюжет* и *фабула* са употребени без уговорка в подглавата за трансмедийното дигитално историране. Въвеждането на нови терминологични значения на иначе добре познати названия, каквито са *история*, *разказ* и *наратив*, е сложна задача. Тя изисква и съобразяването с националната традиция, в която отдавна са въведени термини със сходни значения, какъвто, да речем, е *фабулата*. Ето защо докторантката не е успяла да организира, да йерархизира констелацията от съществуващи и навлизащи термини за целите на своята разработка. Отбелязвам и

непоследователната употреба на термините във фиксираните им значения, използването им като синоними се прокрадва в целия текст (например на с. 61 се появява фразата „наративът предава историята за случилото се“; неконтролираното назоваване на новите журналистически практики в 3.2. ту като жанрове, ту като стилове (с.119), ту като практики усилва усещането за хаос в употребата на термините и др.).

Премахнато е разминаването в типологията на видовете дигитално историране, което бях отбелязала при предварителното обсъждане на дисертационния текст. Типологията, в която е посочено, че ще се разгледат **видовете дигитално историране**: мултимедийно, кросмедийно, трансмедийно, историране на данни, вече не съдържа интерактивното историране. Така на въпроса дали интерактивното дигитално историране е вид дигитално историране, или е родово понятие, чиито видове се разглеждат, е даден ясен отговор – интерактивното историране е родовото понятие. Текстовите части, посветени на интерактивното дигитално историране, представят световния опит във филолософското осмисляне и обяснение на нуждата от дигитално историране чрез теорията за съвременната култура като „разчистваща“, а историите като културна спойка (Ричард Стоун); чрез концепцията за ролята на аудиторията (Кен Харпър, Ламбър и Браун, Марк Каваца), развита по-нататък (с. 69-70) чрез идеята за културата на участието и феномена „ко-създаване“ на Дженкинс; чрез идеята за новото повествователно изкуство (Жанет Мъри); чрез морфологичния анализ на елементите в приказката (Владимир Проп). В дисертацията се прави богат преглед на началото на похвата *историране* до развитието му с помощта на новите технологии и надграждането му с компютърно базирани системи, които да създават динамични разкази, с които потребителят да взаимодейства (Марк Каваца). Очертават се успешни медийни продукти с приложение на похвата – дигиталните истории „Улови Уелс“ на BBC (2001), видеоигрите на Крис Крофърд (2004), новините на „Ню Йорк Таймс“, „Гардиън“, CNN, BBC, Reuters и др. Усещането за повторителност на съдържание на много места в труда се създава при представянето на характеристиките на интерактивното дигитално историране в медиен контекст: (1) базирано на компютърните технологии, (2) многопластова интерактивност (тук впечатление правят определенията за интерактивност на Steuer, Rafaeli, Даунс и Макмилън), (3) развлекателно по замисъл и природа, (4) съзнателно влияние на потребителите върху нелинейния разказ, (5) нелинеен наратив (обяснен по-рано чрез преплитането на двата

основни модела на структурата на разказа според Аристотел, с. 47), (6) опосредствано от дигитално устройство. Видовете дигитално историране се представят през определения и демонстрация на успешни практики на прилагане на похватите. Мултимедийното дигитално историране се фокусира върху допълващата информация чрез статичните (текст, графики, снимки) и динамичните (анимация, аудио, видео) елементи на мултимедията, т.е. различни части на историята се разказват с помощта на различни медийни инструменти. Историята се разбива според съдържанието и според различните медийни канали (добри примери от Washington Post и The New York Times). По този начин се и осигурява контекст и приемственост на историята сред другите истории по същата тема (в новинарските сайтове като CNN, Washington Post, NPR, MSNBC.com). Кросмедийното дигитално историране обозначава отправянето на едно съдържание по много канали чрез кръстосване на няколко платформи (пр. сериалът Hack, използващ поредица от видеоигри, манга, комикси и телевизионни анимационни предавания). Трансмедийното дигитално историране използва много медии, за да разкаже части от по-голяма история, като всяка част добавя нещо към цялостното разбиране на историята (например франчайзът The Matrix – филм, комикси, игра; Pokemon GO). Историрането на данни или т.нар. „прецизна журналистика“ (Майер 1972) предполага анализ и филтриране на големи информационни масиви, компютърно генерирани данни с цел създаване на новини (пр. Trump Promise Tracker на Washington Post). Много смислени са заключенията вследствие разглеждането на техниките на историране в съвременната дигитална среда – че се развиват и надграждат с технологичния напредък, че повишават информационната стойност на новинарското съдържание, че повишават ангажираността на аудиторията и медийната й грамотност, че са комплексно взаимодействие на системи и процеси и че използват хипертекста.

Втората глава разглежда влиянието на хипербелетристиката върху дигиталния журнализъм. В тази глава Ива Неделчева се ангажира с изясняването на понятията хипербелетристика (още в увода има такъв опит), хипертекст, кибертекст, киберлитература, интерактивна литература, интернет литература, електронна литература. Отново се налага впечатлението за насипност, за липса на връзки и преходи между понятията, които се разглеждат, и за непоследователност, разпокъсаност. Бих искала да отбележа като значима идеята на Джей Болтър анализът на компютърния хипертекст да се осъществи от гледната точка на постмодернизма и

деконструктивизма (Ж. Дерида, Р. Барт, М. Фуко, Ж. Бодрияр). Сполучливо обяснение е постмодерната идея, че текстът се изгражда от читателя чрез акта на четене, както и деконструктивистката идея, че текстът е неограничен и включва и собствените си интерпретации. Точно тези свойства се отбелязват като отличителни за хипертекста – асоциативност, нейерархичност, непоследователност, нелинейност, както и за хипербелетристиката, при която освен върху интерактивността, интермедиалността и инсценирането, се акцентира и върху доминирането на елемента над цялото, стремежа към фрагментарност. Впечатлява и теорията на Еспен Аарсет за кибертекста, като съставни негови части са *текстоните* (основни градивни елементи на текста, включващи байтовете и програмния език – дълбинна структура) и *скриптоните* (повърхнинната структура на текста, осъществяваща се в акта на четенето). Читателят има възможност да участва в текста, ако е допуснат до външните параметри – скриптоните, но най-голяма власт, равна на автора и дизайнера на текста, има, ако разполага с възможността да се намеси на ниво дълбинна структура, върху текстонната функция. От само себе си се налага един очевиден паралел, който докторантката не е задължена да прави, с генеративната граматика на Ноам Чомски, от която произлизат термините *повърхнинна* и *дълбинна структура*. Едва тук читателят на дисертацията разбира какво означава *ергодичен текст* – с този термин Е. Аарсет нарича текстовете, които са подвластни на читателска намеса, които изискват по-специални усилия от страна на читателя, за да успее да ги пребори. Съветвам Ива Неделчева да обясни термина още при първата му поява в текста, както е прието да се прави в научните изследвания. Ценен принос в изясняването на понятието за хипербелетристика имат постановките на Маршал Маклуън и Лев Манович, който говори за „новата компютърна култура“ на преливане на значенията, откривани по традиционния начин на моделиране на света и по начина, по който го представя компютъра (с. 86). Отбелязва се и приноса на рецептивната теория. Подглавата 2.2. *Хипербелетристика в дигиталното новинарско съдържание* би следвало да отговори защо новинарското съдържание е повлияно от белетристиката. Опасявам се, че не открих ясно формулирани причинно-следствени обяснения. Иначе обяснението, че изменението на същността на медиите и употребата на хипертекста превръщат създаването на журналистически материали за уеб среда в коренно различен процес от този за традиционните медии, е добре познато и се изразява в появилата се възможност аудиторията да реагира и във възможността материалите да се свързват с друго

съдържание. Това налага проучването на нелинейния модел на онлайн журналистическата история, на хиперлинка, на компютърните данни и алгоритми, на ключовите думи за SEO-оптимизацията, на нивата на дигиталната история (база и надстройка по Рой Розалес, 2006). Изброяват се основните форми на информационна медийна продукция в интернет, базирани на хипертекста: сайтове с информационна насоченост (CNN, BBC, MSNBC и онлайн вестници), типични дигитални медии (BuzzFeed, Business Insider, HuffPost, Yahoo News и MSN), блогове (персонална и гражданска журналистика), метажурналистика (media watchlogs), новинарски агрегатори (Google News, Apple News), социални мрежи (ФБ, Туитър, Инстаграм).

На фона на обобщенията, че моделът на масовата комуникация е трансформиран в интерактивен процес с относително равнопоставени участници, **третата глава** като че ли отново преповтаря разгърнато мантрите, че аудиторията е активен участник в медийното общуване и че вследствие развитието на цифровите технологии и глобалната мрежа за производство и разпространение медийният продукт то се превръща в интерактивно интерггрирано съдържание. Дефинира се терминът *нови медии* и се обсъждат характеристиките на онлайн медиите: хипертекстуалност, мултимедийност и интерактивност (навигационна, функционална и адаптивна). Насърчаването на сътрудничеството и споделянето между потребителите става чрез технологиите на Уеб 2.0., а социалните мрежи еволюират в нов тип медия, оказваща влияние върху журналистическия дискурс. **Изключително важно ми се струва прозрението, че медиите делегират традиционни издателски функции на платформите, които иначе са технологични системи за мащабно и скоростно разпространение на данни, и по този начин насочват новинарския поток през неясен и сложен лабиринт от сайтове и приложения.** Тук отново, както и във втора глава, се дефинира и очертава историята на понятието *хипертекст* (от „Мемекс“ на Ваневар Буш, 1945 през проектите „Ксанаду“ и „Транслитература“ на Теодор Нелсън до приложния програмен интерфейс API), като се отбелязва, че е налице една непрестанно обогатяваща се концепция за хипертекста (Ландоу, Аарсет, Барт, Купер, Илина, Дедова, Визел, Фьодорова и др.). Авторката отново фокусира интереса си към нелинейността на текста, което ме кара да повтора, че изследването се нуждае от реструктуриране и преразпределение на тематичните центрове, за да се избегне повторителността в дефинирането и проследяването на понятия във всяка глава. В подглавата „Хиперновини и хипераудитория“ се анализират новите журналистически

практики: журналистика на данните („Гардиън“), мобилната журналистика, гражданската журналистика (социалните мрежи), журналистиката чрез приложения (iPhone), скрийншот журналистиката, роботизираната журналистика (Associated Press), бранд журналистиката (бранд платформа TBrand Studio, създадена от „Ню Йорк Таймс“ през 2014 г.), краудфънд журналистиката, гонзо журналистиката, задълбочена журналистика (immersion journalism) (технологии за виртуална реалност като HWDS, Сакмакси и Rolland – Колумбийски университет, Second Life, Metanomics на Робърт Блумфийлд), гейм журналистика (отразяват се новостите в компютърните и видеоигрите – сп. „Play Meter!“, 1974). В раздела „Еволюция на журналистическото съдържание в онлайн медиите“ (с. 144) препоръчвам разделянето на текста в подглави – за еволюция на журналистическите практики, на журналистическото съдържание, за промяна на професионалните роли и компетенции и за еволюция на аудиторията. Изключително информативна за световните тенденции в онлайн медийната продукция е подглавата „Съдържание по данни“.

Последната глава би следвало да е собственото изследване на докторантката. В нея акцентът от замисъла, осъществяването и резултатите от анкета, проверяваща влиянието на иновациите върху качеството на съвременното онлайн журналистическо съдържание, се измества върху препоръките за качествено онлайн съдържание. На въпросите от анкетата за прилагането на похвата *историране* почти няма реакция. Всъщност ми се струва, че основният пропуск е в начина, по който са конструирани въпросите в анкетата. На първо място, така формулираните въпроси предпоставят, че анкетираните лица знаят какво е сторителинг похват. Първо условие в социологическите изследвания е въпросите да се задават така, че да са максимално ясни, а второ условие – да не се изисква познаването на специфична терминология и постановките в конкретна научна област. Това обърква анкетираните и ги демотивира да отговарят.

Формулират се и препоръки за качествено онлайн съдържание (с. 189) въз основа на богатата журналистическа практика в чужди издания и по-скромни наблюдения върху българските онлайн меди.

Заключението съдържа признато от автора заключение за несполучливо анкетно проучване. И без това смятам, че планираната анкета не може да докаже тезата на изследването, според която онлайн новинарското съдържание не е драстично различно от наративните формати на хиперфикцията. Намирам, че по-продуктивен би

бил анализът на текстове от хипербелетристиката и от хиперновините и откриването или неоткриването на общи техники на историране в тях. Опит за такъв анализ откривам като че ли в третата глава.

Приносите на работата са адекватно формулирани.

Държа да отбележа богатата библиографска осведоменост на Ива Неделчева, която е ползвала източници на български, английски и руски език. Актуалните заглавия в библиографията, както и големият им брой са несъмнено достойнство на изследването и му дават предимството да е едно от малкото изследвания, събрало толкова изчерпателен списък от публикации по темата.

Забележки по съдържанието на дисертационния текст

Бих искала да отбележа, че докторантката не навлиза в конкретика, не се ангажира със собствени наблюдения над конкретни текстове и събрани чрез различни методи емпирични данни (на практика приемам, че анкетното проучване не е представително и не е съобразено с основни изисквания към провеждането на такъв тип проучвания), което пречи да се оцени развитието на изследователската компетентност на автора на текста. В същото време към проблемите с осмислянето и организирането на теоретичните постановки се прибавя и проблемът, че доста от включения теоретичен материал е познат и вече отдавна разискван в медийната научна литература (например за видовете журналистически практики).

Забележки по езиковото и графичното оформление на текста

Отбелязвам следните проблемни зони: (1) необходимост от пунктуационна нормализация на текста; (2) допуснати преводни несполуки: хипербелетристиката се определя като жанр, което вероятно е несполучлив дословен превод; (3) неясно присъствие или необяснени фигури в текста, както и непоследователно номериране (фиг. 5 на с. 35, друга фиг. 5 на с. 101).

Въпроси:

Според Вас възможно ли е българските медии да са приложили само един похват на историране в новините до този момент (с. 192)? Съвпада ли това наблюдение от анкетата с Вашите наблюдения върху българските медии?

Публикации и участия в научни форуми. Публикациите на Ива Неделчева са три по темата на дисертацията и са в престижни наши и чужди научни издания. Докторантът е изнесъл и четири доклада на наши и чужди научни форуми.

Заклучение. Като приемам, че дисертационният труд е крачка в една напълно нова проблематика – взаимодействието на хипербелетристиката и медийния новинарски хипертекст, и бележи значителен напредък в третирането на тази сложна изследователска задача, предлагам на уважаемите членове на научното жури да присъдят на Ива Георгиева Неделчева образователната и научна степен „доктор“ по научната специалност 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – прескомуникация).

10.02.2020 г.

проф. д.н. Андреана Ефтимова