

РЕЦЕНЗИЯ

за дисертационния труд на **Деница Валериева Петрова**
за получаване на научната и образователната степен „доктор“
(професионално направление 8.4. „Театрално и филмово изкуство“
на тема **ТРАНСФОРМАЦИЯ НА ФИЛМОВАТА АУДИТОРИЯ**
В НОВИТЕ МЕДИИ

от проф. д-р Надежда Михайлова [Маринчевска]
Институт за изследване на изкуствата – БАН

Дисертационният труд на Деница Петрова „Трансформация на филмовата аудитория в новите медии“ е посветен на промените във филмовата комуникация, произтичаща от измененията, наложени от дигитализацията на целия филмов процес – от производството до разпространението. Изследването се състои от въведение, две глави, заключение и приложения.

Актуалност на проблема. Анализът на комуникативните трансформации в аудиовизуалния процес в дигиталната епоха е ново теоретично поле за анализ, претърпява изключително бързо и взривно развитие, особено през последното десетилетие. Динамиката на промените се измерва не с години, а с месеци и изисква непрестанна промяна в оценката към нея.

Цели на изследването. Деница Петрова определя като цел на изследването „концептуализирането на настъпващата промяна във взаимоотношенията между зрителя и новите медии“. При това тя последователно прилага продуктивен подход към проблематиката, в който

фокусът се измества от традиционния анализ на автора и аудиовизуалното съдържание към рецептивната брънка от комуникативната верига – зрителя, чиято роля нараства и се активизира. Докторантката дори вече го нарича „зрител – потребител“, който има повишена интерактивна функция в комуникацията и е изправен пред нови (безкрайни) възможности за индивидуализация на избора в новите VoD платформи.

Избраната *методология* се базира върху аналитичната съпоставка на множество тези и схващания за филмовата комуникация с промененото ѝ състояние във времето на интернет, множеството платформи, предлагащи медийно съдържание, изместването на условията на рецепцията от киносалона към лаптопа, таблета или смартфона. Същевременно е приложен историко-теоретичен модел за развитието на киното и аудиовизията, който отчита промяната във филмовата естетика, произтичаща от новите медии, условия на възприятие и трансформация на аудиторията.

В *Първата глава* „Зрителят и филмът преди новите медии“ Деница Петрова изгражда обобщен модел на историческото развитие на киното още от изобретяването на дагеротипа насам през 1839 г. Представяйки пунктирно историята на филмовото зрелище, докторантката прави и постоянни паралели (с виртуалната реалност например, позовавайки се на книгата на проф. Вера Найденова). Тези паралели могат понякога да се сторят на читателя внезапни, но в повечето случаи са полезни за очертаването на далечните корени на днешните процеси. Прави впечатление способността на докторантката да изтъкне преките връзки между филмовата естетика (крупност на плана, дълбочинна композиция и други) с особеностите на рецепцията и възможността за идентификация с персонажите. Именно тези форми на дистанцираност или, обратно – на психологическа въвлеченост във филма са в основата на анализа, който позволява на Деница Петрова да очертава

сходства и разлики със съвременната комуникативна ситуация. Важен акцент е поставен върху промените в понятието „масова публика“, което беше ключово в теорията на комуникацията и медиязнанието съвсем доскоро. Деница Петрова посочва, че то все повече не е в състояние да опише съвременната ситуация, където зрителят се ръководи от силно индивидуализираните си вкусове и потребности и изисква небивало до този момент разнообразие на аудиовизуалния продукт. Анализът е направен без опростяване, отчитайки и съвременните характеристики на моделността, автоцитатността и репродуцирането на клиширани схеми.

В тази глава Деница Петрова се спира и върху възгледите на Валтер Бенямин и Андре Базен за характера на филмовата рецепция. В нейната интерпретация те звучат в изненадващо нова светлина. Прави впечатление вещината, с която докторантката анализира множеството тези на прочутите филмови теоретици. Тя съпоставя Беняминовата идея за „аурата“ със съвременната ситуация, в която „аурата“ не само е разрушена (особено след като целулоидната лента почти изцяло е останала в миналото), но и самият зрител нерядко се изживява като творец, макар и на аматьорско ниво, чрез любителското видеосъдържание, игрите или дигиталните преформулирания на произведенията от филмовата история във фен-групите). Очертана е посоката на все по-явното изчезване на уникалността, оригиналността и класическото значение на авторския артистизъм, заместени от изчерпващата се повтораемост на жанрови и стилови модели, които в днешната ситуация стигат предела на изтощението си.

Втората глава „Новите медийни канали в дигитална комуникативна среда“ анализира новите медии, както и конвергенцията между традиционните медии и дигиталните технологии. „Терминът нови медии – пише Деница Петрова – се появява в края на 20 век, за да изрази сливането на

традиционни медии като филмите, изображенията, музиката, написаното и произнесеното слово, следствие на развитието и интерактивните възможности на компютърните, информационните и комуникационните технологии, компютъризираните потребителски устройства и особено на интернет“.

Авторката се спира върху възгледите на Лев Манович, Маршал Маклуън, Хенри Дженкинс, Никълъс Негропonte, Умберто Еко и други авторитети в областта на медиязнанието и културологията, за да очертае и своята концепция за състоянието на филмовата комуникация. „Средството вече не е съобщението“, перифразира тя прочутата фраза на Маклуън, отмествайки акцента върху самото медийно съдържание, което е обект на (интер)активно действие от страна на зрителя, който от своя страна с лекота е в състояние да „премонтира“ дадено произведение, прескачайки напред или назад по свой собствен избор. Трансформацията на филмовата аудитория, вследствие на появата на новите медии, е обект на внимателен анализ. Актът на гледане все повече престава да бъде пасивен, а самият зрител, освен възможностите за безкраен избор сред чудовищното количество аудиовизуални продукти, вече е потребител или автор на алтернативни форми на рецепция – „постове“ в социалните мрежи, блогове, влогове и т.н. Деница Петрова коментира и тук все по-изчерпващото се съдържание и ориентацията към зрелищно насилие в комерсиалните продукции, но и появата на нови видове филмови хибриди, които да задоволят зрителската „жажда за новости“. В този смисъл авторката посочва, че „най-гледаните филми за последните две десетилетия, принадлежат към филмите на “алтернативната реалност”, филми водещи началото си до голяма степен от културата на видео игрите, където средата е изкуствено създадена за целите на играта и се характеризира с много от типичните за новите медии черти като хипертекстуалност, интерактивност, модулаторност, и т.н.“

В тази глава са коментирани и различни типове нови медии: от доставката на медийно съдържание без намесата на оператор, през различните платформи за получаване на съдържание по заявка, до разнообразието в телевизионните платформи и интерактивната телевизия. Деница Петрова се опира върху множество изследвания и статистики от най-разнообразни източници, които очертават изумителната скорост на промяната в комуникацията и нагласите на самия потребител. Тя работи с данните на множество социологически агенции и обсерватории и, въпреки поставения акцент върху филмовата комуникация в САЩ като най-развит аудиовизуален пазар, се фокусира и върху широка география на проучванията – Германия, Великобритания, Франция и др. Тук би бил интересен и анализът на азиатския аудиовизуален пазар, като регион с мощно потребление на нови медийни технологии.

Авторката коментира и съпътстваща проблематика – авторското право в Европейския съюз и новата дигитална реформа, като посочва проблемите пред бъдещата трансгранична регулация.

Дисертационният труд на Деница Петрова е задълбочено изследване на трансформациите във филмовата комуникация през новия век. Авторката демонстрира широки познания както в исторически, така и в теоретичен план и успява да изгради своя концепция за новия характер на медийната рецепция. Ценен принос е откриването на корените на съвременните явления в историята на киното.

Препоръки. Деница Петрова пише: „Предпочитанието на “новия” интерактивен зрител са свързани с желанията му да бъде и *съавтор* на производението, да притежава ултимативния контрол над неговото реализиране и съществуване на екрана.“ На редица места в дисертационния труд е подчертана именно авторската роля на зрителя като „всемогъщ,

всеможещ и всезнаещ“. Препоръчвам по-внимателно обговаряне на тази теза, която макар и да е показателна за новите промени в дигиталната епоха, все пак леко пресилва ролевото участие на зрителя „като автор“ в екранната комуникация. Погледнато от обратния ъгъл, авторът е сравнен с „дизайнер на преживявания“. Хубава метафора, отразяваща изчерпването на нови идеи и форми още след постмодернизма като доминиращ тип кино, но все пак омаловажаваща появата на редки изключения авторска уникалност дори днес.

Тези забележки обаче не омаловажават сериозната и задълбочена работа на Деница Петрова. Формулираните от нея *приноси* са адекватни за представения дисертационен текст и са реализирани самостоятелно, без съавторство. Авторефератът отговаря на изискванията. Докторантката има две научни *публикации* по темата на изследването.

Заключение: Актуалността, историческата и теоретична обхватност на изследването, както и приносите и научните публикации ми дават основание да смятам, че дисертационният труд на Деница Петрова „Трансформация на филмовата аудитория в новите медии“ отговаря на изискванията за получаване на научната и образователна степен „доктор“. Гласувам с „да“.



(проф. д-р Надежда Маринчевска)