

## РЕЦЕНЗИЯ

За дисертационния труд на **Ивайло Цветанов Цветков** на тема: „Формиране на групова идентичност чрез лайфстайла като медиен разказ. Ролята на списание “Егоист” в българската лайфстайл-преса“ за присъждане на образователната и научна степен „Доктор“ по научна специалност “Обществени комуникации и информационни науки” (Журналистика – лайфстайл преса)

**Научен ръководител: доц. д-р Георги Лозанов**

От доц. д-р **Светла Владимирова Цанкова**, преподавател в катедра “Медии и обществени комуникации” в УНСС, научна специалност “Организация и управление извън сферата на материалното производство (Теория на медиите, Пресжурналистика)”

**Основание за представяне на рецензията** – избор за член на научно жури със заповед № РД 38 - 93 от 13.02.2019 г. на ректора на СУ проф. дфн Анастас Герджиков

### 1. Обща характеристика на дисертационния труд

Дисертационният труд на Ивайло Цветанов Цветков е в обем от 169 страници. Състои се от увод, шест глави, заключение, научни приноси на дисертационния труд и библиография със 70 заглавия на български и английски език.

Темата на дисертационния труд е изключително интересна и на практика представлява първи опит за научно изследване на процеса на формиране на групова идентичност чрез лайфстайла като медиен разказ по примера на списание “Егоист”.

### 2. Основни изводи по съдържанието и формата на дисертационния труд

В увода ясно е формулирана целта на дисертационния труд – “да покаже и докаже как и защо лайфстайлът влияе медийно върху формирането първо на индивидуална, а след това и на групова (колективна) идентичност в градска

среда – и най-вече как това се случи у нас на ръба на новото хилядолетие чрез сп. “Егоист”. Маркирани са основните направления, в които ще се развива анализа на поставения научноизследователски проблем. Също така коректно е посочено, че трудът умишлено страни от проследяването на появата и развитието на българската лайфстайл преса, тъй като според Ивайло Цветков в този сегмент няма друго издание освен “Егоист”, което да е формирало групова идентичност чрез медийния разказ.

В увода обаче липсват важни елементи като значимост и актуалност, обект и предмет (в момента те са дефинирани заедно и звучат по-скоро като теза), задачи, ограничение, методи на изследване, хипотеза, от която в заключението да бъде изведена тезата, до която стига авторът в процеса на научното изследване.

В **първа глава** на дисертационния труд – “Групова идентичност. Идентификация, самоидентификация, въображение и съзнателност”, са проследени класическите и по-новите подходи към груповата идентичност, представени са основните фактори, които оказват влияние върху този процес, направен е обзор на основните теоретични постановки на водещи автори в проблематиката. Анализирани са различните сфери, в които се наблюдават процеси на идентификация и групова идентификация (маркетинг, реклама, медии и други), като авторът прави важна връзка между процеса на медийна идентификация и медийните ефекти и демонстрира много добро познаване на водещи тези в социалната и в медийната психология.

**Втора глава** – “Лайфстайл-списания и конструиране на групова идентичност” – е посветена на появата и развитието на лайфстайл пресата на Запад (добре е това да бъде уточнено в наименованието на втора глава), като особено внимание е отделено на мъжките лайфстайл списания, на периодизацията на тяхната история, на спецификата и тематиката на водещите издания, както и на връзката между формирането на групова идентичност и взаимоотношенията между индивида и различни медийни продукти. Представените изследвания за фазите в развитието на женските и мъжките списания са много интересни, а анализът на факторите за успеха на двата отделни сегмента, представен от докторанта, позволява да бъдат направени съществени изводи за развитието на медийния и рекламния пазар. Цитирането на актуални изследвания по проблематиката показва, че Ивайло Цветков е

направил сериозно и задълбочено проучване по темата на дисертационния си труд.

В **трета глава** – “Лайфстайл”: културологичен преглед на понятието”, Ивайло Цветков задълбочено анализира появата на понятието, като го поставя в по-широкия контекст на културата. Дефинирани са основни понятия като ценност, идентичност, лайфстайл, а авторът избира да анализира лайфстайла на младите поколения през призмата на ценностната теория и формирането на идентичност - това е сериозно научно предизвикателство, с което той успешно се е справил. Според него “Феноменът “лайфстайл” може да бъде изучаван на три концептуално различни нива: ценностно ниво, ниво на нагласите и ниво на действията”, а в заключение подчертава, че “За да може реално да се проумее анатомията на понятието “лайфстайл”, трябва да се разбере и да не се пропуска, че зад всички видни изрази и знаци, които определяме като “лайфстайл”, има и голям брой фундаментални ценности”.

Именно проекциите на тези ценности в медийния разказ на списание “Егоист” са предмет на изследване в **четвърта глава** – “Формиране на групов идентичност чрез лайфстайла като медиен разказ. Базисни бележки върху приноса на сп. “Егоист”. Авторът започва тази глава от дисертацията с анализ на основните фактори за формиране на групов идентичност чрез списанията – това са добре дефиниран бранд имидж, експресивно хедонистично естество, богата и дълга история, публична консумация и заплашителна конкуренция и търси проекциите на тези фактори върху списание “Егоист”. Той цитира изследването на Фунг от 2002 г., според когото “За мнозина консуматори закупуването на списание означава връзка с идентификационна група. Съответно комуникацията между читателите утвърждава общата групов идентичност и усилва чувството за принадлежност, точно както общуването в дадена бранд общност валидира споделеното съзнание и подсилва връзките” и доказва тази теза на примера на списание “Егоист”. Моделът на мъжките лайфстайл списания, в това число и на “Егоист”, предполага конкретни подходи – специфичен стил, провокативен език, търсене на обратна връзка с читателите, ирония и самоирония, леки и шеговити теми, които в същото време са изключително актуални и интересни, оригинално мислещи автори с богата култура и своеобразно мислене, което ги откроява в публичното пространство. Всички тези специфични елементи са анализирани задълбочено и компетентно

от Ивайло Цветков и това всъщност представлява сърцевината на изследването. В тази глава посочването на повече примери би уплътнило текста и би подсилило аргументацията на автора.

В **пета глава** – “Попкултурата и homo ludens”, авторът представя различни дефиниции на понятието попкултура, като подчертава, че тя “позволява на големи хетерогенни групи да формират групова идентичност. Тя има ролята да интегрира, защото обединява масите около идеали за приемливи форми на поведение... Попкултурата помага за индивидуално щастие и групово сближаване. В този смисъл Егоист е един от първите попкултурни феномени в посткомунистическа България – списанието променяше норми на поведение (чрез лайфстайла, който създаваше), и формираше групова идентичност, пак чрез лайфстайла.” Много интересен и верен е извода, че списанието на практика хвърля мост между попкултурата и “високата култура” и че неговите създатели могат да бъдат определени като попинтелектуалци, но не мога да се съглася с твърдението на автора, че в периода 1997-2000 г. “Егоист” е бил масова медия. Изданието винаги е демонстрирало известна доза елитарност и тематиката, концепцията, стилът и езикът му никога не са били близки до тези на масовите издания. Това е и една от причините списанието да постига целта, изведена от автора – да подобри младото поколение чрез самокритика и саморефлексия.

**Шеста глава** - “Ролята на списание “Егоист” в българската лайфстайл преса”, започва с категоричното твърдение на автора, че “Егоист” създаде понятието “лайфстайл” в българската медийна среда. Изследването много печели от факта, че той не пропуска значението на контекста на времето, в което се появява изданието и преживява своя разцвет - безспорно обществените и политическите промени оказват своето влияние. Появата на нов за България медиен продукт като списание “Егоист”, който според автора “създава култура на участието чрез недоволството от статуквото”, нямаше как да не привлече вниманието на мислещите и търсещите различното млади хора. За успеха на изданието има и друга много съществена причина - според Ивайло Цветков създателите му “контрабандират” западен лайфстайл в интерес на родната си публика”. Дисертантът определя “Егоист” като контракултурен феномен и флагман на новата журналистика, а също така подчертава, че списанието има сериозна заслуга за това много нови, креативни и интересни автори да получат възможност за изява в публичното пространство.

В тази глава Ивайло Цветков анализира спецификата на списанието и на неговите основни оръжия - език, фотография, дизайн и модна стилистика, които го отличават от всички останали български списания, като в началото би могло да се добавят няколко страници за историята, концепцията и структурата на списанието. Авторът много аргументирано и убедително доказва, че “Егоист” е иновативен и модерен продукт за българската медийна среда, за да стигне до извода, че той е “медийен феномен, който – забележете – създава вкус, а не следва вече създадения масов; защото да следващ вкуса означава да делегираш на някой друг да прави избори вместо теб”.

Дисертационният труд щеше да спечели много, ако всяка глава завършваше с обобщение и изводи, тъй като това би придало завършеност на всеки един сегмент от научното изследване.

### **Заклучение**

В заключението на дисертационния труд Ивайло Цветков е отбелязал, че списание “Егоист” без съмнение има принос към историята на печатните медии и въобще на медиите в България по две причини: първо, заради езика - списанието за пръв път заговаря на публиката на “ти”, и второ – защото отваря врати за много млади автори. Ролята на изданието далеч не се изчерпва с това, но по-същественният проблем е, че не са направени изводи по същината на научното изследване, а именно как чрез медийния разказ в лайфстайл списанието е формирана групов идентичност (в текста на дисертацията тези изводи присъстват и е било задължително те да бъдат отново изведени и да бъдат систематизирани в заключението).

По отношение формата на дисертационния труд трябва да отбележим, че не е прецизирано оформлението на цитатите – част от тях са в текста, а други – под линия.

### **3. Оценка на научните и научно-приложните приноси**

В дисертационния труд авторът е посочил шест приноса, които поставят основните акценти в научната и в научно-приложната част на неговата работа. **Научните приноси**, посочени от Ивайло Цветков, са безспорни, като сред тях ще открия няколко:

1. Дисертационният труд представлява първото у нас изследване на груповата идентичност и формирането ѝ чрез лайфстайл.
2. Очертана е спецификата на лайфстайла като медиен разказ.
3. Оценена е ролята на списание “Егоист” в сегмента на лайфстайл списанията в България и неговият принос за формиране на групова идентичност.

#### **4. Оценка на представения автореферат.**

Авторефератът е с обем от 24 страници, представя в синтезиран вид съдържанието и постигнатите резултати в процеса на изследователската работа на дисертанта, но в него също липсват задължителните елементи от увода и убедително заключение. Посочени са и публикациите на автора по темата на дисертационния труд.

#### **5. Оценка на представените публикации**

Ивайло Цветков е представил 3 публикации по темата на дисертационния труд в специализирани издания с редколегия.

#### **6. Въпрос към докторанта**

Въпросът ми към Ивайло Цветков е следният: “Намирате ли проекции на модела и стила на “Егоист” върху лайфстайл списанията в България след спирането на печатното издание през 2006 г.?”

#### **Заклучение**

Дисертантът Ивайло Цветков е проучил сериозен обем класическа и съвременна научна литература по темата, позовава се на източници и теории с научна добросъвестност, прави успешни опити за самостоятелни интерпретации и доразвиване на идеи.

Авторът показва задълбочени познания в изследваната област, умения за критичен анализ и обобщения, изключително висока обща култура.

Дисертационният труд на тема „Формиране на групова идентичност чрез лайфстайла като медиен разказ. Ролята на списание “Егоист” в българската лайфстайл преса“ в голяма степен отговаря на изискванията, показва задълбочено познаване на проблематиката и истински изследователски интерес към темата. Поради тези причини **давам висока оценка на дисертационния труд и ще гласувам положително** за присъждането на образователната и научна степен “Доктор” по научна специалност “Обществени комуникации и информационни науки” (Журналистика – лайфстайл преса)” на **Ивайло Цветанов Цветков**.

18.04. 2019 г.

Рецензент: доц. д-р Светла Цанкова

София