

АЗ-НАРАТИВЪТ КАТО МОДЕЛ НА УБЕЖДАВАЩА КОМУНИКАЦИЯ ВЪВ ФИЛМИТЕ, ПОЛУЧИЛИ „ОСКАР“ ЗА „НАЙ-ДОБЪР ФИЛМ“ (2013-2016 ГОДИНА)

Елена Илиева

Софийски университет „Св. Климент
Охридски“

РЕЗЮМЕ — Целта на статията е да се разкрие мястото и ролята на Аз-наратива като средство за убеждаваща комуникация в условията на квазиличностно комуникиране – пряко, квазидвустранно и квазидialogично, както специалистите определят филма като възможност за влияние върху зрителите. Разглеждаме филмите, които са с номинация или получили наградата „Оскар“ за най-добър филм, защото те позволяват да се проследи това отчетливо и имат най-голяма мащабност на влияние поради „затворения кръг“ на избрани филми от Филмовата академия поради отлични качества от една страна и от друга - отлични качества на филмите, защото са избрани от Филмовата академия на САЩ.

Методите които са използвани са подбрани така, че да бъдат адекватни на изследваните обекти. Поради това, че филмите са художествени произведения с комплексен характер, са използвани методи, присъщи на кинознанието и изкуствознанието като в най-голяма степен са използвани специализираните методи за описание и анализ, а за допълнително разкриване именно на Аз-наративът са използвани методи, характерни за наратологията.

Получените резултати се съгласуват с проведените в различно време изследвания за мястото и ролята на Аз-наратива и в другите форми на литературата, както и на сценичните и екранни изкуства. Доказва се важната роля за убеждаващата комуникация на Аз-наратива в диалога или полилога като основна наративна цялост, която може да постигне убеждаващ ефект.

След анализа са направени изводи, че филмите, номинирани за „Оскар“ в категорията за „Най-добър филм“ през периода 2013-2016 година са произведения, в които са подбрани не само първокласни актьори, които да се превъплътят в сценарните герои, но и режисьорските екипи са обърнали сериозно внимание както на същностно-литературната страна на формата на Аз-наратива, така и на средствата за нейното претворяване в игралния филм.

Ключови думи: аз-наратив, киноизкуство, модели на влияние, наратология, убеждаваща комуникация

I-NARRATIVE AS A PERSUASSIVE COMMUNICATION PATTERN IN THE FILMS THAT HAVE RECEIVED "OSCAR" FOR "BEST PICTURE" (2013-2016 YEAR)

Elena Ilieva

Sofia University "St. Kliment Ohridski"

ABSTRACT — *The aim of the article is to reveal the place and the role of I-narrative as a tool of persuasive communication in a pseudopersonal communication - direct, pseudo double-sided and pseudodialogic as experts define the film as an opportunity to influence viewers. We have selected the films that are nominated or received the award "Oscar" for best picture because they allow us to follow this direction clearly as well as they have a great scale of influence because of the "closed circle" of - selected films from the Film Academy due to excellent performance on one hand and on the other - excellent movies, because they are chosen by the film Academy of the United States.*

The methods used are selected so as to be adequate to the studied objects. Because the films are works of art of a complex nature, the methods used are inherent in film critical studies and art history as the most broadly used are the specialized methods of description and analysis, and additional disclosure namely the I-narrative used methods typical for narratology.

The results are coordinated with studies carried out in different time research on the place and role of I-narrative and other forms of literature, and the performing and screen arts. Its crucial role is being proven in persuasive communication in dialogue or polylogue as the main narrative integrity that can achieve persuasive effect.

After analyzing conclusions are drawn that the films nominated for "Oscar" in the category for "Best Picture" in the period 2013-2016 year are works which not only have gathered first-class actors who can inoculate with the script's characters, but also the directing teams have turned their attention both to literary essential forms of I-narrative and the means of its transformation into a feature film.

Keywords: Cinema, Narratology, Patterns of influence, Persuasive communication, I-narrative

Според Ч. Христов¹ (Христов, 2008) срещата на зрителя с филма от гледна точка на масовата комуникация може да се определи като квазиличносно комуникиране – пряка, квазидвустранны, квазидialogично. Това определя и трудността пред изследователите на филмовите произведения като обект на анализ от страна на специалистите по масова комуникация. От друга страна ние го приемаме като отправна точка при изследванията. Тази трудност определи както необходимостта да се обърнем към изследователските методи, които предлага наратологията, така и да очертаем кръга

¹ Христов, Ч. Убеждаване и влияние. С.: Сиела, 2008. – С. 71. Вж също така и фиг. 14 в цитираното произведение.

на емпиричния материал, свързан с изследването по темата за Аз-наротивът² във филмовото изкуство. Основните параметри на нашия емпиричен материал е представен в таблица 1.

Табл. 1. Основни данни за филмите, получили „Оскар“ в категорията за „Най-добър филм на годината“

| № | Оригинално заглавие | Рейтинг K/ IMDb | Жанр | Година | Страна | Режисьор | Хронометраж Час:Мин | Световна премиера |
|----|---|-----------------------|--|--------|--------------------------|------------------------------|------------------------|-------------------|
| 1 | 11 Years a Slave | 7,7/8,1 | драма биография история | 2013 | ВБ САЩ | Стив Маккуин | 2:30 | 30.8.2013 |
| 2 | American Hustle | 6,9/7,3 | драма комедия | 2013 | САЩ | Дейвид О.Ръсел | 2:18 | 12.12.2013 |
| 3 | American Sniper | 6,9/7,3 | трилър военен драма история биогр. | 2014 | САЩ | Клин Истууд | 2:12 | 11.11.2014 |
| 4 | Amour | 7,5/7,9 | драма мелод. | 2012 | Австр. Франц. | Михаел Ханеке | 2:07 | 28.11.2012 |
| 5 | Argo | 7,5/7,7 | трилър драма биогр. история | 2012 | САЩ | Бен Афлек | 2:00 | 31.8.2012 |
| 6 | Beasts of the South Wild | 6,7/7,3 | драма фентъзи | 2012 | САЩ | Бен Зайтлин | 1:31 | 20.1.2012 |
| 7 | Birdman or (The Unexpected Virtue of Ignorance) | 7,6/7,8 | драма комедия | 2014 | САЩ | Александро Гонсалес Иньяриту | 1:59 | 27.8.2014 |
| 8 | Boyhood | 7,4/8 | драма | 2014 | САЩ | Ричард Линклейтър | 2:46 | |
| 9 | Bridge of Spies | 7,5/7,6 | трилър драма история | 2015 | САЩ Герм. Инд. | Стивън Спилбърг | 2:22 | 4.10.2015 |
| 10 | Brooklyn | 7,1/7,5 | драма мелодр. | 2015 | ВБ Канада Ирландия | Джон Краули | 1:51 | 26.1.2015 |
| 11 | Capitan Phillips | 7,6/7,9 | трилер драма криминал | 2013 | САЩ | Пол Гринграс | 2:14 | 27.9.2013 |
| 12 | Dallas Buyers Club | 7,8/8,8 | драма мелодр криминал | 2013 | САЩ | Жан-Марк Вале | 1:58 | 7.9.2013 |

² Аз-наротивът и Аз-дискурсът се различават по това, че Аз-дискурсът специално в даден филм или филмова серия, се изгражда от отделните Аз-наротиви на различните филмови персонажи.

| | | | | | | | | |
|----|---------------------------------|---------|--|------|-----------------------------------|---------------------------------------|------|------------|
| 13 | Django Unchained | 8,2/8,5 | драма уестърн приключ комедия | 2012 | САЩ | Куентин Гарантино | 2:45 | 11.12.2012 |
| 14 | Gravity | 7,5/7,8 | фантаст. трилър драма приключ | 2013 | ВБ САЩ | Алфонсо Куарон | 1:30 | 28.8.2013 |
| 15 | Her | 7,6/8 | мелодр драма фантаст | 2013 | САЩ | Спайк Джонс | 2:06 | 12.10.2013 |
| 16 | Les Misérables | 7,9/7,6 | мюзикъл драма мелодр. | 2012 | ВБ САЩ | Том Хупер | 2:28 | 5.12.2012 |
| 17 | Life of Pi | 7,8/8 | фентъзи драма приключ | 2012 | ВБ САЩ Тайван | Енг Ли | 2:07 | 28.9.2012 |
| 18 | Lincoln | 6,9/7,4 | драма военен биогр. история | 2012 | САЩ Индия | Стивън Спилбърг | 2:30 | 8.10.2012 |
| 19 | Mad Max: Fury Road | 7,8/8,1 | фантаст приключ | 2015 | САЩ Австра лия | Джордж Милър | 2:00 | 7.5.2015 |
| 20 | Nebraska | 7,5/7,8 | драма комедия приключ | 2013 | САЩ | Александъ р Пейн | 1:55 | 23.5.2013 |
| 21 | Philomena | 7,5/7,6 | драма комедия | 2013 | ВБ САЩ Франц. | Стивън Фрира | 1:38 | 31.8.2013 |
| 22 | Room | 7,7/8,3 | драма | 2015 | САЩ Канада Ирл. | Леонард Абрахамс он | 1:58 | |
| 23 | Selma | 6,8/7,5 | драма биогр. история | 2014 | ВБ САЩ | Ава Дюверней | 2:08 | |
| 24 | Silver Linings Playbook | 7,2/7,8 | драма мелодр. комедия | 2012 | САЩ | Дейвид О. Ръсел | 2:00 | 8.9.2012 |
| 25 | Spotlight | 7,5/8,1 | драма криминал биогр. история | 2015 | САЩ Канада | Том Маккарти | 2:08 | 3.9.2015 |
| 26 | The Grand Budapest Hotel | 7,9/8,1 | комедия детектив приключ криминал | 2014 | ВБ САЩ Герм. | Уес Андерсон | 1:40 | 6.2.2014 |
| 27 | The Imitation Game | 7,6/8,1 | трилър драма военен биогр. | 2014 | ВБ САЩ | Мортен Тилдум | 1:54 | 29.8.2014 |
| 28 | The Martian | 7,7/8,1 | фантаст. приключ. | 2015 | ВБ САЩ | Ридли Скот | 2:24 | 11.9.2015 |
| 29 | The Revenant | 7,8/8,1 | трилър драма приключ. уестърн | 2015 | САЩ Канада Хонког Тайван | Александр о Гонсалес Иняриту | 2:36 | 16.12.2015 |
| 30 | The Theory of | 7,9/7,7 | драма | 2014 | ВБ | Джеймс | 2:03 | 7.9.2014 |

| | | | | | | | | |
|----|-------------------------|---------|--|------|-----|--------------------|------|------------|
| | Everything | | мелодр. биогр. | | | Марш | | |
| 31 | The Wolf of Wall Street | 7,8/8,2 | драма комедия криминал биогр. | 2013 | САЩ | Мартин Скорсезе | 3:00 | 17.12.2013 |
| 32 | Whiplash | 8,3/8,5 | драма музика | 2013 | САЩ | Деймиън Шазл | 1:46 | 16.1.2014 |
| 33 | Zero Dark Thirty | 6,7/7,4 | трилър драма история военен | 2012 | САЩ | Катрин Бигълоу | 2:37 | 19.12.2012 |

В убеждаващата комуникация, особено когато се ползват моделите на убеждаващо въздействие (МУВ), свързани с резултатите на екранните изкуства, за разлика от сценичните, имаме работа с готов продукт – континуално цяло, което не променя своите същностни параметри и послания в процеса на разпространение и общуване с него за разлика от сценичните изкуства. Продуктовите процеси, и в частност тези, които се създават в сферата на убеждаващата комуникация, благодарение на това, че създават конкретни и „застинали“ (в смисъл - неизменяеми) пространствено-временни резултати, фиксирани върху определен материален носител, облекчават резултатите на своето научно изучаване и анализ, тъй като в своята завършеност представляват исторически източници. Всеки вид конкретна човешка дейност се предпоставя и извършва с помощта на комуникация, а за самата комуникация това е и резултат. В най-общият случай това може да се формулира като съдържание на термина, според Франк Е. Х. Дънс (Dance, 1970) – „комуникацията (общуването) е конкретно и цялостно духовно и практическо взаимодействие на уникални субекти, конструирано под формата на взаимопроникването на две различни, безкрайни по съдържание форми на битието“³. В полето на убеждаващата комуникация процесите, свързани с общуването и предаването на посланието, особено когато те имат важно значение за основните страти, които са структуроопределящи за целия социум, много важни са определени, имащи постоянно място и време на проява форми каквото например е гледането на кино, разглеждано като един от феномените на съществуването на модерния и постмодерния човек. Основното тук е, че възприемането на филма, подобно на театъра, е акт на групова социализация на посланията и носи в това отношение атавистичните белези на домодерната епоха. Това от своя страна е свързано с предварително определяне на условията, в които то се извършва масово. По този начин обвързването на техническите, политическите, социалните и естетически постижения на киното като изкуство с моделите на убеждаващата комуникация, може да се изучи като човешка дейност, ориентирана преди всичко към действия, съвместно изпълнявани както от отделни личности, така и колективи, насочени към проявата на творческата активност на всеки от своите членове (тук могат да бъдат посочени както събитията, свързани с „раждането“ на определен филм, така и художественото творчество – лично и колективно, религиозните ритуали, демонстрациите по времето на масови празници, свързани с честването на определени дати или форми, свързани по някакъв начин на общуване на отделен индивид с група – например научно или

³ За повече подробности вж: Dance, F. E. X. The „Concept“ of Communication // Journal of Communication. Vol. 20. 1970. № 2. P. 201-248). В това изследване в теоретичен аспект се опираме на концепцията за интересубективността, положена в основата на екзистенциалната и диалогична философия, а също и феноменологията. По този въпрос, освен Дънс може да посочим и монографията на Докучаев (Докучаев И. И. Введение в история общения. СПб., 2001).

педагогическо общуване). Тук трябва да споменем и за многобройните „инструментално-моделни“ начини, които опосредстват осъществяването на контакта и обмяната на послания, когато те играят също така определена цивилизационна и модернизираща роля. Подобна роля, важна и от гледна точка на Убеждаващата комуникация (УК), се подчертава и от теоретиците на водещите школи в историята на културата и културологията – например Люис Мамфорд⁴ (Mumford, 1967), а също така и от теоретиците на социологията на знанието, както и постиндустриалното общество и постмодерната култура – например Даниел Бел⁵ (Bell, 1965) и Жан-Франсоа Лиотар⁶ (Lyotard, 1979). Докучаев⁷ (Докучаев, 2003) прави полезната от методологическо естество бележка, че: „Почти всички най-известни концепции за комуникация – пише авторът – например диалогиката на В. Библер, диалогичната философия на М. Бубер, Ф. Ебнер, Ф. Розенцвайг и О. Розенцок-Хюси, феноменологията на интерсубективността на Е. Хусерл, а Шутц и Л. Ландтреб, структурната антропология на Карл Леви-Строс и екзистенциалната философия на Карл Ясперс разработват само теорията на общуване, а историята му се представя в най-добрия случай фрагментарно“⁸. Това е много важно за нас поради това, че само историята може да ни даде протоформите, благодарение на генезиса и развитието на които имаме днешните форми, видове и жанрове на изкуствата, свързани в механизмите на посланията на убеждаващата комуникация. Независимо от фрагментарността, за която споменава Докучаев, изучаването на протоформите, поставено на научна основа към 30-те години на XX век, е важно за разбиране както на еволюцията така и на съвременните постижения, особено на тези, които се отнасят за филмовото изкуство.

Трудността на въпроса идва от дихотомията „Външно – вътрешно“ на моделите на убеждаващо въздействие в художествените наративи, характерни както за сценичните, така и за екранните изкуства – от една страна сценарият е текст с всички негови преимущества и недостатъци и той, образно казано – е външният първичен тласък и ядро, около което се формира по-нататък произведението. Той разполага и оперира със словесно-писмените модели на убеждаващо въздействие. От друга страна е режисьорската работа и игра на актьорите, построена на основата на емоционално-ролевите и изобразителни модели на убеждаващо въздействие, по същество – вътрешно присъщи и структурно-жарново определящи сценичните и екранни изкуства – при това без изключение на крайната им продуктова проява и реализация. Тук отново подчертаваме, че именно историята и еволюцията на протоформите позволяват успешното разрешаване на подобни дихотомии при анализа на моделите на убеждаващо въздействие. Това е особено важно, ако те се разгледат през призмата на прилагане на различни видове модели на убеждаващо въздействие, формирани от средството за предаване – текст, звук, изображение (образ).

Следващата трудност, която се преодолява с конкретното прилагане на формалния и съпоставителен анализ на изследваните обекти е дихотомията „Монофункционалност – полифункционалност“ тъй като и двете страни могат да бъдат представени в едно и също произведение или с група, сходни по жанр произведения,

⁴ Вж: Mumford, L. The Myth of the Machine. New-York: Press 1967.

⁵ Вж: Bell, D. The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties. N.Y.: Free Press, 1965.; Bell, D. The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting. N.Y.: Basic Books, 1973.; Bell, D. The cultural contradictions of capitalism. N.Y.: Basic Books, 1976.

⁶ Вж: Lyotard, J.-F. La Condition postmoderne : rapport sur le savoir, Paris, Minuit, 1979.

⁷ Вж: Докучаев, И.И. История общения как предмет культурологии // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2003. №5, С. 190-195.

⁸ Самият Докучаев дава отправки към: Библер, В. С. Итоги и замыслы. Конспект философской логики культуры // Вопросы философии. 1993. № 5. С. 75-93; Бубер, М. Я и Ты. М., 1993; Леви-Стросс, К. Структурная антропология. М., 1985; Розенцок-Хюси, О. Язык рода человеческого. М.; СПб., 2000.

които обслужват както определена свръх идея, свързана не толкова със самото произведение, колкото с контекста и от друга страна с многото идеи и функции, с които е натоварено отделното филмово произведение и които са конкретна основа на сюжетното му развитие и позволяват при използването на едни и същи модели на убеждаващо влияние все пак да можем да оразличаваме едно произведение от друго, дори ако те имат еднакво заглавие. Структурното подреждане и използване на МУВ във филмовия наратив изисква не само отграничаване на контекстуализацията му, но и специфично оформяне на аудио-визуалния ред, с който то се определя пред зрителя. Този аудио-визуален ред, по същество е двуканален, и това му дава възможността да бъде уникален на символно и практико-символно ниво, което силно повишава ефекта на комуникативния му потенциал. Обединяването в едно художествено цяло на възможностите на звука, изображението (тук включваме и/или графемите като частен случай) и тяхното взаимодействие във времето, са своеобразна проява на синкретизъм, която при това притежава качествена оразличимост на интраиндивидуалната и представителна масова комуникация на адресата с квазисубекта (в случая това е филмът). Асиметрията на статусите на участващите в комуникацията може да се забележи на различни нива – както в межкултурния диалог (американските филми се базират на собствената си специфика, различна от европейската) така и на срещата между квазисубекта и множествения индивидуален зрител, съставящ в общия случай хетерогенна аудитория. Между тях винаги остава дистанцията на избора и предпочитанията, дадени в личния вкус, получен в резултат на семейно и училищно възпитание. Много важно е и това, че с масовата поява на персоналните компютри през 80-те години на ХХ век и на Интернет през 90-те достъпът до филми, макар и относително, се увеличи. Краят на ХХ век наистина стана век на масовата комуникация, на разширяващия се диалог между културите. Масовата комуникация разшири контекстуалната база и каналите на общуване, като при това засили интерактивността на участващите в него, издигна на нова висота и преоформила ролята на символните информационни канали и кодове, особено на онези, които се използват в екранните изкуства.

Една от важните страни на убеждаващите модели във филмовите наративи е динамичната форма на арт дискурса, която произтича от същността на подвижния образ. В същото време разширяването на образа на този дискурс се свързва въобще с разширяването на арт обекта, независимо от неговата форма на конкретна проява. Гутенберговата цивилизация се основава на текста заради това множи текста, разпространява го и го прави основен комуникативен инструмент и фактор; аналогично на нея, екранната цивилизация се нуждае от образа (в това число и подвижния), множи образа, който заздравява нейния фундамент и поставя образа в основата на комуникацията. Текстът постепенно става „рудимент“ на изображението. Екранната цивилизация цени много повече хомолога отколкото аналога.

Обединяването до степен на сливане на двата дискурса – този на УК и този на киното, води до появата на модели, които както по генезис, така и по структура са уникални и неповторими, което в очите на зрителя на ХХІ век ги конструира като изкуство. Осъзнаването и прочитането на филмовото произведение през дискурсивните практики на УК води до откриване от една страна необичайна проява на ситуиране на известните МУВ, а от друга – на откриване на модели, вътрешно присъщи на тези на сливането като екранното случване. Кинодискурсът по дълбочината на своето въздействие почти не може да бъде сравняван с други. Като цяло за тази конвергенция на дискурсите може да си зададем въпроса как трябва да бъдат поставени акцентите, за да действат тези модели с максимален успех. В слетия дискурс присъстват не само оригиналността на разказа, уникалността на показата и контекстуалността на представата

и тайната се крие не само и не толкова в индиректността на посланието, но и в драматургичната интрига. Ако тайната на писменото послание се разгадава (или разшифрова), то с тайната във визуалното послание зрителят се занимава (и забавлява), проследява и съпреживява. Интригата на драматургията във филма приближава арт дискурса към зрителя и маскира МУВ като същевременно съхранява дистанцията между авторите (авторският колектив), но не и посланията в него, и зрителя. Такава недостъпност за пряка разшифровка се осигурява от визуалния наратив, кодиран с различни степени на сложност в работите на сценариста, режисьора, актьорите и всички останали групи специалисти, които участват в създаването на филма и непосредствено влияят върху качеството на снимачния процес като основа на аудио-видео реда.

Нека разгледаме обектите на нашето изследване (напомняме - „Оскарите“ за най-добър филм 2013-16г.) в техния процес на конструиране като арт обекти в смисъла на начините на организация на семиотичния ресурс с помощта на въвеждане на разнообразен контекст. Властта на арт дискурса върху МУВ приемаме за основна – социалното ангажиране на УК се изразява като интерес на разнообразни страти, но продуктът е предназначен за целия социум. Веригите на художествената реалност, като носител на посланията и мястото на действие на МУВ се фокусират в модуса на социалното действие (опосредствано от екранното действие), определящ начините на мислене, действия и постъпки на персонажите на филма и след трансфера му в киносалоните – на зрителите. Важен въпрос при изследването на функционирането на МУВ е идеята за социалното конструиране на съвременните филмови наративи, особено добре забелязващо се в „Оскарите“. При него интересът към феноменологията се проявява като „интерес от първо лице“, а екзистенциалният подход към героя от сценария към авторския режисьорски видеоред се оценностява чрез проектирането му върху всеки отделен зрител от публиката – погледът върху пътя на човека от киносалона (зрителната зала) като възможен вариант на пътя на филмовия персонаж (на фикционална основа случващото се с персонажа се случва със зрителя). Този именно съпреживян път е интересен не само като предполагаем опит, но и като трансфер и фиксация в хронотоп, където предопределеният и приложен конкретен МУВ няма алтернатива: парадигма на превръщането на актьорската „акция“ в зрителска „реакция“. Въздействието се усилва и от това, че художественото произведение (конкретният филм) става системообразуващ фактор – включва се в действие парадигмата на проактивното поведение; още няма реален поведенчески акт, но вече има художествена подбуда, която да насочи човешките сетива към него. Наративът, базиран не само на сценарните езикови структури, а също така и на аудио-видео реда, интригата на действието, метафоричността на образа и есенциалните практики на особена по рода си квалификация, като тази за възприемане на художествения филм, се опира на възможностите на Аз-наратива. Той не конструира личността наново – зрителят вече е оформена личност, а успява да пробие установените бариери, да тушира противоборстващите когнитивни спирачки, да преконструира усещанията във временен псевдоавтобиографичен наратив, така че зрителят да се почувства слят с филмовия персонаж и да възприеме неговия начин на виждане на света. Основна тук е ролята за съгласуваността на времето в образната ментална репрезентация, прехвърлена върху зрителя, с помощта на силата на драматургичното развитие на действието и влиянието на подходящо музикално оформление на драматургично наративната „арт“ тъкан на произведението. Най-често срещаното явление в изследваните филми е, че те дават предимство на Аз-дискурса като основа на

дискурса за човешката свобода и достойнство⁹ като отговор на културните и социални предизвикателства. Ако сценарият ги развива в полето на писмения Аз-дискурс, то видеодискурсът ги представя през индивидуалността на персонажите и техните лични истории при това не въобще, а ситуирани в конкретен хронотоп, в който азът се стреми да се впише успешно и да осъществи своите жизнени стратегии – стратегии като правило проактивни и развиващи се за определеното екранно време. При това основният филмов персонаж и неговият Аз-наротив се сблъсква (или влиза в колокация) с флуентните (текущи) Аз-наротиви на останалите персонажи¹⁰. Изходът от тези „сблъсъци“ често е базовата конструкция, която изгражда убеждащото въздействие. Конструирването на посланието става „между хората“, т.е. в случая – между филмовите персонажи. Именно тази драматургична „подбраност“, за която пишат Рорти¹¹ (Rorty, 1991), Вигодски¹² (Виготский, 1986), Хабермас¹³ (Habermas, 1985) и Зюмптор¹⁴ (Zumthor, 2007) е фундаментално свойство на артефакта да убеждава (респективно – да опровергава). Безусловното на биографичните наротиви е тяхната времева предопределеност, което позволява лесно да бъдат превърнати и в кинонаротиви: „полезното“ се концентрира и съгъства, а „неполезното“ само се загатва или въобще не се засяга и не се показва, като скритото ни най-малко не влияе върху действието на МУВ. В процеса на комуникацията „зрител – филм“, зрителят възприема посланията му освен с възможната самоидентификация, а така също и с разграничаването с помощта на „знанията за себе си“. Присвояването на персонажния опит и приравняването му към собствения опит изисква комуникация и в процеса на тази комуникация, ако използваме термина на Ласуел за „*магическия куриум*“, може да се каже, че в киното действа не толкова факторът на изстрелването му, а това, че той се изстрелва „към и попада във“ вече подготвена мишена. Съвпадението на фактологическата линия между живота на зрителя и екранния живот на персонажа, предполага натрупване и коинцидентно действие на зрителския опит от персонаж към зрител – работят успешно дори далечните подобия и алюзии. Степента на достоверност се определя до голяма степен от наличието на общата граница между историческия опит и осмислянето на индивидуалния опит. Именно подобен процес на интеграция на двата опита в обобщен зрителско-персонифициран Аз-дискурс и в частност Аз-наротивът до голяма степен усилва (или пък отслабва) действието на МУВ. Картината на биографичните въздействащи моменти, отнесена към „картината“ на екрана, всъщност се пречупва не само през призмата на личния опит, но се дава и през колективния. Субективното възприятие се интегрира (и усвоява) по общностните черти

⁹ Като най-характерни примери може да посочим филмите „*Lincoln*“, наситен с Аз-дискурса на 16-ия президент на САЩ и първият от Републиканската партия; „*Amour*“, където Аз-дискурсът е основата на неразбирането между поколенията; „*American Sniper*“, където Аз-дискурсът е основата на разказа за проявата на доброто и злото и „политически“ подвижната граница между тях.

¹⁰ Схемите на действие между „Аз“ и „Ние“ дискурсът в дадения случай се обглежда през Аз-дискурса на главния персонаж, а „ние-дискурсът“, като събирателен от Аз-дискурсите на останалите филмови персонажи. Ролята на тълпата, като олицетворение на ние-дискурса се разглежда подробно при анализа на филмите *Argo* и *Selma*.

¹¹ За повече подробности вж: Rorty, R. *Philosophical papers: Objectivity, Relativism, and Truth* (Vol. 1), *Essays on Heidegger and others* (Vol. 2). Cambridge, 1991.

¹² За повече подробности вж: Виготский Л. С. *Психология искусства*. Общ. ред. В. В. Иванова, комент. Л. С. Виготского и В. В. Иванова, вступит. ст. А. Н. Леонтьева. 3-е изд. М.: Искусство, 1986. 573 с.

¹³ Вж: Habermas, J. *The theory of communicative action*. V.1. Boston: Boston Beacon Press, 1985. 457 p. За нашето разглеждане на този въпрос важно значение има част 3 от Т.1. на неговата „Теория за комуникативно въздействие“, а именно „Социално действие, целева дейност и комуникация“. За повече подробности също така вж: Habermas, J. *Texte und Kontexte*. –Frankfurt am Main, 1991. S. 129.

¹⁴ За повече подробности вж: Paul Zumthor: *traversées: première Rencontre internationale Paul-Zumthor/ Éric Méchoulan, Marie-Louise Ollier*, eds. Montréal: Presses de l'Université de Montréal, 2007

и граници, най-често чрез налагането на Аз-дискурса с общия митологичен дискурс, или с дискурса на съвременните митове и/или митологеми, които обграждат зрителя. Положителният герой, подобно на митологичния Икар не достига веднага целта си, а преминава – подобно на културния митологичен герой, а в някои случаи и на „трикстера“ – през редица неуспехи (или прекеждия) като именно те са звеното, което прави МУВ действащи.

Във връзка с този дискурс емпиричността на биографията на отделния зрител е множествената значимост на екранната значимост на отделния филмов персонаж. Личният Аз-дискурс или се препокрива, или до голяма степен съвпада по отношение на целите и постигането им с Аз-дискурса на филмовия персонаж. Тогава моделът на УК пуска в действие механизмите на екранната Аз-идентичност като зрителски. Екранният Аз-образ – обобщен и интегриран – става основа на светоразбиране или отношение към света, особено що се отнася до това да бъдат опознати неща или явления, недостъпни за зрителя по друг начин, освен чрез киното. Фокусираността става перспектива, перспективата става насока за действие, насоката за действие става основа на жизнена програма¹⁵. Логиката на конструирането на разбирането на света се опира до голяма степен на логиката на видените аудио-видео редове с подобна драматургия, развитието на действието и начин на разрешаване на конфликтите. Фокусът на внимание може да се пренасочи от филмовият към жизнения сценарий. Актуалността (и възможността) на видяното се трансформира в актуалност на разбраното и възприетото от филмовия наратив на базата на заместването и извличането на всичко, което може да помогне за разрешаването на екзистенциални въпроси или отговаря на подобни въпроси. Ако екранният сценарий не се отличава съществено от жизнения, ако той не е изграден изцяло от случайности и нелепости, ако филмовият персонаж в общия случай не е „прашинка в космоса“, а напротив – драматургията ни представя персонажа като действащ субект, прилагащ съответните усилия за постигане на своите жизненни цели, това също изгражда фундамента на МУВ в конкретен филм. При показване във филмовия наратив на универсалните човешки качества има различни бариери, които е необходимо да бъдат преодолявани. Те не само са двигател на екранното случване, но са и варианти на самото живеене – основно на персонажите, а след това, с оглед на решението на проблемите – и на зрителя. В частност – структурата и метафорите на филмовите наративи на „Оскарите“ всеки зрител може да използва, за да постигне различни цели в своя живот. Филмът показва модел, като правило – успешен и работещ, но зрителят сам устройва своя живот. Тук Аз-наративът е убеждаващ в смисъл, че показва съпротива, преодоляване на трудности, стремеж към успеха. Универсалните човешки ценности (например – свободата), са ценности, когато са възприети и защитавани като такива. В този смисъл филмовият Аз-наратив повествува пред другия – едновременно пред останалите персонажи, но и пред зрителите – ситуациите, в които те могат да се окажат като действащи субекти или обратно – като обекти на въздействие. По този начин Аз-наративът като интегрална част на МУВ предполага съвместно насочване на усилията на филмовите персонажи:

- (1) към обективния свят на реалните факти;
- (2) към социалния свят на споделени (обща) норми и ценности;
- (3) към субективния свят на преживяване на случващото се на екрана.

Комункативното действие, според Хабермас, е насочено към търсене и установяване на взаимно разбиране по отношение на ситуацията, в която са попаднали действащите субекти. Много често това е завръзката на действието във филмите, когато

¹⁵ Особено характерни в това отношение са филмите, свързани с оцеляването – такива например са *The Martian*, *The Revenant* от тези, които ние разглеждаме и анализираме.

персонажите попадат в беда след някакво произшествие или пък в следствие на катаклизми или нечия зла умисъл. Често използван сценарен похват е, когато един филмов герой разказва пред друг за събитията от своя живот. Най-характерното тук е, че самооправданието или самоосъждането се извършват в контекста на собствената жизнена позиция към света. Според Ериксон¹⁶ (Erikson, 1968) именно в това се проявява в най-открит вид закрепването на последващите интенции на филмово-персонажната его-идентичност: включване в актуалния социален контекст, отхвърляне на незначимото пред другите (или наред с тях) и споделяне на значимото. Единичният Аз-наротив, окомплектован с отделните его-идентичности, формира според М. Уайт¹⁷ (White, 2010) „ландшафта на съзнанието“. При условие, че този „ландшафт на съзнанието“ на зрителя има адекватен ландшафт, формиран от аудио-видео реда, то самоидентификацията по оста „зрител – персонаж“ спомага за успеха на МУВ върху отделния зрител. Поради обстоятелството, че сценаристът предварително е структурирал фактите, е възможно, чрез филмовото действие, да се предадат онези от тях, водещи към субективното усещане за успех или неуспех на различни етапи от реализацията на екранното действие – в началото, в кулминацията, в края.

Следващото нещо, характерно за убеждаващия потенциал на Аз-наротива във филма е илюстрирането (т.е. показването) на обосноваването на действията на персонажа, извлечено от реалните жизнени истории и уроци, съставлящи моралната поука на целия наротив. По този начин Аз-наротивът, демонстриран на екрана, се потвърждава двустранно – като начин за спомогане на взаимното разбиране при общуването и като когнитивна схема за познаване и овладяване на социалната ситуация. Обобщаването на конкретни факти от човешкия живот, художественото им преоткриване, както и поднасянето им от екрана във вид на конкретен зрим аудио-видео ред им придава човешки смисъл. Приемането на жизнено важни решения, намиране на изход от сложни морални дилеми, роли, блестящо изиграни от любими актьори, се декодират и възприемат от зрителя не само като готови, но и като успешни модели и в решаващи персонални жизнени ситуации по схемата „взето от живота – показано на екрана – приложено в живота“. Характерното тук е, че вербалното съдържание на МУВ (в сценария) в Аз-наротива на филма в определен момент, при определен набор от персонажи мотиви и характери (формат) на действието, жанра на историята и нейното фабулиране могат да бъдат достатъчно стабилни и характерни за личността. Стабилността на житейските наротивни схеми предполага и използването им като първообразци (патерни) за киното – от една страна съхраняват общата митология от сюжети и образци на дадено общество, а от друга – позволява да се съхрани самотъждествеността на разказвача и неговата конкретност да стане основа на достоверността на разказаното, усилена от показаното. Ако разгледаме МУВ във филмовия наротив като когнитивна схема на конструиране на смисъл на посланието с помощта на сценарно и режисьорско разполагане на различните по стойност факти като организиран сюжет в хронотопа, то Аз-наротивите са скелетът, около който се изгражда общото действие на всички герои в наротива, а сценарната ос, около която се движат действията на персонажите не само тематически я структурират и я разчленяват на отделни епизоди, но и отразяват общото съотношение между отделните герои. Това позволява да се трансферира и утвърди в дискурса събирателният Аз-наротив като художествено цяло, обединяващ в едно тези на отделните персонажи. Важно за успешното действие на МУВ е и това, че Аз-наротивите на персонажите позволяват те

¹⁶ Erikson E. H. Identity: Youth and crisis. New York: Norton, 1968. 336 p.

¹⁷ Уайт М. Карти нарративной практики: Введение в нарративную терапию. М.: Генезис, 2010. 326 с. Текстът може да бъде прочетен на: http://edu.vspu.ru/doc/groups/104/105/Uayt-Maykl_Kartyi-narrativnoy-praktiki.pdf (видяно на 21.11.2015.)

да намерят отклик и да повлияят на личното социокултурно ниво на зрителя, да му покажат в образа най-значителните нива на груповосоциална идентификация, да проследят и да оценностят „**наративната идентичност**“ (Рикъор) както на ниво „герой – герой“ във филма, и герой-зрител в процеса на възприемането му и със създателите на филма „режисьор – актьори – зрители“ в последващото му осмисляне. Част от това осмисляне на художественото цяло се извършва с помощта на метафоричната Аз-реконструкция, която дава основата на смисловото съгласуване на зрителското съгласие с наратива като акт, следващ във времето екранното действие. Хабермас и Блък¹⁸ (2000) определят четири типа времева съгласуваност в Аз-нарратива: времева, биографична, причинно-следствена и тематична. За МУВ във филмовите наративи най-действена и резултатна е казуалната съгласуваност. Пример в това отношение е филмът „*Lincoln*“, свързан с утвърждаването на 13-та поправка (за освобождаването на негрите) в Американската конституция, която създателите на филма са прочели през Аз-нарративите на видни исторически фигури, действали по това време. Този филм, разбираан през иманентните тъждествености на Аз-нарратив и биография, използва множество МУВ – от личния разказ на героя, показан в интимна семейна обстановка до сцената на жестока и кървава битка, с която започва филмът, се проследява не само съдбата на народа с помощта на избраните от него исторически фигури и в частност – тази на президента, но се фокусират и множество други Аз-нарративи, които са драматургически съосни на наратива на главното действащо лице – било като спомени за него, било като съдействащи изказвания. Картината не само се идентифицира, но и се обобщава през живота, борбата и победата на главния персонаж. Според Шмидт¹⁹ (Schmidt) и това, което той определя като „**показаното в разказа**“, съдържаща информация за предисторията на показаното от персонажа, то в този филм разказите на Абрахам Линкълн илюстрират не само съдържание, но и акцентират на детайли; осъществява се принципът полифония, където „разказът“ на основния персонаж е организиращото начало за разказите на останалите, независимо от тяхната роля във филма. Това разнообразие от Аз-нарративи и разноречие в конфигурацията на гласовете, наречено от Тюп „*хипегласия*“ прави МУВ във филмовите наративи на „Оскарите“ исторически, социално и личностно пълноценни – нещо, с което филмите, заслужили „Оскар“ се различават от останалите.

След направения анализ на посочените в статията филми може да направим обобщаващия извод, че Аз-нарративът и конструираният въз основа на отделните Аз-нарративи Аз-дискурс на филмовото произведение е важна съставна част на убедителността на филмите, получили „Оскар“ като награда и номинация в категорията за „Най-добър филм“ през разглеждания период. Аз нарративът е начинът, по който героят влиза в света на зрителя и открива там истински житейски случки, с които оправдава и мотивира своето поведение, решения и действия. Достигайки до зрителя със собствения си най-искрен разказ, героят печели доверието на всеки член на аудиторията, като така създава „магията на киното“ – легитимно признатия за измислен нарратив сътворява съвсем реални чувства и емоции, емпатията понякога води след себе си промени в нагласите и поведението на индивидите.

ЛИТАРАТУРА:

- Выготский, Л. С. (1986) Психология искусства. М.: Искусство. - 573 с.
Докучаев, И. И. (2001) Введение в историю общения. СПб.

¹⁸ Habermas T., Bluck S. Getting a life: The emergence of the life story in adolescence // Psychol. Bull. 2000. Vol. 126. P. 748-769.

¹⁹ Schmidt, J.N. Narration in film // Schmidt, ed. 2009, P. 202-227.

- Докучаев, И. И. (2003) История общения как предмет культурологии // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2003. №5, С. 190-195.
- Уайт, М. (2010) Карты нарративной практики: Введение в нарративную терапию. М.: Генезис, 2010. 326 с.
- Христов, Ч. (2008) Убеждаване и влияние. С.: Сиела. – 203 с.
- Bell, D. (1965) *The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties*. N.Y.: Free Press.
- Bell, D. (1973) *The coming of post-industrial society: A venture of social forecasting*. N.Y.: Basic Books.
- Bell, D. (1970) *The cultural contradictions of capitalism*. N.Y.: Basic Books, 1976.
- Dance, F. E. X. (1970) The „Concept“ of Communication // *Journal of Communication*. Vol. 20, № 2, P. 201-248
- Erikson, E. H. (1968) *Identity: Youth and crisis*. New York: Norton. 336 p.
- Habermas, J. (1985) *The theory of communicative action*. V.1. Boston: Boston Beacon Press. 457 p.
- Habermas, T. (2000) Bluck S. Getting a life: The emergence of the life story in adolescence // *Psychol. Bull.* Vol. 126. P. 748-769.
- Habermas, J. (1991) *Texte und Kontexte*. –Frankfurt am Main. S. 129.
- Lyotard, J.-F. (1979) *La Condition postmoderne : rapport sur le savoir*, Paris, Minuit.
- Mumford, L. (1967) *The Myth of the Machine*. New-York: Press.
- Zumthor, P (2007): *traversées: première Rencontre internationale Paul-Zumthor/ Éric Méchoulan, Marie-Louise Ollier, eds. Montréal: Presses de l'Université de Montréal.*
- Rorty, R. (1991) *Philosophical papers: Objectivity, Relativism, and Truth (Vol. 1), Essays on Heidegger and others (Vol. 2)*. Cambridge.
- Schmidt, J.N. (2009) *Narration in film* // Schmidt, ed., P. 202-227.

Списък на съкращенията (по азбучен ред на първата дума)

МУВ – Модели на убеждаващо въздействие

УК – Убеждаваща комуникация