

## СТАНОВИЩЕ

от доц. Георги Лозанов, научен ръководител  
за дисертационния труд на Ивайло Цветанов Цветков  
„Формиране на групова идентичност чрез лайфстайла като медиен  
разказ. Ролята на сп. „Егоист” в българската лайфстайл-преса”  
за присъждане на образователната и научна степен „доктор”  
в професионалното направление 3.5. Обществени комуникации и  
информационни науки (пресжурналистика и книгоиздаване)

Ще се възползвам от ролята си на научен ръководител на Ивайло Цветков, за да дам становище не толкова за текста на дисертационния му труд, колкото за контекста на написването и на рецепцията му, за това как се появява и как се пласира в публичната среда. Този контекст е специално интересен с двата си разминати в културно-историческото време хоризонта: 90-те години на миналия век, когато списание „Егоист” се ражда, и второто десетилетие на 21 век, когато се ражда рефлексията върху списанието. Хоризонтите са разминати, най-малкото защото помежду им са атентатите от 11 септември 2001 година – събитие, което дели възхода на либерализма и либералната демокрация от съмненията в тях и атаката им от консервативни и популистки позиции. Дели времето на победилия либерализъм от времето на все по-необходимата му и все по-трудна защита или дори направо на отказ от него. Именно така разминатите хоризонти не само предопределят актуалността на предмета на дисертационния труд – груповата идентичност, а го превръщат в „пръст в раната”, във вход към големия дебат какво днес значи „ние”. Изследването се захваща, вярно, не съвсем осъзнато и целеположено, с проблем, който далеч надхвърля коректно декларираните му научни приноси: конструирането на групова идентичност извън утвърдените ѝ и политически функциониращи модели на базата на национална, етническа или религиозна принадлежност, на сексуални, социални и класови различия; на малцинствени общности, за които постмарксистът Херберт Маркузе смяташе, че трябва да заместят провалилия се като революционна класа пролетариат. Цветков се

занимава с конструирането на групова идентичност, която не стъпва върху характеристики, предоставени от тялото или от историята, от собственото тяло и собствената история. Може би в известен смисъл за такава характеристика може да се приеме само младостта (младото поколение е един от фокуса на изследването), но идентичността, формирана в тази възраст фактически не ѝ принадлежи, защото има потенциала да не се разпада заедно с излизането от нея.

Изследването не се предоверява и на пределния либерализъм, на внушенията за разпадане на груповите идентичности, за невъзможното „ние”, когато индивидът сам си е култ и сам си е религия, класа, пол... То предлага групова идентичност на автономни индивиди, постигната на базата на атрибути, които те не носят в себе си – като етноса, вярата или пола, а ги набавят „отвън” чрез идентификация с брандове, автори и герои. Идентичност, която не произтича от теб, а се създава в следствие на идентификация с нещо друго и някой друг. Както Цветков пише, „идентификацията изисква да си представиш/въобразиш, че си някой друг”.

Отделен въпрос е, че самата идентификация може на свой ред да води към вътрешно присъщи за индивида атрибути (като пола, например, при разделението на лайфстайл списанията на мъжки и женски), но те най-напред са отнети от индивида и са разгърнати в символни системи, а после са му върнати в плана на консумацията и въпреки че са му първично присъщи, са вторично придобити (като „върнатото” не само не съвпада с „отнетото”, но може и да го отрече: същият този пол, да кажем, в резултат на джендър-идентификация може да загуби телесната си предпоставеност, преди идентификацията да си мъж, а след нея жена). Тук определяща е свободата на индивидуалния избор, поощреният му произвол и затова Цветков с право констатира, че „естеството на идентификацията не може да бъде концептуализирано в задоволителна теория”.

Подобна „овъншнена” групова идентичност, формирана чрез индивидуална идентификация, е произведена и става възможна благодарения на феномена „лайфстайл”. Понятието за него, така

както е въведено, нашироко обсъдено и феноменологично разработено в дисертационния труд, отпраща към репертоари на идентификация, която в основата си, според докторанта, е ценностна и именно поради това може да създава групови идентичности, да сплотява индивидите на основата на споделени ценности. „Ценностите всъщност са най-фундаменталният компонент на лайфстайла и може да се каже, че лайфстайлът на индивида е израз на неговите ценности и нормите, свързани с тези ценности”, пише Цветков, но лайфстайлът не се изчерпва с тях, а води до „взаимовръзки между ценности, нагласи и действия от всеки вид”. При това лайфстайлът не изисква от индивида да прави ценностен избор в интелектуално отстранение и морално съсредоточение, а го приобщава ценностно, включително и в метафизически план, докато прави избори от всекидневен порядък, докато решава „какво да облече, какво да яде, как да се държи в офиса, с кого да се срещне вечерта”.

Груповите идентичности, постигнати чрез идентификация в сферата на всекидневието, е запазена марка на консумативното общество, което превръща в акт на идентификация акта на консумация. От такава гледна точка използването на първото българско лайфстайл списание „Егоист” като обект на изследване върху груповата идентичност гарантира успеха му, доколкото започналият през 90-те години у нас преход се оказа не толкова от тоталитарно към демократично, колкото от тоталитарно към консумативно общество. Или поне демократичното и консумативното общество ни се явиха в споделена реалия, а „Егоист” се случи в пресечната точка на двете или по-точно във и заради общото им начало на местна почва. През 90-те именно появата на „Егоист” задвижи формирането у нас на групови идентичности на базата на лайфстайл репертоари, доколкото лайфстайлът едновременно съществува преди медийните си разкази и е техен продукт като генератор на групови идентичности. Четвърта глава от дисертационния труд на Цветков в този смисъл е наречена „Формиране на групов идентичност чрез лайфстайла като медиен разказ”.

Списанието не беше просто гид в сферата на модния лайфстайл, а заявяваше собствен, който създаде групов идентичност на първото свободно поколение след падането на комунизма, положена в културната рамка на либералната демокрация. Лайфстайлът, предложен от „Егоист” и разгърнат в текстуалните и визуалните му наративи, е подложен в дисертационния труд на изчерпателен феноменологичен анализ с днешна дата, при съчетаването на привилегиите на научната рефлексия с тези на мемоарната саморефлексия, тъй като докторантът е от авторите на въпросния лайфстайл.

За своята работа докторантът добросъвестно е проучил и цитирал голям брой източници, пряко свързани с темата му, но заедно с това той притежава завидно богата „въображаема библиотека” от хуманитарни текстове, които „плуват” в потока на съзнанието му и неизбежно се намесват в дисертационния му труд като му дават съдържателна дълбочина и естествено водят до известни персонални асиметрии във влиянието на научните авторитети.

Отражение върху научния стил на Цветков има и журналистическият дискурс, в който той работи интензивно, като специично за медийните му текстове, включително и в жанра на интервюто, е обратното отражение – на научния дискурс върху тях, основно в перспективата на философията и културологията.

Дисертационният труд повече или по-малко е съхранил този диалог между дискурсите, което не приемам за негов недостатък, а за негова авторска особеност. Тя води до частично сливане на обекта на изследването със самото изследване, което мисля само помага на обекта да бъде изследователски реконструиран.

Следя публичното развитие на Цветков още от славните години на „Егоист”, допълних впечатленията си за авторския му потенциал и като негов научен ръководител, така че убедено ще гласувам да му бъде присъдена образователната и научна степен „доктор” и призовавам уважаемото научно жури да стори същото.