

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ”  
БЛАГОЕВГРАД

ФАКУЛТЕТ ПО ИЗКУСТВОТА

КАТЕДРА ПО ТЕЛЕВИЗИОННО И КИНОИЗКУСТВО

ИРИНА ОГНЯНОВА КИТОВА

ПАРАДИГМИ НА КОМУНИКАЦИЯТА В КИНОТО

АВТОРЕФЕРАТ

за присъждане на образователна и научна степен  
„ДОКТОР”

Научен ръководител:  
Проф.Александър Грозев

БЛАГОЕВГРАД  
2011

*Дисертационният труд е с размер 247 страници. Съдържа увод, три глави, заключение, филмография от 324 заглавия и библиография от 155 заглавия, от които 139 на български език, 2 на руски език, 14 на английски език. В дисертационния труд са включени още 3 схематични модела на комуникационен процес.*

*Публичната защита на дисертационния труд пред Научно жури ще се състои на 19.10.2011 година от 10.30 часа, ЮЗУ „Неофит Рилски”, Благоевград.*

ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“  
БЛАГОЕВГРАД

ФАКУЛТЕТ ПО ИЗКУСТВАТА

КАТЕДРА ПО ТЕЛЕВИЗИОННО И КИНОИЗКУСТВО

ИРИНА ОГНЯНОВА КИТОВА

ПАРАДИГМИ НА КОМУНИКАЦИЯТА В КИНОТО

АВТОРЕФЕРАТ

за присъждане на образователна и научна степен  
„ДОКТОР“

Научен ръководител:  
Проф.д.н.Александър Грозев

Рецензенти:  
Проф.д.ф.н. Иван Стефанов  
Проф. Румяна Петкова

БЛАГОЕВГРАД  
2011

## СЪДЪРЖАНИЕ

1. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД .....	1
1.1.Актуалност на изследваната проблематика .....	1
1.2.Обект и предмет на изследването .....	1
1.3.Цели и задачи на изследването .....	2
2. УВОД .....	2
3. ЗА ХУДОЖЕСТВЕННОТО ПРЕЖИВЯВАНЕ В КИНОТО .....	5
3.1. Авторът в киното .....	5
3.2. Творбата в киното .....	7
3.3. Зрителят и киното .....	9
4. ЗА ОТНОШЕНИЕТО «АВТОР - ФИЛМ - ПУБЛИКА» .....	12
4.1. Мелвин де Фльор и елементарната характеристика на комуникативния акт .....	12
4.2. Базови комуникационни модели на Уилбър Шрам .....	14
4.3. Модел за вербалната комуникация на Роман Якобсон .....	15
4.4. Двата модела на комуникация в системата на културата Юрий Лотман .....	17
4.5. Модел на социалната комуникация на Харолд Ласуел .....	18
4.6. Базов комуникационен модел на Джордж Гербнер .....	19
4.7. Базов модел на масовокомуникационен процес Брус Уестли и Малкълм Маклийн .....	20
4.8. Базов модел на масовокомуникационен процес на Джон и Матилда Райли .....	21
4.9. Специфика на масовокомуникационния процес .....	22
5. ЗА ПРОЦЕСИТЕ НА КОМУНИКАЦИЯТА В ПОЛЕТО НА КИНОТО .....	23
5.1. Парадигма на онтологичното основание .....	25
5.2. Парадигма на културното вписване .....	26
5.3. Парадигма на митологичните проекции .....	27
5.4. Парадигма на субектно-обектните транспозиции .....	27
5.5. Парадигма на знаково-символните интерпретации .....	28
6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	33

7. СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД .....	37
8. ПУБЛИКАЦИИ ВЪВ ВРЪЗКА С НАУЧНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ .....	37
9. БИБЛИОГРАФИЯ на дисертационния труд .....	38

# **ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

## **Актуалност на изследваната проблематика**

Развитието на технологиите през ХХв. предлага нови и непознати до момента възможности за изследване на света; достъпност на познанието за разбирането на човека и обществото; за разнообразието на културните практики; за многообразието на артистичните дейности. От своя страна, началото на новото хилядолетие донесе особено интензивното динамизиране на комуникациите и разпространението на информация, което дори поражда и свои форми на артистична презентация и репрезентативни структури, които изграждат свои функционални императиви като електронните медии, виртуалното пространство, мобилните комуникации и т.н. Именно те превръщат света в една система главно от образи и единици информация, което предполага и нови комуникационни практики и отношения, нов вид социално общуване, нови полета за артистична изява, нови корпуси от модели на поведение и подражание, нови вкусове и стилове на живот.

Върху киното неминуемо рефлексират дилемите на модернизма и постмодернизма в контекста на собствената му легитимация като изкуство, родено от технологичния прогрес. Именно това поражда необходимостта да се изследват механизмите, чрез които филмите изграждат мостове между хората и във времето - като история на изкуството, но и като история на цивилизацията, т.е. да се изследва филмовото изкуство в перспективата на процесите на социална и културна комуникация, и на масовите комуникации.

## **Обект и предмет на изследването**

Научното изследване е ориентирано към филмовото изкуство като автономна знакова система, конституираща значения, която има своите онтологични предпоставки и основания, фундаментални принципи и аксиоматично специализирано знание, което предполага самото му съществуване. Това са само част от условията, които позволяват разкриването на закономерности, обособяването на тенденции, възможността да се предполагат процеси, да се открие логиката на промените, които съпътстват неговото развитие във времето. Във века на информацията и комуникациите киното, независимо, че е рожба на същата тази технология и на интензифицирането на процесите на информационен обмен, също

претърпява своите трансформации, дори и на нивото на тясно специализираното знание. Налице е една необходимост да се открият *парадигматичните комуникативни матрици*, които правят възможно в условията на интерактивна (хиперактивна) комуникативна среда да се говори за изкуство, отделно изкуство, за киноизкуство, както и за всеки отделен филм като произведение на изкуството.

### **Цели и задачи на изследването**

Цел на настоящото изследване е не да се формулира и конструира комуникационен модел на взаимодействията в полето на филмовото изкуство, а да се обособят основните компоненти в една теоретична система, която да е валидна за процесите на комуникация в полето на киното, да се формулират общи принципи, осигуряващи функционирането на такава система, и да се открият механизмите, които правят възможно създаването, възприемането, разбирането и преживяването на един филм. В този контекст е необходимо и достатъчно да се изследват базови модели на комуникация, които обхващат и процесите на масова комуникация, както и тяхното приложение към специфичните социални и културни взаимодействия в полето на киното.

Детерминирането на структуриращи модели на комуникация в плана на филмовото изкуство (парадигмите на комуникацията в киното), които опосредстват не само взаимодействията в отношението «автор-филм-публика», но функционират и като имплицитни предпоставки както при създаването на един филм и изграждането на неговата изразителната, емоционалната и смисловата консистентност, така и при неговото възприемане, разбиране и преживяване от всеки отделен зрител и от публиката като цяло би подпомогнало легитимацията на киното като изкуство без на това да се противопоставя неговата „технологична” природа.

### ***УВОД***

Класическата теория в перспективата на т.нар. хуманитарни науки е изградила един рефлекс за свързване на изкуството и културата в определен цялостен светоглед, разположен в исторически контекст. Съвременната културна ситуация предлага една постмодерна интерпретация на континуалната традиция като *мозайка от възможни погледи към изкуството*, на което вече не се гледа главно като на *реконструиращо* определено разбиране за света, а като на *конструиращо* светове. Авторите, творбите и публиките (определени според социален, културен, икономически или друг

признак) изграждат мрежи от взаимоотношения, заедно и по отделно, съвсем различни от традиционните взаимодействия, опосредствани от класическите опозиции на «високото» и «ниското», на «елитарното» и «популярното», на «аванградното» и «комерсиалното» и т.н.

Киното като изкуство, родено от технологичния прогрес «преживява» всички дилеми на модернизма и постмодернизма по повод на собствената си легитимация. Както всяка автономна знакова система, конституираща значения, киното има своите онтологични предпоставки и основания, фундаментални принципи и аксиоматично специализирано знание, което предполага самото му съществуване. Това са само част от условията, които позволяват разкриването на закономерности, обособяването на тенденции, възможността да се предположат процеси, да се открие логиката на промените, които съпътстват неговото развитие във времето. Във века на информацията и комуникациите киното, независимо че е рожба на същата тази технология и на интензифицирането на процесите на информационен обмен, също претърпява своите трансформации, дори и на нивото на тясно специализираното знание. Тези промени са същностноопределящи поради простия факт, че поставят отново **въпроса за легитимацията на киното като изкуство, но в контекста на новата постмодерна ситуация, т.е. не само в полето на изкуството, но и в полето на комуникациите.** Налице е една необходимост да се открият *парадигматичните комуникативни матрици*, които правят възможно в условията на интерактивна (хиперактивна) комуникативна среда да се говори за изкуство, отделно изкуство, за киноизкуство, както и за всеки отделен филм като художествена творба, като „поле на стратегически възможности“, по смисъла на определението на Фуко.<sup>1</sup>

***Детерминирането на структуриращите модели на комуникация в плана на филмовото изкуство (парадигмите на комуникацията в киното), които опосредстват не само взаимодействията в отношението «автор-филм-публика», но функционират и като имплицитни предпоставки както при създаването на един филм и изграждането на неговата изразителната, емоционалната и смисловата консистентност, така и при неговото възприемане, преживяване и разбиране от всеки отделен зрител и от публиката като цяло би подпомогнало легитимацията на киното като изкуство, без на това да се противопоставя неговата „технологична“ природа.***

---

<sup>1</sup> Фуко, М., Генеалогия на модерността, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, С, 1992

Киното е феномен, който може да бъде изследван и разбран само в контекста на един *интегриран научен подход*, защото само той би могъл да се доближи до неговата специфична природа. Подобен подход би разширил приложимостта на един-единствен или на ограничен корпус от естетически критерии в теоретичната обосновка на същността на киното като изкуство. При отчитането и интегрирането на различни «погледи» към проблематиката, на различни опорни точки на анализа, би могъл да се включи дори и такъв специфичен начин на мислене, какъвто предполага една перформативна логика *на/към* чисто субективни идеи, представи, вярвания, когнитивна нагласа, емоционален опит и т.н. **Констелацията на възможните погледи към филмовото изкуство** – естетически, философски, социологически, психологически, антропологически и т.н., събрани в полето на комуникациите, е предопределяща за *метода* на това изследване и за един *подход*, който би могъл да бъде определен като евристичен. В контекста на детерминирането на парадигмите, опосредстващи комуникационните процеси в полето на киното, като съществено важни както на нивото на конституирането на смисловата цялост на един филм, така и за художественото му преживяване, и като цяло за идентификацията и легитимацията на киното в постмодерната ситуация, *подходът* и *методът* на анализ ще бъдат операционализирани на базата на един структуриран от гледна точка на определено специализирано знание «поглед», с намерението да се изгради констелация от възможни «погледи» върху проблематиката. Като оперативно понятие на анализа т.нар. «поглед» е по-близко до разбирането на Ролан Барт за «почерк», а не толкова до «разсеяното възприятие» на Валтер Бенямин. Последното отразява едно отношение на субекта към света, един вид структуриране на света чрез «фокуса» (интереса) на субекта, докато при Барт има една по-скоро феноменологична конотация, която очертава взаимовръзката между отношението на субекта и неговата интерпретация (поглед) към обекта и самото разбиране (прочит) на определени явления, процеси, тенденции и т.н. като относително свободни елементи в една обща координатна система. Именно това би позволило да се синхронизират посочените *цели* и *задачи* на настоящото изследване със съвременната ситуация, за да се изгради мозайката на постнарративния дискурс в перспективата на филмовото изкуство чрез операционализация на *метода* на изследване на базата на един по своята същност *евристичен подход*.

В Първа глава на настоящия труд е изследвана констелацията от възможни «погледи», центрирана върху страните в отношението «автор-филм-зрител».

Във Втора глава са изследвани 11 базови комуникационни модела, както и тяхното функционално приложение в полето на филмовото изкуство. Акцент е поставен върху спецификата на масовокомуникационния процес.

Трета глава включва теоретичната обосновка на парадигмите на комуникация в полето на киното, както и детерминирането на 5 парадигми - *Парадигма на онтологичното основание, Парадигмата на културното вписване, Парадигма на митологичните проекции, Парадигмата на субектно-обектните транспозиции, Парадигма на знаково-символните интерпретации.*

### **ЗА ХУДОЖЕСТВЕННОТО ПРЕЖИВЯВАНЕ В КИНОТО**

*Една констелация на възможните погледи, центрирана върху страните в отношението «автор-филм-зрител»*

Модерността превърна идеята за края на изкуството в теоретична антиутопия, като предложи качествено нова формула за неговото съществуване, опосредствано от развитието на техниката и технологиите. Изкуството продължава своето *битие-във-времето* в модерността, като разкъсва собствената си институционална рамка, за да излезе от сферата на чисто духовното естетическо преживяване и да се реализира най-вече като една функционална художествена репрезентация на субективния свят на човека, който става “опитно поле” за външни на самия него интерпретации, които на свой ред чакат да бъдат реинтерпретирани. В съвременния свят художествените реконструкции на субективните преживявания и опит се вливат в информационните потоци, за да станат част от конкретността на масовото и непосредствено преживяване на изкуството в полето на информацията и на комуникациите. Именно в глобалните процеси на комуникация всяко изкуство, дори и полето на изкуството като цяло, отново трябва да открие своята специфичност и естетическа същност, за да се самоидентифицира и самоопредели.

#### ***Авторът в киното***

Проблемът за мястото и ролята на автора в киното предизвиква поредица от логични въпроси и още повече отговори. Обективната действителност за всеки един човек (включително и за всеки зрител) и «обективната действителност» на филма са различни неща, включени в една обща игра на въображението. Познанията за тази игра и за нейните правила са предзададени в самата ни способност да разбираме себе си, другите и света през изкуството, и конкретно – през филмовото изкуство. В тази връзка един чисто феноменологичен

прочит на понятията за *интерсубективност*, *съ-битие*, или *битие-един-с-друг* в контекста на киното би осветлил и въпроса за автора и авторството, за твореца и творчеството. Киното ни дава възможност да видим света през погледа на другия. И това е акт, който в същото време ни връща (обръща) отново към нас самите поради простият факт, че *“преживяното от другия [...] се оказва един възглед [...] на другия върху мен”*.<sup>2</sup>

Най-общо и в същото време – най-просто казано, авторът в киното не е един. Множество таланти, способности, умения и надежди са насочени в една обща посока – филмът. Но има един субект, един творец, един автор между всички, ангажирани с процеса на създаване на един филм, който има най-ясна визия и знание за крайния резултат, както и за смисъла на този резултат – режисьорът на филма. Федерико Фелини отбелязва в своята автобиография: *“Един ден забелязах, че съм станал режисьор.”*<sup>3</sup> Следващият логичен въпрос е: *“Как е станало това?”* Като рефлексия, като интуиция или като въображение, материализирани в конкретен творчески акт, създаването на един филм тръгва от едно чувство, една емоция, един спомен, една идея, едно наблюдение, запечатано в съзнанието на един човек. Режисьорът може да бъде колекционер на необикновени истории като Фелини<sup>4</sup>, да предизвиква случайността и да търси необикновеното в баналното като Бунюел<sup>5</sup>, да бъде последовател на крайната авторефлексия, на иронията и самоиронията, както го прави Уди Алън<sup>6</sup>, любител на болезнени истини като Кончаловски<sup>7</sup>, разбиращ събеседник като Никита Михалков, свободен интерпретатор като Джим Джармуш, фанатичен киноман като Скорсезе, влюбен в киното като Тарантино<sup>8</sup>, с широкия поглед на Спилбърг, с поглед в бъдещето като Джордж Лукас, или да бъде Бог *“без значение, че творението му съществува в свят, паралелен на действителността”*, както го разбира Алмодовар<sup>9</sup>.

Но как авторът (вече и като събирателно понятие за създателите на един филм) изгражда собствено понятие за кино, за филм, дори и собствено понятие за зрител? Тези въпроси стоят със силата на основен философски въпрос. Като предизвикателство към разбирането за същността на творчеството в плана на киното като процес в тях се крие определена парадигмална действителност.

---

<sup>2</sup> Мерло – Понти, М., Видимото и невидимото, Изд. Критика и хуманизъм, С, 2000; с.22

<sup>3</sup> Фелини, Ф., Да направиш филм, Изд.Наука и изкуство, С, 1986; с.62

<sup>4</sup> *Пак там*; с.68

<sup>5</sup> Бунюел, Л., Моят последен дъх, Изд.Народна култура, С, 1985; с.21

<sup>6</sup> Алън У., Аз пиша чрез филми, ИК Колибри, С, 2004

<sup>7</sup> Кончаловски, А., Долни истини, ИК Колибри, С, 2003

<sup>8</sup> Тарантино, К., Аз харесвам насилията в киното, ИК Колибри, С, 2004

<sup>9</sup> Алмодовар П., Киното на желанията, ИК Колибри, С, 2003; с.90

Нееднозначността на отговорите не генерира центробежни тенденции, които да затварят различните позиции в техния собствен смисъл. Дори и ако решим да се придържаме към класическата парадигма на комуникация в киното и центрираме авторовата функция върху субекта, който създава едно филмово произведение, то бихме могли да парафразираме Гуидо Аристарко, който смята, че авторът е този, който притежава способността да “възпламенява” вярното подреждане на “идеите в главите на зрителите”.<sup>10</sup>

Новата ситуация открива нови възможности не само в контекста на творческите намерения на създателите на един филм, но и като комуникативни ситуации, като „процес на метаморфози в общуването”, в който „на равни позиции участват кинематографистите и зрителите. Съзнанието за взаимопроникването на техните префигуриращи роли в процеса на създаването и възприемането на филма ги превръща в съмишленици.”<sup>11</sup> В съвременния свят въпросите и дилемите, които логично произтичат от разбирането и тълкуването на самото понятие «автор», се успокояват в едно изнасяне на съдържанието му извън субекта. Фуко предлага да приемаме «автора» като принцип на дискурса. Авторът е единство и източник на значенията, както и на критериите за истинност.<sup>12</sup> Субектът е притежател на “авторовата функция такава, каквато я получава от своята епоха или както на свой ред я променя”.<sup>13</sup>

*В изследването на констелацията от възможни погледи, центрирана върху автора в киното, бе предложено едно семантично изравняване между автор и творец, между авторство и творчество именно в контекста на разбирането на тези понятия преди всичко като принцип при конструирането на индивидуалния поглед към света и човека, като единствен възможен критерий за истинност, който намира израз в оригиналната творческа интерпретация в един филм.*

### ***Творбата в киното***

Дискурсивната мисъл, отнесена към изкуството, винаги е поставяла граница между действителността и «реалността», която се създава като изкуство, като последната се разбира преди всичко като пространство на духовните ценности и духовните постижения на човечеството. Киното, като изкуство, родено от самата история на цивилизацията и от прогреса на науката и технологията, като че ли

<sup>10</sup> Аристарко, Г., История на кинотеорията, Изд.Наука и изкуство, С, 1965; с.151

<sup>11</sup> Димитрова, М., Метаморфози в общуването: автор – екран - зрител, НФК, С, 2006; с.12

<sup>12</sup> Фуко, М., Генеалогия на модерността, Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, С, 1992; с.14

<sup>13</sup> *Пак там*; с.14-15

излиза извън строгата рамка на подобна диалектика. Киното все още не е изминало дългия път на собственото си осмисляне през времето, все още не е изиграло ролята си в оценяването на самата духовна история на човечеството. Киното я преживява, докато тя се случва, преживява отново като настояще миналото, като възможно настояще бъдещето. Киното остойносттава реалността “тук и сега”, за него времето и пространството, като време и пространство на един филм, са “тук и сега” на погледа, отправен към екрана и потънал в същото това “тук и сега” на миналото, на настоящето или на бъдещето. Погледнато от позицията на днешния ден, изглежда, че киното устоява на разрушителната сила на потоците от информация на цената на излизането от универсума на ценностите, но в името на собственото си съществуване и на перспективата да реализира отново осмислянето си като изкуство във времето.

Филмът, сам по себе си, не е феномен, който лесно може да бъде подложен на анализ или на каквато и да е логическа процедура, трудно може да бъде обхванат само от един поглед. “Различните начини, по които може да се погледне на един филм, произлизат от самия филм, и поради тази причина всички те са автентични и валидни.”<sup>14</sup> В кинотеорията обикновено към филма се подхожда от гледна точка на изследването и систематизацията на неговите компоненти или елементи, разбираани и като основа на т.нар. филмов език. Проблематичността при тази перспектива на анализа идва, от една страна, от многообразието от гледни точки и подходи, а от друга – от факта, че нито един филм, филмов компонент или елемент на филмовата изразност не могат да бъдат разглеждани еднозначно или сами за себе си. Филмите винаги се разполагат в контекста на собствения си исторически момент, който се проектира в художествената интерпретация (заедно с много други фактори, обстоятелства и т.н.), а компонентите или елементите се разбират винаги най-малкото в контекста на конкретния филм, тъй като художествената им трактовка може да ги извади от конвенционалната им употреба и да ги изпълва по нов и различен начин, да вложи ново съдържание и ново значение.

В своята синтетична цялост филмът представлява нещо много по-мощно от представата за действителността на индивидуалното съзнание, но филмът е и нещо много по-всеобхватно от самата действителност, именно поради възможността да изгражда мостове на разбирането, да събере в себе си множество от индивидуални представи, множество от идеи, множество от интерпретации на различни нива на същата тази действителност. Човекът и светът не са

---

<sup>14</sup> Алмодовар П., Киното на желанията, ИК Колибри, С, 2003; с.49

само обекти или само образи в организираната последователност на кадрите. Те са и много повече от суров материал, чрез който да се запази определено разбиране за същността на нещата или някаква истина за действителността, запечатана или спасена на филмовата лента.<sup>15</sup> Филмът надскача и разбирането за изкуството като мимезис, защото преживяването на филма е свързано и с познание, а познанието с обогатяване на разбирането или създаване на ново разбиране за човека и за света.

Чрез филма ние потъваме в свят, който вече е «видян» от друг, но за нас този свят е точно толкова реален, колкото и действителният. Ние го възприемаме по същия начин чрез сетивата, съзнанието и духа си, изпитваме същите чувства и емоции, които познаваме от собствения си живот, страдаме и се радваме «наистина». Един филм може не само да се съпреживява, но и да провокира решения, да предизвика промени, да подсказва възможен изход или избор, да даде надежда и жажда за живот. Аристарко казва, че “вдъхновението е кинематографично” и може би това не е валидно само за киното.<sup>16</sup>

***Филмът съхранява в себе си силата, енергията, жизнеността на «общия поглед» и на една обща истина, потопени в собствена конкретност, но съдържащи в себе си всички възможни посоки, всички възможни истини, предположени от включването на всеки отделен зрител дори само в «света» на един-единствен филм.***

### ***Зрителят и киното***

Зрителят, сам по себе си, е отделна автономна вселена, вплетена в едно с алтернативния свят, който филмът създава, в една игра «като на

кино», точно толкова истинска и реална, колкото ѝ позволи да бъде

самият той. За зрителя може да се каже много и в същото време почти нищо конкретно, ако искаме да разберем повече за отделния човек, който се крие зад това определение. Дълго време за зрителя в киното са се създавали различни образи, разпределяли са го в различни роли, отдавали са му различно значение в общия процес на преживяване на един филм. На практика зрителят е също толкова митологизирана фигура, колкото и творецът (или авторът) в киното.

Ако приемем за вярна една позната максима, че светът е това, което виждаме, то, гледайки един филм, зрителят вижда света,

---

<sup>15</sup> Krakauer, S., Theory of film, The redemption of physical reality, Princeton edition, 1997

<sup>16</sup> Аристарко, Г., История на кинотеорията, Изд. Наука и изкуство, С, 1965; с.190

независимо дали това е отново светът, но вече видян от друг. Дали всички зрители «виждат» един филм по един и същ начин, т.е. дали «виждат» един и същ свят? Морис Мерло-Понти изказва предположението, че “наистина е вярно, че „частните светове” общуват, че всеки измежду тях се представя на своя притежател като вариант на един общ свят. Общуването прави от нас свидетели на един-единствен свят, както синергията на нашите очи ги прикачва към едно-единствено нещо”.<sup>17</sup> Подобен процес на взаимно проникване на два свята се случва без съмнение, когато зрителят се отдаде на филма и преживее неговия свят като свой. Но има и едно важно обстоятелство, което опосредства самото преживяване – нагласата на зрителя, неговата мотивация, интереси и очаквания. Силата и степента на въздействие на един филм върху всеки отделен човек трудно могат да бъдат предположени, но, погледнато по-общо, зрителите (публиката) притежават освен специфичната индивидуалност на всеки отделен човек, така също и някои общи характеристики, нещо като общ психичен свят, който се организира и ръководи по подобие на този на отделния човек. Публиката като цяло също има свои настроения, чувства и емоции, свои желания, вкусове и инстинкти, може да прояви колебания или несигурност, враждебност и неразбиране, любов или омраза. Не би било странно да се предположи, че публиката притежава и интелект, при цялата условност на подобно разбиране. Всеки зрител, по един или друг начин, предварително изгражда своя собствена представа за всеки филм, който му предстои да види (най-малко по линия на жанра, на познати актьори, режисьори и т.н.), но той се отдава на преживяването и като част от нещо по-голямо – от публиката, като част от общност, в която приема да членува без никаква съпротива и без ограничения или задължения, като част от цяло, което го увлича, заедно с други във вихъра на споделянето на обща игра на чувстването и разбирането. Но тази игра е по-различна. Тя притежава основните характеристики на всяка друга – тя има играчи, правила, място, времетраене, затворена е в собственото си случване, тя е и свободна, различна е от “действителния” живот, свързва и освобождава, грабва и омагьосва и т.н.<sup>18</sup> Но в същото време края на филма не винаги означава край на играта. На практика всеки филм би могъл да предизвиква вторични рефлексии, по повод на които (дори и отнесени към друг вид духовно преживяване) Съорен Киркегор уточнява, че “значението се състои в разбирането на онзи, който възприема, когато в безкрайната отдалеченост на раздялата, т.е. когато забрави за автора, той намира

---

<sup>17</sup> Мерло – Понти, М., Видимото и невидимото, Изд. Критика и хуманизъм, С, 2000; с.22

<sup>18</sup> Хьойзинха, Й., Homo Ludens, Изд. Захарий Стоянов, С, 2000; с.36-44

самия себе си”.<sup>19</sup> Този контекст на ефекта на филма върху зрителя може да бъде обяснен и чрез значително по-оперативния подход на изследване на феномена идентификация, и при какви обективно налични условия той става възможен. Жан-Клод Кариер дефинира идентификацията като “перлата на киното, магически трансфер, тайно пренасяне на една душа в друга”.<sup>20</sup>

Възприемането и преживяването на един филм може да се базира и на процеси на пръв поглед обратни на идентификацията. Вим Вендерс казва по повод на филмите на Джон Форд: “[...], гледането се превръща в процес на липсите: липсва ми приятелството, грижовността, изчерпателността, сигурността, сериозността, спокойствието, човечността на филмите на Джон Форд, липсват ми лицата на хората [...]”.<sup>21</sup> Но тази линия на компенсация на дефицитите е само един процес на трансформация на идентификацията в проективна идентификация, породена от погледа на зрителя, от самоизпълващото се негово желание «да види», от механизмите за самосъхранение и защита на цялостта на собствения му вътрешен свят.

Тези процеси намират отражение и в още една проблематична област – на идентичността. Киното е онтологически обвързано с темата за идентичността. На практика всеки филм е и пространство на възможната идентичност или идентичности, в което зрителят избира дали да припознае и своята собствена, или да отхвърли видяното, с което отново да утвърди себе си или собствения си избор.

***И така, независимо от мащабите на глобалната аудитория, филмите все още могат да общуват и с отделния зрител, да го поведат по пътя към себе си, където той чрез своята интенционалност и емоционалност, чрез собственото си чувство за истина и способност за авторефлексия може да потърси своите дълбоки духовни начала, да открие и разбере смисъла на събития, постъпки и отношения, да импровизира върху собствения си живот като на кино.***

Художественото преживяване в киното, центрирано върху субекта и неговата творба, е затворено в самото себе си като акт на специфично случване и в същото време се екстериоризира като потенциално динамична и отворена за всякакви интерпретации автономна семиотична система, когато излезем извън рамките на първичната самореферентност. Киното много трудно би могло да бъде разглеждано само в дескриптивното си определение като глобално

<sup>19</sup> Колет, Ж., Екзистенциализмът, ИК Одри, С, 2005; с.113

<sup>20</sup> Кариер, Ж-К., Невидимият филм, ИК Колибри, С, 2003; с.69

<sup>21</sup> Вендерс, В., Логиката на образите, ИК Колибри, С, 2007; с.7

натрупване на артефакти, подложени на оценяване<sup>22</sup>, защото всеки филм представлява напълно «възможна реалност», в която човек пребивава свободно, възприема, преживява и разбира през собствения си опит, точно както и в действителния си живот. Подобна комплексност създава нови специфични пластове на опита, нова екзистенциална ситуация, особено за зрителя, включен в процесите на интерактивно мултикултурно общуване в полето на филмовото изкуство.

### ***ЗА ОТНОШЕНИЕТО «АВТОР - ФИЛМ - ПУБЛИКА»***

*Една констелация на възможните погледи, центрирана върху процесите на комуникация в полето на киното*

Научното изследване на процесите на комуникация в киното естествено би трябвало обективно да включи както историческите, философските, културологичните, социалните, психологическите и естетическите контексти, така и специфичния дискурс на теория на комуникацията. В случая от значение е да се изясни какво по същество характеризира процесите на комуникация в полето на киното, както и съотносимостта на компонентите на базови комуникационни модели към кинокомуникацията (условно определена по този начин поради липсата на по-добър термин) и взаимодействията между тези компоненти (елементи), които се реализират като специфични комуникативни отношения в опосредстваната от контекста на киното комуникативна ситуация. Обективно погледнато, рамката на изследването на комуникационните процеси в полето на киното се задава от взаимодействието на твърде различни сфери на човешка дейност – изкуство, техника и технологии, медии и комуникации, които се намират в отношение на конвергенция не само в плана на самото филмово произведение като творчески процес, но и при реализацията на един филм като културен факт, както и при контакта му с публиката. За да можем обективно да анализираме процесите на комуникация в контекста на киното, т.е. дефинитивно да определим теоретичната рамка и спецификата на кинокомуникацията, е необходимо да операционализираме методите на това изследване с помощта на теория на комуникацията, което ще ни позволи да абстрахираме от базовите модели на комуникация тези (или отделни компоненти, действия и функции), които са приложими, адекватни и ефективни за конкретния случай.

---

<sup>22</sup> Дики, Дж., Дефинирайки изкуството, сп. Философски преглед, бр.3-4, 1992, с. 91

### ***Мелвин де Флър и елементарната характеристика на комуникативния акт***

В своите теоретични търсения върху проблема за конструирането на базов модел на комуникативния акт, който да може да бъде приет и като основа на комуникационните процеси като цяло, Де Флър стига до извода, че е възможно да се дефинират определени базови компоненти на една теоретична система, която прави възможна човешката комуникация. Самият Де Флър определя тази система като „абстрактна схема”, която е приложима както за индивидуалния комуникативен акт, така и за междуличностната и масовата

комуникация, тъй като при съотнасянето ѝ към различните случаи не

се наблюдават съществени различия във фундаменталната същност на комуникационните процеси.

Като първи компонент Де Флър определя *източника*, чиято функция се състои във „формулиране на „смислово значение” на „посланието”. Това означава да се подберат подходящи изразни символи (послания), чрез които да се изразят вътрешните отговори (смислени реакции), които комуникаторът желае да предаде на аудиторията. Трансформацията на мисълта в послание я прави външно достъпна и подходяща да оперира като изразителен символ.”<sup>23</sup> Вторият компонент от схемата е *трансформаторът* (предавател), чиято „функция е да трансформира „посланието” в „информация”. Информацията може да се определи като даден вид събитие или преживяване от заобикалящия ни материален свят, чрез която се преодолява пространството.”<sup>24</sup> Източникът и трансформаторът Де Флър приема не просто като компоненти или елементи на процеса на комуникация, а като първите етапи от комуникативния акт. Третият компонент е *каналът* за връзка. Средата или средството, което прави възможно предаването на информация, може да бъде различно в зависимост от спецификата на комуникативната ситуация. При разговор между двама души каналът за връзка представлява самата въздушна среда, която създава възможности на базата на физични закони източникът да произведе определени звуци, които да бъдат чути от този, към когото е насочено посланието. При масовата комуникация каналите за връзка имат

---

<sup>23</sup> Ласуел, Х., Шрам, У., де Флър, М., Робъртс, Д., Маккуейл, Д., Комуникацията, Университетско издателство “Св.Климент Охридски”, С,1992; с.80

<sup>24</sup> *Пак там*; с.80.

много по-комплексни характеристики. Четвъртият компонент е *реципиентът*. „Този компонент има функцията да приема информацията и да я „дешифрира”, като трансформира по този начин събитията от материалния свят, добити по пътя на информацията – отново в послания (система на изразителния символ).”<sup>25</sup> Под реципиент Де Фльор разбира не толкова адресата като субект, който приема определено послание, а по-скоро начина или механизма, чрез който той го приема (пр. чрез зрението или слуха). Последният компонент от системата е *предназначението* - „чиято функция е „да интерпретира „посланието” в „мисъл”.<sup>26</sup> Същински комуникативен акт има тогава, когато смисълът, формиран и структуриран от източника, е изоморфен на смисъла на предназначението, т.е. комуникация е осъществена, когато посланието е било разбрано, е реализирало намеренията на източника и е постигнало определен ефект, отразен в някаква ответна реакция.

Комуникацията като процес не се реализира в изолирана среда. Част от несъвършенствата в системата могат да бъдат сведени до събирателното понятие *шум*. Другият допълнителен елемент в системата на Де Фльор е *обратна връзка*.

Прилагането на тази „елементарна теоретична система” за изследване на процесите на масова комуникация създава известни неудобства, тъй като в този случай говорим за значително по-усложнен комуникационен процес. Въпреки твърде голямата условност, при която тази теоретична система може да се прилага във контекста на киното, тя разкрива някои общи закономерности, които ще се установят и при останалите базови модели на комуникация, които ще бъдат разгледани.

### ***Базови комуникационни модели на Уилбър Шрам***

Според Уилбър Шрам „независимо от това дали е пряко или опосредствано, дали е непосредствено или отдалечено по време и пространство, комуникационното взаимоотношение включва три елемента и два вида действие. Тези елементи са: комуникаторът, съобщението и реципиентът”.<sup>27</sup> Първото действие в рамките на комуникационния процес се извършва от комуникатора. Той се стреми да изгради възможно най-добре структурата на съобщението, което изпраща – като система от знаци, значения и смисли, независимо дали те са звукови, визуални и т.н. или комбинации между тях. При второто действие „реципиентът подбира между стимулите,

---

<sup>25</sup> *Пак там*; с.81

<sup>26</sup> Ласуел, Х., Шрам, У., де Фльор, М., Робъртс, Д., Маккуейл, Д., Комуникацията, Университетско издателство “Св.Климент Охридски”, С,1992; с.81

<sup>27</sup> *Пак там*; с.32

които му се предлагат, съдържанието на съобщението, което той е избрал, интерпретира го и се справя с него така, както е подтикнат да го направи”.<sup>28</sup> Според Шрам тези две действия в процеса са напълно отделни и отделно мотивирани.

Като обща структура този максимално опростен комуникационен модел, който предлага Шрам, се вписва в логиката на процесите на комуникация в полето на киното и включва *комуникатор* (комуникатори), който, според своите намерения, организира своето послание чрез определена знакова система; *съобщение*, което представлява посланието, структурирано чрез езика на киното - като филмовото произведение; *реципиент*, като в тази позиция можем да подразбираме целия спектър от форми на социална организация - от отделния зрител в киносалона до глобалната публика.

В този базов модел (подобно на теоретичната система на Де Флор) също се наблюдава известна проблематичност относно съобщението, на базата на собствените разяснения на Шрам за неговата форма, съдържание, място и функции. „Съобщението съществува като знак или като сбор от знаци, които нямат свое собствено значение, освен това, което културното познание (наследство) дава възможност на реципиента да прочете в тях.”<sup>29</sup>

И Шрам също отчита влиянието на *шума* в процеса. Това, което представлява интерес в случая, е въвеждането на някои нови компоненти във втория и третия базови комуникационни модели на Шрам.

Вторият модел се отнася до хипотезата, че за да може комуникацията да реализира своето предназначение, т.е. намеренията на източника, съществено значение имат т.нар. ”полета на опита”.<sup>30</sup> Що се отнася до киното, идеята за „полета на опита” намира своята реализация в няколко посоки – ориентирани спрямо комуникатора или центрирани върху зрителите, или отденния зрител.

Третият модел на Шрам интерпретира комуникационния процес като социално действие (без принципно да се ограничава неговия мащаб) в плана на интеракцията. Този модел изцяло е базиран на ефекта и ефективността на обратната връзка. Именно двупосочната ориентация на комуникацията прави този модел актуален за настоящото изследване. Този базов комуникационен модел в много висока степен се доближава до логиката на процесите на комуникация в полето на киното.

---

<sup>28</sup> *Пак там*; с.33

<sup>29</sup> Ласуел, Х., Шрам, У., де Флор, М., Робъртс, Д., Маккуейл, Д., Комуникацията, Университетско издателство “Св.Климент Охридски”, С,1992; с.32

<sup>30</sup> Братанов, Пл., Моделиране в социалната комуникация, Университетско издателство “Неофит Рилски”, Бл-д, 2006; с.143

### ***Модел на вербалната комуникация на Роман Якобсон***

Като едно от важните свързващи звена между междуличностната и масовата комуникация може да се посочи известният модел на вербалната комуникация на Роман Якобсон, който той за първи път излага теоретично в своята статия “Лингвистика и поезика” през 1960г. В оперативен порядък този модел може да се приложи по следния начин в контекста на комуникационните процеси в киното. *Източникът* (творецът, авторът, екипът на филма) изпраща *съобщение* (послание) на *адресата* (зрителя, публиката). За да бъде въздействащо посланието, първо трябва да има *контекст*, към който препраща *референтът*. Предаваното съобщение (послание) трябва да има общ *код* както за източника, така и за адресата, т.е. авторската творческа идея трябва да бъде поднесена с адекватни и познати изразни средства, за да може да бъде максимално ясно разбрана от зрителите и да има съответното въздействие. И от страна на създателите на един филм, и от страна на неговите потенциални зрители е необходимо определено ниво на познаване на т.нар. език на киното. При предаването на съобщението би трябвало да бъде осъществен *контакт* – физически канал или психологическа връзка между подателя и получателя. По отношение на киното този последен аспект на комуникацията е опосредстван от самия филм, който на практика може да синтезира в себе си функциите както на съобщението, така и на референта, както и да опосредства контакта.

Всеки един от компонентите (фактори) в модела на Якобсон поражда различна функция по отношение на езика (или на съответната автономна семиотична система), която опосредства комуникацията като процес.

*Експресивната* или *емотивна функция*, центрирана върху източника, е насочена към адресата и изразява пряко или непряко отношението на източника към предмета на комуникацията. Според Якобсон тази функция предполага една директна експресия на поведението на субекта по отношение на това, което той говори.

*Конативната* или *императивна функция* е центрирана върху адресата и се отнася до начина и степента на декодиране, разчитане и разбиране на конкретните и скритите значения както в самото съобщение, така и в комуникативните действия, и като цяло в процеса на комуникация. Тази функция се отнася пряко до въздействието, което оказва съобщението (в случая конкретния филм) върху отделния зрител и публиката като цяло.

*Референциалната* или *денотивна функция* разкрива влиянието на контекста върху процеса, т.е. възможните мостове между предмета на комуникацията или съдържанието на съобщението, на невербалната и

друга информация, която се обменя и обективната действителност. Тази функция определя ориентацията на художествената интерпретация на създателите на филма към някакъв когнитивен опит или към конкретиката на действителността, но освен това може да отпраща и към една *надконкретна* проблематика – глобалните аспекти на битието, абстрактни понятия, метафизични послания и т.н.

*Металингвистичната функция* е ориентирана към кода, което е свързано с реализирането на значението. Това се отнася до степента на владеенето на т.нар. филмов език и способността да се разчитат и разбират кодовете на този език, т.е. до общото поле на познание между създателите на един филм и неговите зрители.

*Фатичната функция* се отнася до контакта и цели да поддържа каналите за осъществяване на комуникацията активни (отворени) по отношение на процеса. Фатичната функция Якобсон свързва с корпус от ритуализирани формули и вербални или невербални взаимодействия, чиято цел е да се поддържа комуникативното действие и самата комуникация като цяло.

*Поетичната функция* е центрирана върху самото послание и „засяга отношението на съобщението към собствената му същност”.<sup>31</sup> Във всеки вид комуникация, във всяко съобщение съществува пласт на естетически конотации. В контекста на самото съобщение „естетичната натовареност е най-силно изразена в художествената комуникация, където тя се реализира въз основа на естетичното съдържание на съответното съобщение”.<sup>32</sup>

### ***Двата модела на комуникация в системата на културата*** ***Юрий Лотман***

Върху теоретичната система на Якобсон се спира и Ю. Лотман, когато определя двата модела на комуникация в системата на културата. Но автоматичното пренасяне на този модел в различни сфери, и главно в областта на културата, е свързано с известен брой трудности. Основната от тях е свързана с това, че в “механиката на културата комуникацията се осъществява най-малко по два различно устроени канала”<sup>33</sup>, от които само единият се описва от предложението “класически модел”.

Най-типичната посока за предаване на съобщение в системата на културата, според Лотман, е *адресант-адресат* или комуникация от типа «Аз-Той», като в този случай се предполага, че съобщението е известно на адресанта и е неизвестно на адресата преди началото на

<sup>31</sup> Братанов, Пл., Моделиране в социалната комуникация, Университетско издателство “Неофит Рилски”, Бл-д, 2006; с.159

<sup>32</sup> *Пак там.*

<sup>33</sup> Лотман, Ю., Култура и цивилизация, Изд.Наука и изкуство, С, 1992; с.74

комуникацията. Този тип комуникация преобладава пред другата посока за предаване на информация от типа «Аз-Аз», който също е твърде съществен в контекста на културата, респ. на изкуствата, на киноизкуството. Основната разлика между двете системи е, че в първия случай информацията се предава в пространството, докато във втория – във времето. Във втория случай носителят на информацията остава един и същ, но в процеса на комуникацията съобщението се преформулира и придобива нов смисъл, който е резултат от въвеждането на допълнителен, втори код и от прекодирането на първоначалното съобщение, като то придобива черти на ново съобщение. От друга страна, този процес няма иманентен характер, тъй като е обусловен от нахлуване на допълнителни кодове отвън, но може да доведе и до промени в емоционалното състояние, мирогледа, ценностната ориентация, поведението на самия субект на комуникацията.

Анализите на Лотман за двата модела на комуникация в системата на културата имат пряко отношение към процесите на комуникация в киното. Именно изграждането на връзки между двата процеса на принципа на конгруентността прави възможно съществуването на един филм не само като културен факт, но и като мост между вътрешния свят на човека и всичко, което се намира извън него, световите на другите и светът като цяло. “Изкуството не възниква в редицата на текстове от системата “Аз-Той” или от системата “Аз-Аз”. То използва наличието и на двете комуникативни системи за осцилация в полето на структурното напрежение помежду им. Естетическият ефект възниква в мига, когато кодът започва да се ползва като съобщение, а съобщението като код, когато текстът се превключва от една комуникационна система в друга, съхранявайки в съзнанието на аудиторията връзката и с двете системи.”<sup>34</sup>

### ***Модел на социалната комуникация на Харолд Ласуел***

Според Харолд Ласуел най-удобният начин да опишем действието на комуникацията в обществото е, като получим отговори на пет основни въпроса: „Кой?“, „Какво казва?“, „Какво средство използва?“, „На кого го казва?“ и „Какво постига?“. Ориентацията на анализа към всеки отделен въпрос специфицира факторите, които определят всеки отделен елемент от общия процес и неговите функции в системата. Въпросът „Кой?“ определя комуникатора (източника) и изследването, центрирано върху него, се нарича „анализ на контрола“. Въпросът „Какво казва?“ се отнася до съобщението и предполага „анализ на съдържанието“. Изследването на средствата,

---

<sup>34</sup> Лотман, Ю., Култура и цивилизация, Изд. Наука и изкуство, С, 1992; с.8

чрез които определено съдържание или послание достига до своя адресат, изисква „анализ на средствата”, независимо дали се отнася за междуличностна или масова – „радиото, пресата, филмите и другите средства за комуникация”.<sup>35</sup> Въпросът „На кого го казва?” препраща към „анализ на публиката”, а „Какво постига?” към „анализ на ефекта”. Самият Ласуел отбелязва, че комбинирането на анализите дава по-добри резултати в контекста на общия процес, но ако е необходимо да се установят специфични зависимости в рамките на отделните компоненти на системата, е препоръчително те да се изследват самостоятелно.<sup>36</sup>

Това, което прави моделът на Ласуел съотносим и приложим към процесите на комуникация в киното, е, от една страна, наличието на четири фундаментални компонента, които, обединени в система, представляват един от най-елементарните базови комуникационни модели, които безусловно определят всяка комуникация като такава и представляват основата на комуникацията в полето на киното – източник, съобщение, канал и аудитория. Моделът на Ласуел, въпреки че е еднопосочен по същество, не ограничава броя на реципиентите на определено съобщение, което го прави приложим и за процесите на масова комуникация. От друга страна, можем да открием и една важна функционалната промяна в статута на съобщението. То вече се разбира като динамична и структуроопределяща част от процеса, а не просто като информация, която трябва да бъде „пренесена” по канала и „предадена” на своя получател, според намеренията на източника. Обвързването на съобщението с ефекта от комуникацията на практика изключва формалното отношение към неговата структура и съдържание. В контекста на киното, ако приемем, че съобщението се съдържа във филма или че то е самият филм, то това само би потвърдило валидността на модела при специфичните условия на процесите на комуникация в полето на киното.

### ***Базов комуникационен модел на Джордж Гербнер***

Ако разгледаме модела на Дж. Гербнер, ще установим, че основните компоненти на един комуникационен процес са налице – *източник; съобщение; канал, среда, средство или начин, чрез който съобщението бива предадено на своя получател.* Интересното при този модел е въвеждането в системата на компоненти, действия и функции, които възпроизвеждат някои съществени взаимодействия в контекста на киното. В тази връзка има два важни момента. От една

---

<sup>35</sup> Ласуел, Х., Шрам, У., де Фльор, М., Робъртс, Д., Маккуейл, Д., Комуникацията, Университетско издателство “Св.Климент Охридски”, С,1992; с.9

<sup>36</sup> Ласуел, Х., Шрам, У., де Фльор, М., Робъртс, Д., Маккуейл, Д., Комуникацията, Университетско издателство “Св.Климент Охридски”, С,1992; с.10

страна, Гербнер допуска, че самото съобщение не е изолиран елемент в системата, който представлява само формата, в която се трансформират намеренията на комуникатора, а взаимодействия много по-активно със средата и условията, които са го породили. За първичен източник на съобщението се възприема определено външно събитие, което комуникаторът (човек, камера, звукозаписна апаратура и т.н.) трансформира в съобщение. От друга страна, самото съобщение по един или друг начин отразява събитието, което го е породило, в зависимост от спецификата на процеса на възприемане или възпроизвеждане, т.е. от психологически, физически, технически и т.н. фактори. Така в рамките на целия процес на комуникация Гербнер конституира отделна подсистема, центрирана върху предмета на комуникацията «външно събитие – съобщение – сигнал», която на практика опосредства целия процес. Това по същество представлява един от възможните пътища, отразяващи процеса от създаването на един филм до срещата му със зрителите. Именно тези обстоятелства създават необходимостта комуникационният процес да се разглежда в „две алтернативни дименсии: *рецептивна* (Perceptual или Receptive) и *комуникативна* (контролна - Control)”.<sup>37</sup>

Моделът на Гербнер е валиден за комуникационните процеси в полето на киното най-вече в перспективата на изследването на особеностите и характеристиките на самия процес, като система от социални, културни и други взаимодействия. Творческото вдъхновение, творческите интенции и професионализмът на създателите на един филм, както и силата на неговото въздействие върху зрителите излизат извън обхвата на модела.

### ***Базов модел на масовокомуникационен процес Брус Уестли и Малкълм Маклийн***

Друг базов модел на масовокомуникационен процес, който може да бъде отнесен към спецификата на комуникациите в контекста на киното, е моделът на Брус Уестли и Малкълм Маклийн, популяризиран от авторите си през 1957 г. Иновацията при този модел е допускането, че процесът на масова комуникация е проекция на реалните взаимодействия в социалната среда и първоначално е свързан по-скоро с приемането на съобщения от средата, отколкото с тяхното предаване. В самата социална среда са разположени т.нар. „обекти на ориентация”, които представляват идеи или актуални обществени модели, хора, събития и т.н. Всеки отделен обект притежава модалност – зрителна, слухова и т.н. Техният брой на практика е неограничен и тези обекти могат да оказват пряко или

---

<sup>37</sup> Братанов, Пл., Моделиране в социалната комуникация, Университетско издателство “Неофит Рилски”, Бл-д, 2006; с.151

непряко влияние върху целия процес и дори върху ефекта от самата комуникация.<sup>38</sup>

В контекста на приложението на този модел в рамките на комуникационните процеси в полето на киното и при една специфична интерпретация на социалните взаимодействия би могло да се каже, че комуникаторът организира определено съдържание от социалната действителност в определена знакова система (филмът), за да го насочи към определена публика, но този процес може да бъде силно повлиян от начина и средствата, чрез които е осъществен. Средствата за масова комуникация и управлението на достъпа могат да трансформират процеса на художествено преживяване на един филм в много по-сложна форма на обществена активност, на включване на отделни хора и групи в далеч по-мощни процеси, отколкото конкретиката на собствения им живот предполага. Така различните средства за разпространение и начинът на разпространение могат да превърнат един филм от художествено произведение в платформа за определени обществени, политически, културни, социални и т.н. послания, без да пренебрегваме човешкия фактор в управлението на този процес.

### ***Базов модел на масовокомуникационен процес на Джон и Матилда Райли***

Друг популярен базов модел на масовокомуникационния процес, който може успешно да се приложи за процесите на комуникация в киното е моделът на Джон и Матилда Райли. „Новото в техния подход е първо, разглеждането на ролята на първичната група върху личностните характеристики на комуникатора и на реципиента, които участват в процеса на масова комуникация и второ, обособяването на самите първични групи като част от по-голяма социална структура.”<sup>39</sup> Според създателите на този модел в процесите на масова комуникация влияние оказват както включването и участието в малки социални групи, така и принадлежността към по-големи социални организации и системи, които имат съществено въздействие върху психическото моделиране на ценностната ориентация, нагласите, потребностите и интересите на отделния човек. Върху комуникатора тези влияния се проектират в самата структура на съобщението или съобщенията, организацията и подбора на формата и съдържанието на самото съобщение. Изборите, които реципиентът (-ите) прави от общата база от съобщения и степента на разбирането, никога не са напълно свободни и продиктувани само от индивидуалните психологически

---

<sup>38</sup> Пак там; с.150-152

<sup>39</sup> Братанов, Пл., Моделиране в социалната комуникация, Университетско издателство “Неофит Рилски”, Бл-д, 2006; с.152

нагласи и индивидуалния когнитивен опит, които в известна степен също се формират под влияние на социалните взаимодействия.

Този модел поставя интересен акцент върху структурата и взаимодействията в рамките на различни социални системи, както и между самите системи, които изграждат едно общество (в локален или глобален аспект). Отнесено към киното, това предполага функционален анализ както на индивидуалните особености, потребности и интереси на отделния зрител и особеностите на неговите междуличностни взаимоотношения, така и взаимодействията *във* и *между* различни по-големи социални групи (субкултури, субпублики), също и зависимостите в социалната структура на кинопубликата в глобален мащаб.

### ***Специфика на масовокомуникационния процес***

Процесът на комуникация в киното по същество е процес на масова комуникация, но той включва едновременно както елементите на междуличностни социални взаимоотношения, така и характеристиките на по-мащабните масови взаимодействия. В теория на комуникацията ефектът от всяка комуникация обикновено се приема като функция на намеренията на източника, интерпретирани в съдържанието на съобщението, което би трябвало да повлиява поведението на адресата, а по линия на осъществената или не обратната връзка – и на този, който отправя съобщението. Като цяло ефектът от една комуникация може да се измерва чрез различни индикатори, като част от тях се отнасят до по-дългосрочните ефекти, които са свързани с изграждането или промяната на индивидуалните представи за хората и за света, или за изграждане или промяна на обществени, културни, социални и т.н. модели. Процесите на комуникация в киното реализират успешно както краткосрочни (напр. измерени на база реакциите на зрителите в киносалона), така и дългосрочни ефекти – стават генератори на видими промени в големи мащаби. Особеностите и динамиката на съвременната ситуация предполагат въвеждането на много допълнителни компоненти, действия, функции и взаимовръзки в структурата на процесите на социална и културна комуникация поради твърде комплексните, усложнени и многоаспектни взаимодействия в рамките на самите процеси.

***Всеки един от изследваните базови модели на комуникация въвежда допълнителни компоненти, действия или функции, които, приложени в контекста на киното, способстват да се разкрият съществени аспекти и специфични характеристики на процесите на комуникация в полето на киното. Спрямо общия***

*модел (базовата подсистема) всички те функционират като променливи, но на практика способстват да се попълнят дефицитите, които специфизират техниката на човешката комуникация като кинокомуникация. Ако се опитаме да обединим компонентите, действията или функциите, които пряко обясняват социалните и културните взаимодействия в перспективата на киното в една обща теоретична система на основата на базовата подсистема, би се получил комплексен модел със значително по-голям обхват на полето на анализ, с възможност за вариативност на променливите елементи в системата и за артикулиране на специфични взаимодействия, но в същото време това би бил един много усложен и трудно приложим за теоретично или емпирично изследване модел.*

### ***ЗА ПРОЦЕСИТЕ НА КОМУНИКАЦИЯ В ПОЛЕТО НА КИНОТО***

*Една констелация на възможните погледи, центрирана върху парадигмите на комуникация в полето на киното*

В резултат на засилената роля и функции на информацията и комуникациите в съвременния свят разбирането за неговата структура и организация може да бъде сведено и до комплекс от комуникативни взаимодействия, чиято логическа и функционална консистентност се проектира на различни нива, под различна форма и съдържание. Именно при систематичната реконструкция на взаимодействията на едно интерактивно равнище на социалното съзнание и самосъзнание в плана на изкуството, и в частност на киното, би могла да се разкрие логиката на парадигмите, които опосредстват спецификата на процесите на комуникация в тази перспектива, както и иманентността на определени взаимовръзки и взаимозависимости между компоненти, действия и функции в отношението «автор (автори, създатели) - филм – зрител (публика, масова аудитория)», при относителна свобода на интерпретацията. Теоретичната ориентация на анализа на комуникационните процеси в плана на киното, определени като кинокомуникация в посоката на концептуализирането и детерминирането на принципите, механизмите, моделите и схемите, на базата на които се осъществява функционирането на самата система, предполагат въвеждането на понятието «парадигма» в малко по-широк смисъл.

Етимологичния контекст на понятието се свързва с гръцката дума *παράδειγμα* (*paradeiknūmi*), съставена от *παρά* (близо до, от същата страна, до) и *δείκνυμι* (показвам, излагам, представям, давам за пример, сравнявам, доказвам и т.н.), от която се образува и думата

*παράδειγμα* (*paradeigma*), чието значение най-често препраща към «пример», «модел», «образец». <sup>40</sup> Парадигма много често се разглежда като термин от структурната лингвистика, като се свързва първоначално с името на Фердинанд дьо Сосюр и представлява, заедно със синтагмата двете базисни измерения на речевия акт. В този контекст парадигмата се приема като група, сбор или клас от елементи, които подлежат на определена интерпретация (заедно и по отделно), предполагат различна структура и конфигурация при тяхното взаимодействие, но в рамките на една обща семантична ориентация и изграждат вертикалната структура на речевия акт. Що се отнася до филмовото изкуство се приема, че „съвкупността от изразните средства на киното” формира една обща изразителна и изобразителна парадигма. <sup>41</sup>

Парадигмата в перспективата на научния дискурс се разбира преди всичко като начин, метод и средство за теоретичен анализ или научно изследване, който дефинитивно се приема за верен и обективен подход при разрешаването на корпус от проблеми с различна степен на значимост, и различни концептуални, теоретически, методологически, инструментални и т.н. характеристики; или при разпространяването на знание. Парадигмата определя теоретичната рамка и изходната позиция на конкретния анализ. На практика тя се възприема като доминиращ модел на подход или метод както към специфичен корпус от проблеми (теоретични и емпирични), така и в по-общ план, като обща ориентация и контекст на теоретичните, изследователските или експерименталните процедури, като специфична нагласа към реалността. Тази перспектива в разбирането на понятието «парадигма» формулира Томас Кун в *Структурата на научните революции*. <sup>42</sup>

От съвременна гледна точка известни ограничения в теоретичната система на Кун създава разбирането, че парадигмите са несъизмерими и че всяка нова парадигма измества старата, без да е необходимо да я отрича, защото новата парадигма съдържа в себе си собствените си аксиологични или епистемологични основания, както и собствените си критерии за оценка. В съвременния свят подобна еволюция на мисленето чрез налагане на промяна на моделите на мислене е все по-трудно постижима поради спецификата на информационната среда. Динамиката и мащабът на процесите на достъп и обмен на информация на практика позволяват и осигуряват

---

<sup>40</sup> Henry George Liddell, Robert Scott, A Greek-English Lexicon, Perseus Digital Library; <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/>

<sup>41</sup> Омон, Ж., Мари, М., Теоретически и критически речник на киното, ИК Колибри, С, 2009; с.166

<sup>42</sup> Кун, Т., Структурата на научните революции, Изд. Петър Берон, С, 1996

едновременното съществуване на всичко, т.е. доминиращата парадигма не изключва (измества) предходните или други възможни парадигми, а по-скоро ги акумулира в себе си, като ги артикулира през собствения си контекст.

Парадигмите, които следва да бъдат разгледани, представляват функционални конструкти, които разкриват логиката на динамичната и вариативна интенционалност на взаимодействията в рамките на процесите на комуникация в полето на киното. Определянето на парадигмите преди всичко като модели на възприятие или на комуникация би ограничило възможността за изследване на различните пластове на взаимодействия в самата система «автор (автори, създатели) – филм (филми) – зрител (публика, масова аудитория)» и би създало предпоставки за определени архетипни ограничения. По-широката рамка на въвеждането на тази теоретична система на практика предоставя възможност да се разкрие едно интерактивно смислово равнище на социалните и културните взаимодействия в плана на киноизкуството. Поради функционалната консистентност на процесите на комуникация в киното самите парадигми не са детерминирани като йерархична система, според степента на доминация или определена поредност, а в контекста на логиката на определени взаимодействия, разкриващи корелациите между психологическото, социалното, културното, естетическото и т.н. в общата концептуална рамка.

Първата парадигма може да бъде определена като *парадигма на онтологичното основание*.

Предпоставките за детерминирането на подобна парадигма могат да се открият на практика във всеки опит за реконструкция и анализ на определен исторически период; на обстоятелствата, довели до открития, постижения или нововъведения; на условията, причините и резултатите от процесите на обществени, социални, културни и т.н. промени. На пръв поглед подобна теза препраща към определени еволюционистки модели на мислене, но по-същественото в случая е че *логиката на онтологичното основание* би позволила да се разкрият както по-далечните, така и непосредствените предпоставки за определени събития, явления, тенденции и факти, съпътстващи развитието на едно общество, на науката, на изкуството и конкретно на киното.

Що се отнася до киноизкуството, парадигмата на онтологичното основание дава възможност за една аналитична интерпретация на определени исторически обусловени обстоятелства, факти и взаимодействия, които правят възможно не само изобретяването на кинематографа, но и легитимирането или промяната на статута на киното като изкуство – от първоначалното определение на филмите

като евтина атракция, предназначена само за забавление, до изкуство в най-чистия смисъл на понятието. През логиката на тази парадигма могат да се изследват и процесите, които позволяват на киното (филмите) да се развие както като конвенционално изкуство в рамките на обществено приетите обобщения и същевременно като културен авангард, легитимирайки излизането извън собствената си конвенционалност. Също и възможността на филмовото изкуство да се адаптира към изискванията на времето (на историческия момент) като адекватна и актуална форма на художествено отразяване (*претворяване*) на света и човека; или като възможност за обмен на идеи, емоции, тези или най-общо казано, на комуникация; и които позволяват на филмовото изкуство да се ползва от всяко постижение на техническия и технологичния прогрес, без това да се превръща в заплаха за собственото му съществуване.

Втората парадигма, която опосредства процесите на комуникация в полето на киното, се отнася до особеностите и характеристиките на културния контекст, интерпретиран като среда, в която се поражда както творческите интенции, така и възможните условия и механизми за преживяването и разбирането на произведенията на изкуството, и в частност на филмовото изкуство. Това е най-общо рамката на ***парадигмата на културното вписване***.

Принадлежността към определен исторически контекст и определена културна ситуация опосредства не само художествените намерения на творците и тяхната реализация, но и възможните интерпретации от страна на ценителите или на потребителите на изкуството, както в актуалния момент, така и през *погледа-от-разстояние* (оценката на културните факти във времето). Научният дискурс в перспективата на хуманитарните науки разполага със значителен корпус от дефиниции на понятието «култура». Това, което като че ли най-много се доближава до *логиката на парадигмата на културното вписване*, се разполага в плана на изследването на отношението между традицията и интерпретацията на традицията; на ценностните ориентации в конкретния исторически контекст; на артикулацията на актуалните модели и това, което може да бъде определено като „поглед в бъдещето“; както и материалните им проекции под формата на произведения на изкуството, или социалните и културните взаимодействия, които те опосредстват.

Най-общо казано, логиката на парадигмата на културното вписване поставя като централен „въпросът за взаимното проникване на социалните и културни системи или казано по друг начин, въпросът за институционализирането на културни образци и тяхното

социалноструктурно закрепване”.<sup>43</sup> Процесите на интегриране и адаптиране в социалната среда на културни модели, ценности, представи и дори идентичности са по същество комуникационни процеси, чрез които всяко произведение на изкуството, и в частност на филмовото изкуство, може да легитимира принадлежността си към определена *наднационална* тенденция или да сложи началото на нова.

**Парадигмата на митологичните проекции** е третата концептуална рамка, която опосредства комуникационните процеси в полето на киното в един много широк контекст (подобно на първите две), който обхваща историческа, философска, културологична, социологическа, антропологическа, естетическа, и т.н. перспективи. Тази парадигма има два основни семантични пласта – единият, който обхваща мита като специфична система, и вторият, който се отнася до механизмите на атрибутирането на определено митологично съдържание, структура или модел в художествената цялост на филмовото произведение.

В своята формална проекция в киното митът функционира преди всичко като *реинтерпретация* на вече добре познати идеи, теми, сюжети, или като *реконструкция* на популярни филмови структури или похвати, на модели на действие или взаимодействия. Очевидно в киното митът намира богата среда за всевъзможни трансформации, но това поставя и проблематиката около допустимата граница на взаимни влияния, преминаването на която би тласнало естетиката на киното в определена крайност. Киното, чрез филмите, позволява да се навлезе много дълбоко в психологическите пластове на съзнанието и несъзнаваното, и да се изследва връзката между човека, другите и света по линия на вътрешните преживявания. Тук парадигмата на митологичните проекции опосредства не само творческите интенции, които се разгръщат драматургично в сюжета на един филм, или творческото въображение, чрез което се изгражда изобразителният корпус на филма, но и дава възможна ориентация за това как филмът ще бъде приет от публиката.

Изследването на комуникационните процеси в полето на киното, тяхното функционално определение, структура, компоненти, функции, действия и взаимодействия предполагат въвеждането на още една парадигма, именно в плана тази специфична комуникация, опосредствана от филмовото произведение – ***парадигмата на субектно-обектните транспозиции***.

---

<sup>43</sup> Шлухтер, В., Общество и култура (Разсъждения върху една теория на институционалното диференциране), *Идеи в културологията*, т. II, съставители: Иван Стефанов, Димитър Гинев, Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, С, 1993; с.594

Най-общо казано, тази парадигма се реализира в плана на осъществяването на разбирането или способността да се «повярва и да се *преживее* действителността», която представя един филм, да се разберат неговите послания. Формално погледнато, парадигмата на субектно-обектните транспозиции съдейства за диференцирането на маханизмите на въздействие на едно филмово произведение, като модели или първични структури, които съдържат в себе си синтез на хетерогенното чрез конституирането на това, което е дадено в опита (емоционален и интелектуален, емпиричен и професионален) както на създателите на филма, така и на всеки отделен зрител в перспективата на преодоляването на всички ограничения на конкретната обективна действителност. Именно по този начин може да се осигури свободата на полета на творчеството, на въображението, както и на способността да се слееш с едно произведение на изкуството, каквото е филмът. Най-същественото в тази връзка се крие по-скоро в отношението на зрителя към филма, в едно твърде съществено обстоятелство – всеки зрител знае, че това, което вижда или чува от екрана, не се случва действително, че идващият срещу него влак няма да го прегazi<sup>44</sup>, че битките, които гледа, не застрашават собствения му живот или че любимият му актьор не е ранен, или няма да умре наистина, но въпреки това му вярва безусловно, преживява, страда и се радва, потопен в тази алтернативна реалност.

Парадигмата на субектно-обектните транспозиции подпомага един своеобразен процес на взаимно проникване на индивидуалните светове, опосредстван от филма (филмите), което дава едно специфично онтологическо предимство на преживяването над усещането, на разбирането над възприемането, дава възможност за актуализиране на собствения опит и представи не само на базата на собствените преживявания, а чрез преживяването на алтернативните светове на филмите.

Последната парадигма, която може да бъде въведена като концептуална рамка, която структурира процесите на комуникация в полето на киното, може да бъде определена като ***парадигма на знаково-символните интерпретации***. В плана на тази парадигма отново се поставя въпросът, как да се дефинира и следователно анализира художествената структура на филма, и съответно неговата художествена изразност и средствата, чрез които един филм се осъществява като определено въздействие върху зрителите, т.е. въпросът за синтактичния, семантичния и прагматичния контекст при изграждането на един филм като художествена цялост.

---

<sup>44</sup> *Пристигането на влак на гара Сиота*, Франция, 1895 на братя Люмиер, реж. Луи Люмиер

Опитите да се легитимира художествената изразност на филма или художествената интерпретация на различни изразни средства в един филм като автономна семиотична система, като «език» в плана на изкуството, са доста по-трудни от гледна точка на функционалното определение на компонентите на самата система, отколкото в перспективата на един дескриптивен семиотичен подход. В този смисъл *въвеждането на парадигмата на знаково-символните интерпретации* би могло да овладее напреженията, които се създават при опитите да се изследват механизмите, чрез които се конституира смисълът в процеса на осъществяването на творческите интенции на създателите на един филм, както и да изясни някои съществени аспекти по отношение на спецификата и механизмите на въздействие на филмовото произведение върху зрителя, публиката. Що се отнася до филма, парадигмата на знаково-символните интерпретации работи на нивото на творческия процес като подбор (избор), структуриране и организиране на корпуса от художествени изразни средства, чрез които максимално адекватно и въздействащо една субективна емоция, смисъл или послание се превръщат в „жива тъкан” и трансформират логичната поредност на кадрите в органичната художествена цялост на един филм. При сегментирането на компонентите (елементите) на филмовата изразност като определена семиотична система в тяхната последователност на нивото на израза на преден план излиза преди всичко знаковата им функция. На това равнище парадигмата на знаково-символните интерпретации действа като модулираща система, която обхваща целия корпус от изразни средства като инвариантност или като субститутивни отношения. Изграждането на интегративната художествена цялост на филма позволява пораждането на смисъла или свързването на компонентите на повисоко равнище. Това е нивото, на което „конкретните фотографски образи на нещата придобиват значението на символи, т.е. разширяват своето внушение чрез въплътеното в тях художествено съдържание.”<sup>45</sup>

Най-същественото в случая обаче си остава фактът, че интенцията на създателите на един филм, артикулирана като сложна система от знаково-символни интерпретации, като семантичната цялост на система от значения или като аудио-визуалното метафорично послание на едно филмово произведение, предназначено за индивидуална или колективна употреба, превръща образа от ”проста денотация на действителността” (както го приема Барт<sup>46</sup>) в алтернативна действителност в полето на изкуството. Тази „денотация” притежава достатъчно собствена енергия, за да създаде у преживяващите я зрители усещане за реалност, понякога дори по-

<sup>45</sup> Стефанов, Ив., Киното – естетически проблеми, Изд. Наука и изкуство, С, 1968; с.25

<sup>46</sup> Барт, Р., Въображението на знака, Изд. Народна култура, С, 1991; с.507

силно и органично от това, което им се случва в рамките на всекидневния живот.

Още от самото си създаване киното носи потенциала да осъществява медиация между индивидуалното, локалното и глобалното в контекста на социалните и културните взаимодействия. И независимо от факта, че фрагментите на съвременния живот се структурират и организират основно от телевизията и през интернет, една голяма част от обмена на информационно и *не*информационно културно съдържание на практика се осъществява отново благодарение на киното, тъй като филмите заемат твърде съществена част от този обмен. „В този смисъл въпросът вече не е толкова дали фотографията и киното са изкуства и дали те могат някога да придобият истински художествен статут; въпросът е по-скоро в това, какво правят от изкуството фотографската репродукция и „движещите се изображения”, как те променят неговата функция в рамките на всекидневния живот.”<sup>47</sup> Очертаването на тази перспектива на социалните и културните взаимодействия, опосредствани от филмовото изкуство в контекста на съвременните комуникации и на медиите, предполага също така изследване на причините и логиката на процесите, които позволяват на киното, на филмите да изграждат мостове между изкуството и всекидневния живот, между хората, между човека и света. Детерминирането на парадигмите на комуникацията в полето на киното би могло да се приеме като стъпка и в тази посока. Именно от гледна точка на социалните и културните взаимодействия в полето на киното, на филмите и на всеки отделен филм, петте парадигми функционират като структуриращи и подпомагащи комуникацията модели, но ако разширим анализа на тяхното действие, могат да се открият експлицитни и имплицитни предпоставки, които логично потвърждават и предположението, че парадигмите структурират както „погледа на зрителя” (като индивидуални и културни нагласи), но в определена степен и намеренията на създателите на един филм, също така и изразителната, емоционалната и смисловата консистентност на самия филм. В тази връзка можем да разгледаме парадигмите и в термините на генезиса на киното, като изкуство и като културна комуникация. От друга страна, именно в контекста на парадигмите на комуникация в полето на киното и по линия на класическата семиотична традиция, ориентирана към изкуството, която изследва зависимостите в отношението «автор - творба - читател, зрител, слушател» може да се

---

<sup>47</sup> Стефанов, И., Валтер Бенямин: Техническата ситуация на изкуството, *Социологически модели на изкуството*, Антология, т. II, съставители: проф. Ив. Стефанов, А. Янева, Изд. Аскони издат, С, 2001; с. 111

предположи, че и в самия филм (подобно на художествения текст) имплицитно се съдържа една „първична структура на комуникативната верига и както можем да извлечем позицията на автора (адресанта), така можем да реконструираме и идеалния адресат (читател, слушател, зрител...)”, което от своя страна, може да се осъществи в режим на интерактивен диалог, опосредстван от самото художествено произведение (в случая – определен филм) и който „се характеризира не само с общ код, но и с определена обща памет у адресанта и у адресата”.<sup>48</sup> В рамките на това определение при едно комуникационно взаимодействие в полето на киното от гледна точка на зрителите подобна памет би се проявила най-малкото като формално разпознаване на жанровата определеност и на спецификата на филмовата изразност, която тя предполага. Така, на практика, самият филм създава полето на възможните интерпретации, превръща се в пространството, в което се срещат и взаимодействат намеренията на създателите с очакванията (намеренията) на зрителите, като в рамките на тези отношения филмът успява да запази собствената си автономност и същностна определеност като художествено произведение.

Тези взаимодействия в полето на киното препращат и към идеята на Умберто Еко за изграждащия се херменевтичен кръг при свръхинтерпретирането на художествения текст.<sup>49</sup> Отнесен към комуникационните процеси в полето на киното, неговият анализ намира също своето приложение. Самата интерпретация на един филм в контекста на неговото възприемане, разбиране и преживяване от зрителите легитимира както участниците в процеса, така и техните намерения в рамките на самата комуникация, а и на ефекта от нея. При Еко тези отношения са обобщени като намерение на автора, намерение на текста и намерение на читателя, които взаимодействат в една обща система. В този смисъл за да „живее” един филм в общото пространство на културата, всяка негова интерпретация е необходимо да се осъществи като степен на съвпадение между намерението на създателите, намерението на филма (като семиотична стратегия) и намерението на зрителите, основано на техните собствени системи от очаквания. Еко прави и едно важно уточнение относно комуникационния процес, което има своето основание и в контекста на киното, а именно, че при вербалната комуникация понякога правилният извод за намерението на говорещия има съществено значение за самия процес, но по отношение на художествения текст,

---

<sup>48</sup> Лотман, Ю., Култура и цивилизация, Изд.Наука и изкуство, С, 1992; с.241-245

<sup>49</sup> Еко, У., Рорти, Р. и др., Интерпретация и свръхинтерпретация, Изд.Наука и изкуство, С, 1997; с.58-63

това е по-скоро изключение.<sup>50</sup> И така, ако създаването на един филм е въпрос на талант и на професионализъм, неговото възприемане - на дадености или способности, то интерпретацията е въпрос на култура. Би могло да се направи заключението, че художественото преживяване в киното, като преживяване на един филм е много сложна, многопластова и комплексна ситуация на комуникация.

Актуалният исторически контекст предлага и едно допълнително обстоятелство, което оказва влияние на процесите на комуникация между създателите на филми, самите филми и публиката - динамиката на процесите на обмен на информационно и *не*информационно културно съдържание, т.е. информираността на зрителите за създателите на филми (и обратното), популярността на самите филми и техния „публичен живот“, и дори начина, по който филмите достигат до своите зрители, или фактът, че пред зрителите се откриват възможности за активно общуване, за диалог не само със самите филми, а в много по-широкото пространство на социални и културни взаимодействия, опосредствани от медиите. От своя страна, това обстоятелство подпомага и легитимацията на новата роля на зрителя в киното – на активен съучастник в процесите на комуникация, в „живота“ на филмите чрез „постмодерният жест [...] да преосмисля творческите послания и с това да се превръща в съмишленик на текста на творбата.“<sup>51</sup>

Именно детерминирането и теоретичната обосновка на петте парадигми на комуникация в киното позволява да се изследва логиката на процесите и на промените, които съпътстват историята на киното и неговата легитимация като изкуство, вече в контекста на съвременните комуникации и на медиите. Подобно на парадигматичното деление, базирано на цивилизационния подход, определящ начина и средствата за комуникация като фундаментални за извеждането на културните парадигми на цели епохи<sup>52</sup>, парадигмите на комуникацията в полето на киното също функционират в режим на конвергенция по между си. Съществената разлика в случая е, че не само в плана на специфичните комуникационни процеси, тези парадигми могат да се разглеждат и като базови модели на нивото на конституирането на значението, като парадигмални матрици или архетипни форми, структуриращи изобразителния материал на киното в плана на смисъла. Нещо повече, ако приемем за вярно твърдението на Роман Якобсон, че зрителят

---

<sup>50</sup> *Пак там*; с.61

<sup>51</sup> Димитрова, М., За глобализацията на кинопубликите и банализацията на постмодерния артефакт, *Киното в процеса на глобализация*, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2003; с.47-8

<sup>52</sup> От съвременна гледна точка и въпреки своя технологичен радикализъм Маршал Маклуън легитимира логиката на този подход с известната си теза, че *Средството е Съобщението*.

“свиква” да гледа и да разбира т.нар. филмов език и при появата на нещо ново той трябва да се научи отново да гледа и да разбира<sup>53</sup>, то именно парадигмите на комуникацията в полето на киното улесняват тези процеси като най-чист и фундаментален по отношение на разбирането модел, способен да акумулира културна и творческа енергия, която да отдава след това под формата на субмодел. В съвременния свят вече във всички посоки.

И така, след като информацията и динамиката на потоците променят света, в който живеем като го правят по-близък и в същото време по-голям, днес човекът изглежда е изправен пред острата необходимост от базови ориентации, които да му позволят да организира собственото си съществуване, както и да разбира това, което се случва извън него. Това, което е новото и същественото в т.нар. постмодерна ситуация са непознатите до този момент възможности за избор, неограничените възможности за разширяване на хоризонтите на индивидуалния поглед към света, което подхранва естественото любопитство на човека към изследването на собствената си природа и на дълбочината на собствените си преживявания, към разбирането на другия, на различното, новото, на нови светове и измерения (духовни и материални), стимулира въображението и полета на фантазията. Киното, благодарение на уникалната си природа - едновременно изкуство и технология, започва да изгражда своята легитимация чрез активното си участие във всичко, което се случва в света като рефлексия, медиация или като поглед в бъдещето, което по същество е и мисията на всяко изкуство, а парадигмите на комуникация в полето на киното подпомагат тези процеси, както и възможността те да бъдат преживяни и разбрани в своята комплексност, и пълнота.

## ***ЗАКЛЮЧЕНИЕ***

Развитието на технологиите предлага на практика неограничени възможности пред филмовото изкуство да създава своите алтернативни светове, а чрез медиите и информационния обмен филмите получават и свой „обществен живот”, включват се в социалните взаимодействия, общуват със света и участват в конституирането на идентичностите - на индивидуалното в локалното, на националното в глобалното. Специфична особеност на съвременната ситуация се разкрива и по отношение на предлагането

---

<sup>53</sup> Якобсон, Р., Упадък на киното? Разговор за киното с Адриано Апра и Луиджи Фачини, Из История на филмовата мисъл, Антология, т. II, съставител: проф.д-р Ивайло Знеполски, Изд.Наука и изкуство, С, 1988; с.341

на нови възможности за създаване и споделяне на идентичности, главно чрез обмена на културни ценностни модели, или на модели на социално поведение, които могат лесно да се открият в конкретността на художественото преживяване при т.нар. репрезентативни изкуства в модерната и постмодерната епоха, и най-вече в киното. Такива модели могат да бъдат не просто споделяни или копирани, те могат да генерират обществени тенденции, да се превърнат в централен фактор при сформирането на различни субкултури или *контракултури*, да станат обект на културно присвояване, или на масова употреба и така да създават чувство за общност и принадлежност.<sup>54</sup> В основата на подобни процеси на практика стои определена форма на комуникация – те се разгръщат в рамките на един комуникативен процес, иницииран от определен източник (подател, комуникатор, адресант) на значения, послания или истини за света и човека, който в контекста на изкуството и в частност на киното може да бъде определен като автора, авторите, създателите на един филм. Самият филм, като художествена интерпретация на вътрешното състояние на човека, като чувства, идеи, отношение към другите и света с неговата знаково-символна система и неговото художествено (философско, екзистенциално) послание, увлечен от потоците от информация, достига до своите зрители вече по много различни канали за връзка, освен познатото културно взаимодействие в особената интимност на кинозалоните. Колкото до зрителите, тяхната все по-активна роля в процесите на комуникация в полето на киното, предполага не просто определена нагласа или ориентация в посоката на развлеченията, а много по-сериозна роля на активно преживяващи, подготвени и разбиращи партньори, които с участието си в специфичните комуникационни процеси в киното подпомагат осъществяването и самото съществуване на филмовата реалност. Наред с това можем условно да определим и един своеобразен културен рефлекс, установен от миналото по отношение на киното като познание за самото него, като определени културни навици и отношение, чиято приемственост нараства във времето. Или по-просто казано, хората са заплени и обичат киното още от самото му създаване. Глобалната кинопублика винаги е притежавала способността да се ориентира в информационното море, за да търси и задоволява своите интереси и „глад“ за кино. И в този смисъл глобализацията създава нови и по същество неограничени възможности за филмовото изкуство, не само по отношение на създаването на мултикултурни творчески обединения, на филми, „говорещи на много езици“ чрез синтеза на

---

<sup>54</sup> Tomasello, M., Carpenter, M., Shared intentionality, Max Planck Institute for Evolutionary Anthropology, Blackwell Publishing Ltd, 2007

различни културни модели, нагласи и практики, но и като едно отваряне и активизиране на отделния зрител, или на публиката в национален контекст, трансформирайки ги в глобална публика, породена от динамичните мрежи от културни и социални взаимодействия в полето на съвременните комуникации.

В подобна ситуация въображаемите или алтернативните светове, които предлага киното, вече не са просто нужни за изграждането на един мислим, но изцяло въобразен ред в хаоса на нашето съществуване, а по-скоро за идентификация на мястото на човека в света, или за удовлетворяване на дълбоко заложеното чувство за общност и необходимостта от споделяне на общи чувства и преживявания. Това вече се случва преди всичко във виртуалното пространство, в пространството на интерактивното общуване, където тези процеси изглеждат като самосъздаващи се, генерирани от възможностите на технологиите, но те са по-скоро резултат от лесна, облекчена от всякакви социални, културни или психологически бариери, операционализирана комуникация, която подпомага бързото създаване на своеобразни «мрежи на интереса», които лесно се трансформират във форми на културна и друга идентичност.

Моделите на публичността се създават от медиите и начините, по които те подпомагат, например, присъствието на един филм в общото културно пространство, отразяват „живота” на филма и на неговите създатели. От своя страна, това е и един от най-лесните начини човек да се почувства част от света, да придобие усещане за собствената си стойност, като чрез желанието и отношението си става част от нещо по-голямо, приемайки общия вкус като свой. Индивидуалният характер на комуникационните процеси в полето на киното е опосредстван и от принадлежността към определени субкултури, които формират и определени субпублики според специфични интереси, специфични потребности и специфични вкусове. Така човек не остава изолиран поради особеностите на своя мироглед, характер или вкус. ***Това става възможно не само поради специфичната природа на филмовото изкуство, която му позволява по напълно естествен (онтологично предопределен) начин да се включва и да бъде важна част от динамичните промени на времето, но и благодарение на иманентни на самото кино функционални модели, които опосредстват и подпомагат както неговото съществуване като изкуство в епохата на комуникациите и медиите, така и създаването, възприемането, преживяването и разбирането на всеки отделен филм – парадигмите на комуникация в киното.***

Детерминирани в този научен труд пет парадигми функционират като *модели*, структуриращи и подпомагащи самите

процеси на комуникация в полето на киното. Те могат да бъдат определени и като елементи от една операционна система, която моделира културните и социалните взаимодействия в контекста на специфичната комуникативна ситуация, опосредствана от конкретен филм. Парадигмите могат едновременно и по отделно, в режим на доминация или на конвергенция да повлияват, или дори да формират индивидуалния вкус и предпочитания на отделния кинозрител. Подобен тип «включване» в света чрез специфичен комуникационен процес, който обхваща създаването, възприемането, преживяването и разбирането на един филм, може да бъде определено и като несъзнателно, но то при всички случаи се влияе от променливи от типа на информационни, културни, социални, естетически и т.н. модели, както и от актуални модели на поведение или отношение, *т.е. вписва се в определена парадигмална структура на нивото на конституирането на актуалните значения и смисли, но и на реконструирането на миналото като памет и като опит*. В контекста на киното, корпусите от значения и смисли получават своята легитимация главно от интереса, насочен към тях, благодарение на своето *битие-в-публичността* чрез отделните филми. Публичността реално би могла да легитимира всяка човешка дейност, включително и изкуството, да придаде определен статут, да вмени ценност, права, привилегии или дори и ограничения.<sup>55</sup> На практика всички тези процеси се осъществяват в режим на комуникация, опосредствана от определени базови ориентации.

В съвременния свят, повече от всякога киното, може да се разглежда не само като «друго» или «особено» битие на човека, различно от прагматичната действителност, като специфична алтернативна реалност, която предлага не само възможност за емоционални преживявания, обективирани чрез акт на съучастие в действията и преживяванията на «другия», но предполага и рефлексия (или авторефлексия) по отношение на един по-скоро вече «вътрешен» опит, пряко определен от процесите на осмисляне на етически, естетически, културни и други корпуси от представи, идеи, вярвания, възгледи, модели на поведение и отношение, предадени чрез всеки един филм. Тези процеси имат своята вътрешна логика, която се вписва в логиката на парадигмите на комуникация в полето на киното, които опосредстват абстрахирането на формите на субективния опит до степен на символно представяне чрез възможностите на филмовото изкуство, както и възприемането на мислите и чувствата на другите и като свои собствени. Така филмите могат и подпомагат опитите ни да разбираме човека и човешкия свят; природата на чувството и

---

<sup>55</sup> Дики, Дж., Дефинирайки изкуството, сп. Философски преглед, бр.3-4, 1992, с. 89-93

механизмите на чувстването, на емоционалното *битие-в-себе-си*; да мислим неразрешимите антиномии, наследени от историята и традицията; да изследваме света в търсене на познание и истина; да изграждаме визии и прогнози за бъдещето.

### ***СПРАВКА ЗА ПРИНОСИТЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД***

Дисертационният труд има приносен характер с аналитичния си и задълбочен подход към актуалната проблематика за легитимацията на киното като изкуство в контекста на съвременните комуникации и на процесите на глобализация, отразени в културните, социалните и т.н. взаимодействия не само в полето на изкуството, но и в публичното или медийното пространство.

Въвежда се научно обоснован подход и метод при изследването на сложните процеси, съпътстващи създаването, възприемането, преживяването и разбирането на филмите, на всеки отделен филм.

Научното изследване предлага теоретична обосновка на процесите и промените, които настъпват в рамките на отношението «автор-филм-зрител».

Сравнителен анализ и анализ на приложението на 11 базови комуникационни модела, както и техните основни компоненти, действия и функции в контекста на филмовото изкуство.

Поставя акцент върху връзката между междуличностната и масовата комуникация, между социалната и културната комуникация в контекста на киното.

Изведена е оригинална теоретична система на парадигмите на комуникация в киното. Подобна разработка се прави за първи път и има приносен и приложен характер.

Настоящият научен труд е систематизиран прецизно и отговаря на изискванията за структуриране на докторска дисертация.

### ***ПУБЛИКАЦИИ ВЪВ ВРЪЗКА С НАУЧНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ***

**Парадигми на комуникацията в киното**, сборник от Международната научна конференция *Културните права в европейска перспектива*, Секция *Киното и електронните медии в полето на съвременните комуникации*, Благоевград, 2005

**Киното и електронните медии в полето на съвременните комуникации** (заключителен доклад за работата на секцията), представен на Международната научна конференция *Културните права в европейска перспектива*, Благоевград, 2005

**Авторът в киното – постмодерни дилеми**, Годишник на СУБ, Благоевград, 2010, *(статията е предложена на редакционна колегия за включване в Годишник на СУБ, клон Благоевград, под печат)*

**Зрителят и неговите роли в киното**, Годишник на СУБ, Благоевград, 2010, *(статията е предложена на редакционна колегия за включване в Годишник на СУБ, клон Благоевград, под печат)*

**Филмът – едно пространство на възможната идентичност в епохата на глобалната комуникация**, Годишник на СУБ, Благоевград, 2010, *(статията е предложена на редакционна колегия за включване в Годишник на СУБ, клон Благоевград, под печат)*

**Проекции на мита в киното**, доклад на научна конференция на тема *Измерения на фантастичното в съвременността*, Благоевград, 14-15 май 2011, *(предстои издаване на сборник с докладите от конференцията)*

### ***БИБЛИОГРАФИЯ на дисертационния труд***

#### ***Използвана литература, позовавания и препратки:***

1. Айзенщайн, С., Неравнодушната природа, т. III, Изд.Наука и изкуство, С, 1977
2. Алън У., Аз пиша чрез филми, ИК Колибри, С, 2004
3. Андрейков, Т., История на киното, т. I и II, ИК Колибри, С, 2004

4. Барт, Р., Camera Lucida. Записки за Фотографията, ИК Агата-А, С, 2001
5. Бенямин, В., Художествена мисъл и културно самосъзнание, Изд. Наука и изкуство, С, 1989
6. Бергман, И., Латерна магия, Изд. Наука и изкуство, С, 1987
7. Бодрийяр, Ж., Илюзията за края или стачката на събитията, Изд. Критика и хуманизъм, С, 1995
8. Братанов, Пл., Комуникация и управление, медиите като институция, ИК Симолини-94, С, 2007
9. Димитров, В., Проблеми на операторското творчество, С, 2002
10. Динев, В., Модели на човешкото поведение, Университетско издателство "Св. Климент Охридски", С, 2002
11. Елиаде, М., Митът за вечното завръщане, ИК Христо Ботев, София, 1994
12. Енциклопедия Българско кино, съставител: Янакиев, Ал., Изд. Титра, С, 2000
13. Енциклопедия Кино, състав. Obadia, Ph., Valouet, J.-C., Larousse, 2006
14. Енциклопедия Психология, ред. Реймънд Дж. Корсини, Изд. Наука и изкуство, С, 1998
15. Зануси, К., Време да се мре, ИК Колибри, С, 2004
16. Карайорданов, Г., Кино и ТВ операторско майсторство, НБУ, 1999
17. Кафтанджиев, Хр., Визуалната комуникация, Издателство Отворено общество, С, 1996
18. Кончаловски, А., Долни истини, ИК Колибри, С, 2003
19. Кончаловски, А., Възвисяващ лъжа, ИК Колибри, С, 2003
20. Краснодембски, З., Постмодерните дилеми на културата, ИК Стигмати, С, 2004
21. Лазаров, Н., Изкуство и техника на визуалните ефекти, С, 2000
22. Маклуън, М. и Е., Закони на медиите, Университетско издателство "Св. Климент Охридски", С, 1995
23. Мамет, Д., Бамби срещу Годзила за природата, целите и практиките на филмовия бизнес, ИК Рива, С, 2008
24. Маркузе, Х., Ерос и цивилизация, Изд. Наука и изкуство, С, 1995
25. Марсел, М., Езикът на киното, Изд. Наука и изкуство, С, 1962
26. Милев, Н., Драматичният екран, Изд. Народна култура, С, 1995
27. Михайлов, Вл., Открита ли е телевизията? Кратка история и теория на телевизионната комуникация, Roi communications, С, 2003
28. Монтъгю, А., Светът на киното, Изд. Наука и изкуство, С, 1970

29. Проп, Вл., Морфология на приказката, ИК Захарий Стоянов, С, 2001
30. Пудовкин, В., Теория и критика, Изд.Наука и изкуство, С, 1973
31. Садул.Ж., История на киноизкуството, Изд.Наука и изкуство, С,1959
32. Семерджиев, Ст., Кратка история на световната киносценаристика, Интерпрес, С, 1994
33. Скорсезе, М., Моите удоволствия на киноман, ИК Колибри, С, 2003
34. Спилбърг, С., Киното е моят порок, ИК Колибри, С, 2003
35. Стефанов, Ив., Природата на културата, ИК Аскони, С, 1998
36. Стефанов, Ив., Филми и критика, Изд.Наука и изкуство, С, 1973
37. Стоева, Е., Английско-български речник на фото, кино и видео термини и дефиниции, Action, С, 2001
38. Съветска филмова теория от 20 години, Антология, съставител: Александър Грозев, Изд.Наука и изкуство, С, 1974
39. Тарантино, К., Аз харесвам насилието в киното, ИК Колибри, С, 2004
40. Тофлър, Ал., Третата вълна, Изд.Наука и изкуство,С, 1994
41. Тофлър, А., Прогнози и предпоставки, Издание на Факултет по журналистика и масови комуникации, С, 1984
42. Уайт, Л., Науката за културата, Изд.Наука и изкуство,С, 1988
43. Улман, Л., Промяна, ИК Колибри, С, 2004
44. Финтова, Св., Монтажът на аудиовизуалното произведение, НБУ, С, 2004
45. Форман, М., Новак, Я. ,Повратна точка, ИК Анубис, С, 1995
46. Ханиш, М., За пеенето в дъжда, филмовият мюзикъл вчера и днес, Изд. Музика, С, 1985
47. Якобсон, Р., Езикът на поезията, Изд. Захарий Стоянов, С, 2000
48. Allen, R., Smith, M., Film theory and philosophy, Oxford university press, 2002
49. Bordwell, D., Making Meaning: Inference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema, Cambridge: Harvard University Press, 1989
50. Dick, B., Anatomy of Film, New York, Sixth edition, 2010
51. Douglas, I., Film and Meaning, An integrative theory, Edited by Horst Ruthrof, 1996
52. Findlay, J. M., Active Vision, The Psychology of Looking and Seeing, 2007
53. Gross, Charles G., Brain, Vision, Memory, Massachusetts institute of Technology, 1998
54. Hauser, A., The Social History of Art, Naturalism, Impressionism, The Film Age, Volume 4, Routledge, 1999

55. Krakauer, S., Theory of film, The redemption of physical reality, Princeton edition, 1997
56. Lowery, S. and DeFleur, M. (eds), Milestones in Mass Communication Research: Media Effects. 3rd ed. New York: Longman, 1995
57. Tomasello, M., Carpenter, M., Shared intentionality, Max Planck Institute for Evolutionary Anthropology, Blackwell Publishing Ltd, 2007
58. Бенямин, В., Художественото произведение в епохата на неговата техническа възпроизводимост, Из *История на филмовата мисъл*, т. I, съставител: проф. д-р Ивайло Знеполски, Изд. Наука и изкуство, С, 1986; с.461 – 495
59. Братоева, И., Новото кино и проблемът за принадлежността, *Киното в процеса на глобализация*, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2003; с.70-76
60. Димитрова, М., Скептично за киното и виртуалната реалност, *Виртуална реалност*, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2001; с.24-27
61. Лимончева, Е., Постмодерният отговор, *Киното в процеса на глобализация*, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2003; с.62-69
62. Николов, А., От глобално действие към глобално състояние, *Киното в процеса на глобализация*, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2003; с.56-61
63. Хаузер, А., Концепции за смъртта на изкуството, *Социологически модели на изкуството*, Антология, т. I, съставители: проф. Ив. Стефанов, А. Янева, Изд. Аскони издат, С, 2001; с. 235-238

### ***Цитирана литература:***

64. Айзенщайн, С., Автобиографични бележки, т. I, Изд. Наука и изкуство, С, 1976
65. Айзенщайн, С., Отвъд звездите, т. II, Изд. Наука и изкуство, С, 1977
66. Алмодовар П., Киното на желанията, ИК Колибри, С, 2003
67. Аристарко, Г., История на кинотеорията, Изд. Наука и изкуство, С, 1965
68. Аристотел, За поетическото изкуство, Изд. Наука и изкуство, С, 1975

69. Арнхайм, Р., Киното като изкуство, Студии и статии, Изд.Наука и изкуство, С, 1989
70. Балаж Б., Избрано, Изд.Наука и изкуство, 1988
71. Барт,Р., Въображението на знака, Изд.Народна култура, С, 1991
72. Барт,Р., Нулева степен на почерка. Митологии, ИК Колибри, С, 2004
73. Бауман, З., Постмодерната етика, ИК Лик, С, 2001
74. Бергман, И., Лице срещу лице, Изд.Наука и изкуство, С, 1984
75. Бергман, И., Образи, ИК Хемус груп, С, 2004
76. Бергсон, А.,Интуиция и интелект, ИК Лик, С, 1997
77. Братанов, Пл., Моделиране в социалната комуникация, Университетско издателство “Неофит Рилски”, Бл-д, 2006
78. Бунюел, Л., Моят последен дъх, Изд.Народна култура, С, 1985
79. Бурдийо, П., Практическият разум, За една наука за творбите, Изд.Наука и изкуство, С, 1997
80. Ватимо, Дж., Краят на модерността, Изд. Критика и хуманизъм, С, 2004
81. Вендерс, В., Логиката на образите, ИК Колибри, С, 2007
82. Вендерс, В., Усещане за място, ИК Колибри, С, 2007
83. Джеймисън, Фр., Единствена модерност, Изд. Критика и хуманизъм, С, 2005
84. Дилтай, В., Философия на светогледите, ИК Лик, С, 1998
85. Димитрова, М., Авторското кино, Издание на Институт по изкуствознание, С, 1995
86. Димитрова, М., Метаморфози в общуването: автор – екран - зрител, НФК, С, 2006
87. Еко, У., Рорти, Р. и др., Интерпретация и свръхинтерпретация, Изд.Наука и изкуство, С, 1997
88. Касирер, Е., Философия на символичните форми, ИК Eurasia Academic Publishers, 1998
89. Кариер, Ж-К., Невидимият филм, ИК Колибри, С, 2003
90. Кандински, Точка и линия в равнината, ИК Лик, С, 1995
91. Колет, Ж., Екзистенциализмът, ИК Одри, С, 2005
92. Кракауер, З., От Калигари към Хитлер, Изд.Наука и изкуство, С, 1991
93. Кун, Т., Структурата на научните революции, Изд. Петър Берон, С, 1996
94. Куросава, А., Нещо като автобиография или потта на жабата, Изд.Наука и изкуство, С, 1989
95. Ласуел, Х., Шрам, У., де Фльор, М., Робъртс, Д., Маккуейл, Д., Комуникацията, Университетско издателство “Св.Климент Охридски”, С,1992
96. Лаш, С., Критика на информацията, ИК Кота, С, 2004

97. Лиотар, Ж-Ф., Постмодерната ситуация, Изд.Наука и изкуство, С, 1996
98. Лотман, Ю., Култура и цивилизация, Изд.Наука и изкуство, С, 1992
99. Льо Бон, Г., Психология на тълпите, ИК Витяз, 2004
100. Манов, Б., Еволюция на екранното изображение, ИК Аскони, С, 2004
101. Мерло – Понти, М., Видимото и невидимото, Изд. Критика и хуманизъм, С, 2000
102. Милев, Н., Теория за елементите на киното, Университетско издателство “Св.Климент Охридски”, С, 1998
103. Найденова, В., Съвременният киносвят, Дружество „Гражданин”, С, 2006
104. Омон, Ж., Мари, М., Теоретически и критически речник на киното, ИК Колибри, С, 2009
105. Паси, И., Мотиви на човешкото поведение, Фондация КОМ, С, 2006
106. Рифкин, Дж., Епоха на достъпа, ИК Атика, С, 2001
107. Рьодигер,Х., Капалди,Е., Парис,С., Поливи,Дж., Психология на познанието, ИК Лик, С, 1999
108. Стефанов, Ив., Киното – естетически проблеми, Изд.Наука и изкуство, С, 1968
109. Стефанов, Ив., Изкуство и комуникация в киното, Изд.Наука и изкуство, С, 1976
110. Тодоров, Цв., Въведение във фантастичната литература, ИК Семарш, С, 2009
111. Фелини, Ф., Да направиш филм, Изд.Наука и изкуство, С, 1986
112. Фасбиндер, Р.В., Анархия на фантазията, ИК Колибри, С, 2003
113. Фуко, М., Генеалогия на модерността, Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, С, 1992
114. Федърстоун, М., Лаш, С., Робертсън,Р., Глобални модерности, Изд. Критика и хуманизъм, С, 2004
115. Хичкок и Трюфо, ИК Колибри, С., 2005
116. Хьойзинха, Й., Ното Ludens, Изд. Зхарий Стоянов, С, 2000
117. Чаплин, Ч., Моята автобиография, Изд.Наука и изкуство, С, 1968
118. Юнг К.Г., За основите на аналитичната психология. Тавистокски лекции 1935, Изд.ЕА, 1995
119. Лотман, Ю., Семиотика кино и проблемЪ киноизкуства, Талин, 1973
120. Habermas, J., The theory of communicative action, Boston: Beacon Press, 1984

121. Henry George Liddell, Robert Scott, A Greek-English Lexicon, Perseus Digital Library; <http://www.perseus.tufts.edu/hopper/>
122. Merleau, Phenomenology of perception, Taylor and Francis, e-library, 2005
123. Wade, N. J., Perception and illusion. Historical perspectives, Library of the history of psychological theories, 2006
124. Адорно, Т., Филмови транспаранти, Из *История на филмовата мисъл*; Антология, съставител: проф.д-р Ивайло Знеполски, Изд.Наука и изкуство, т. I, С, 1986; с. 496 - 507
125. Базен, А., Из “Що е кино”, Из *История на филмовата мисъл*; част II, съставител: проф.д-р Ивайло Знеполски, Изд.Наука и изкуство; с.82-114
126. Барт, Р., Елементи на семиологията, Сб.Семиотика - *Между думите и нещата*, съставител: Иван Младенов, Изд.Наука и изкуство, С, 1991; с.43-94
127. Братоева, И., Дигиталната истина, *Дигиталният екран*, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2004; с. 34-40
128. Димитрова, М., Модерни филмови структури в постмодерната епоха, „*Старо*” кино – нови медии – „нови” зрители, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2005; с. 84-90
129. Димитрова, М., За глобализацията на кинопубликите и банализацията на постмодерния артефакт, *Киното в процеса на глобализация*, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2003; с.47-55
130. Дичев, Ив., Възпитаване на разсеяния поглед, „*Старо*” кино – нови медии – „нови” зрители, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2005; с. 20-25
131. Еко, У., Въведение в семиотиката, Сб.Семиотика - *Между думите и нещата*, съставител: Иван Младенов, Изд.Наука и изкуство, С, 1991; с. 94-115
132. Еко, У., Тория на семиотиката, Графични конвенции, Сб.Семиотика - *Между думите и нещата*, съставител: Иван Младенов, Изд.Наука и изкуство, С, 1991; с. 115-162
133. Зимел, Г., Изкуство за изкуството, *Социологически модели на изкуството*, Антология, т. I и II; съставители: проф. Ив. Стефанов, А. Янева, ИК Аскони издат, С, 2001; с.47-51
134. Игнатовски, В., Теза и антитеза за киното в дигиталната епоха, *Дигиталния екран*, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2004; с. 7-12

135. Лангер, С., Културното значение на изкуството, *Идеи в културологията*, Антология, т. II, съставители: Иван Съефанов, Димитър Гинев, Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, С, 1993; с.160-173
136. Лозанов, Г., Средство утопия: трансформации на комуникативните парадигми, „*Старо*” кино – нови медии – „нови” зрители, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2005; с.26-30
137. Маклуън, М., Да познаем медиите, Из *История на филмовата мисъл*, Антология, т. I, съставител: проф.д-р Ивайло Знеполски, Изд.Наука и изкуство, С, 1986; с.533-549
138. Манов, Б., Дигиталният хронотоп – теоретични идеи, *Дигиталния екран*, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2004; с. 20-33
139. Манхайм, К., Душа и култура, *Идеи в културологията*, Антология, т. I, съставители: Иван Съефанов, Димитър Гинев, Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, С, 1993; с. 500-516
140. Мец, К., Реч и кино, Из *Историята на филмовата мисъл*, антология, т. II, съставител: проф.д-р Ивайло Знеполски, Изд.Наука и изкуство, С, 1988; с.501- 610
141. Митри, Ж., Естетика и психология на киното, Из *История на филмовата мисъл*, т. II, Изд.Наука и изкуство, С, 1988; с. 247-323
142. Морен, Е., Киното или въображаемият човек, Из *История на филмовата мисъл*; т. I, съставител: проф.д-р Ивайло Знеполски, Изд.Наука и изкуство, С,1986; с. 419-449
143. Найденова, В., Екранът като кълбо, *Киното в процеса на глобализация*, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2003; с. 7-14
144. Николов, А., Стара любов ръжда не хваща, „*Старо*” кино – нови медии – „нови” зрители, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2005; с.100-105
145. Стефанов, И., Валтер Бенямин: Техническата ситуация на изкуството, *Социологически модели на изкуството*, Антология, т. II, съставители: проф. Ив.Стефанов, А.Янева, Изд. Аскони издат, С, 2001; с.111-125
146. Стефанов, И., Телевизионните сериали в оптиката на всекидневието, „*Старо*” кино – нови медии – „нови” зрители, Сборник текстове от научна конференция, НАТФИЗ, Катедра Кинознание, Изд. Валентин Траянов, С, 2005; с.45-54

147. Хенион, А., Социологията на изкуството е социология на медиатора, *Социологически модели на изкуството*, Антология, т. I, съставители: проф. Ив. Стефанов, А. Янева, Изд. Аскони издат, С, 2001; с. 185-202
148. Шлуктер, В., Общество и култура (Разсъждения върху една теория на институционалното диференциране), *Идеи в културологията*, т. II, съставители: Иван Съефанов, Димитър Гинев, Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, С, 1993; с.592 - 627
149. Якобсон Р., Лингвистика и поезика; Структурализъм: «за» и «против», Прогресс, М, 1975; с.193-230
150. Якобсон, Р., Упадък на киното? Разговор за киното с Адриано Апра и Луиджи Фачини, Из *История на филмовата мисъл*, Антология, т. II, съставител: проф. д-р Ивайло Знеполски, Изд. Наука и изкуство, С, 1988; с.323-347
151. Бодрийяр, Ж., Злият демон на образите, сп. Кино, 5, С, 1994, с. 29-35
152. Данто, А., Политиката на въображението, сп. Философски алтернативи, 3-4, С, 1992, с. 145-158
153. Дики, Дж., Дефинирайки изкуството, сп. Философски преглед, бр.3-4, 1992, с. 89-93
154. Кроутър, П., Отвъд изкуството и философията, сп. Философски преглед, бр.3-4, 1992, с.120-145
155. Хаузер, А., Класи и култура, сп. Философски преглед, бр.3-4, 1992, с.39-45