

## Рецензия

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 – Изграждане на имидж) във ФЖМК на СУ "Св.Климент Охридски".

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

Тема на дисертационния труд: „Оперното изкуство и неговия имидж в контекста на популярната култура“.

### **1. Информация за дисертанта**

Петя Атанасова Параловска е редовен докторант във Факултета по журналистика и масова комуникация (ФЖМК) на Софийския университет „Св. Климент Охридски“. Има магистърска степен по международни икономически отношения (управление на кризи) от УНСС.

Работи в БНТ като екперт „Междунродно сътрудничество“ в Отдел „Международни комуникации“. Преди това е заемала експертни и ръководни длъжности в „Министерство на правосъдието“ – Дирекция „Връзки с обществеността и протокол“, както и в „ХДИ Застраховане“ АД – „Международна служба“.

### **2. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

Предоставеният дисертационен труд е структуриран в четири глави - увод, заключение, библиографска справка и приложения в общ обем 240 с., от които 198 с. е основният текст. Библиографската справка съдържа 205 източника, от които 22 на кирилица и 133 на латиница, както и 50 уебстраници, видео и аудиовизуални ресурси.

Избраната тема е *актуална* поради обстоятелството, че операта процесуално все повече прониква в популярната култура под въздействието на традиционни и нови медии. В резултат, трансформирана в нова хибридна културна форма, обхваща значителна част от глобалната аудитория с хедонистично и/или пропагандно въздействие.

Основната *научна цел*, която си поставя докторантът в изследването е аргументирано да изяви взаимовръзката между имиджа на операта и популярната култура като изследва и систематизира специфичните процеси на вазимопроникване и влияние.

Формулираните *задачи*, съобразно с поставената научна цел, са насочени към анализ на разбирането за операта като част от високата култура; към използването на операта за пропагандни цели; към взаимовръзката между операта и различните форми на популярната култура (телевизия, кино, реклама и дигитални технологии), които трансформират имиджа ѝ, създавайки нова хибридна култура; към анализ на селебрити културата и медийната среда, генериращи имиджа на знакови оперни изпълнители.

*Обект* на изследването е оперното изкуство в исторически контекст от неговото възникване до днес, като акцент е поставен върху процесите и явленията, маркиращи полето на взаимодействието му с различните форми на популярната култура през 20 век.

*Предмет* на изследването е имиджът на оперното изкуство и на оперните изпълнители в контекста на популярната култура.

*Основната теза*, която се застъпва в изследването, е, че съществува взаимовръзка между операта и популярната култура, която резултира в нова хибридна културна форма с масово въздействие.

Въведени са необходимите времеви и други *ограничения* на изследването.

Дисертантът е демонстрирал много добро познаване на научната литература по изследваната тема, както и аналитични умения при интерпретирането на значителни по обем информационни източници – български и чуждестранни.

В *първата глава* са анализирани основни за изследването термини и процеси, очертаващи разбирането за елит, висока и популярна култура. Към проблема е подходено от няколко гледни точки – исторически, социологични, икономически и политически. Съответно са използвани

авторитетни теоретични източници. В резултат на много добрия теоретичен анализ е изявено разбирането, че *операта като изкуство на елитите под влиянието на комерсиалната културна индустрия и медийната среда изгражда имидж в популярен контекст*, без да се превръща в стока и да завладее масовата публика.

Във *втората глава* са изследвани трансформационни периоди свързани със социалноикономически промени, които характеризират операта като динамична променлива по оста елитарност-популярност. В тази връзка е изявено *силното ѝ пропагандно въздействие, което я прави значима част от популярната култура*. Този процес е много добре аргументиран чрез изследване влиянието на творчество на Джузепе Верди и Рихард Вагнер – съответно върху италианското Рисорджименто и нацизма през 19 и първата половина на 20 век. В заключение е подчертано погрешното констатирано разбиране за операта като изкуство предназначено само за елитите.

В *третата глава* е изследвана взаимовръзката между операта и различните форми на популярната култура свързани с развитието на масмедията – кино, радио, телевизия, интернет. Изведена е важна тенденция за размиване границите между елитарното и масовото изкуство под въздействието на масмедии и комерсиализация на културата. В тази връзка е *формулирано авторско разбиране за възникване на нова културна форма, която съвместява опера и масмедийни технологии, превръщащи я в популярна и достъпна, с подчертано въздействие за елитарност (медиаизирана опера)*. Това разбиране е подкрепено с анализа на многобройни примери от киното, телевизията и рекламата, част от които са представени в съответно на главата приложение.

В *четвъртата глава* е изследвана връзката между популярната култура и създаването на знаменитости. Изведено е разбирането за *взаимовръзката между селебрити културата и развитието на медийната среда като основен продуцент на имиджи*. В подкрепа е анализирано изграждането на популярния образ на двамата известни италиански тенори от началото и края на 20 век – Енрико Карузо и Лучано Павароти. Направеното сравнение на техните имиджи изяснява *общ модел от сходни характеристики*, като основните разлики се очертават от динамично развиващите се масмедии и свързаните с тях нови технологии. Използването на този „звезден модел“ разрушава стереотипа за елитарност на оперното изкуство и го прави част от масовата култура.

Извършеното изследване показва много добро познаване на проблема, което се аргументира от изведените доказателства за трансформирането на имиджа на операта от елитарно в популярно изкуство. Необходимо е да се подчертае информационната наситеност на изследването, логическата взаимосвързаност на изследваните проблеми, коректните обобщения и прецизно формулираните изводи, което еднозначно показва много добри аналитични умения на дисертанта. Тук трябва да се добави обмисления и четивно представен текст, който не е изгубил научната си стойност.

### **3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати**

Дисертационният труд се отличава с научни и научно-приложни резултати, които добавят задълбочено разбиране за процеса на превръщане на операта в културен хибрид, който има значимо хедонистично и/или пропагандно въздействие върху големи групи от хора.

Изследователската методология включва интердисциплинарен подход и качествени методи на изследване: анализ на богат и разнообразен набор от теоретични източници, на медийни публикации и аудиовизуални продукти, както и изследване на случаи (case studies), което е дало възможност на дисертанта да защити напълно своята изследователска теза.

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

### **4. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

Изявявам съгласие с формулираните от дисертанта научни и научно-приложни приноси.

### **5. Оценка на публикациите по дисертацията**

Дисертантът е представил три статии по изследваната тема, които са публикувани: Параловска, Петя. *Музиката като инструмент за национална и идеологическа пропаганда*. In: Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика [online], 01 март 2016. Available from: <https://www.newmedia21.eu/analizi/muzikata-kato-instrument-za-natsionalna-i-ideologicheska-propaganda/>; Доклад на тема: „Влиянието на медиите и свободата на словото върху персоналия имидж. Или има ли оперни звезди днес?” - в Годишник на департамент

„Масови комуникации” 2017, Лятна школа по ПР на тема „Свободата на словото в дигиталната епоха”, Нов български университет; Параловска, Петя. *Операта – елитарно изкуство в популярната култура*. In: Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика [online], 18 февруари 2018. Available from: <https://www.newmedia21.eu/analizi/operata-elitarno-izkustvo-v-populyarnata-kultura/> .

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

#### **6. Оценка на автореферата**

Автореферата отразява обективно и коректно цялостното изследване на проблема в дисертационния труд.

#### **7. Критични бележки, препоръки и въпроси**

Нямам критични бележки, препоръки и въпроси, тъй като дисертанта се е съобразил напълно с направените по време на вътрешната защита.

#### **8. Заключение**

В заключение с убеденост може да се твърди, че Петя Атанасова Параловска 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 Петя Атанасова Параловска по научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“ (Журналистика – Изграждане на имидж).

17.06.2019 г.  
София

Проф. д-р Чавдар Христов  
Подпис: