

СТАНОВИЩЕ

за докторска дисертация на тема „**ИНДИВИДУАЛИЗИРАНОТО ПОТРЕБЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕТО НА КУЛТУРНИТЕ ИНДУСТРИИ В ПЕРИОДА НА КЪСНАТА МОДЕРНОСТ**”

на Карина Красиминова Симеонова – докторант към катедра Културология, Факултет по изкуствата от ЮЗУ „Неофит Рилски“ - редовна докторантура
от доц. д-р Мария Вълкова

Представеният от Карина Симеонова дисертационен труд е посветен на промените, настъпили в създаването, предлагането и разпространението на културни продукти и на свързаните с тях индустрии в периода на късната модерност. Темата е особено актуална поради бързо разрастващите се позиции на културните индустрии в живота на хората днес, както и сериозните промени, настъпващи в създаването и потреблението на културните продукти под влияние на редица социокултурни фактори в периода на късната модерност.

Дисертацията в общ обем от 180 страници включва въведение, три глави, заключение, списък на приносите, използвана литература, списък на използваните илюстрации и приложение.

Във въвеждащата част /в обем от 30 страници/ е представен характерът на изследваната проблематика и нейната актуалност, целта и задачите на изследването, степен на разработеност на проблематиката в чуждестранната и българска литература.

В първа глава - „Теоретична обосновка на проблемната област“, текстът е разпределен в пет подглави. Върху 60 страници се представя същността и характеристиките на основните понятия в изследването: консуматорско общество; консуматорска култура; фази на консуматорския капитализъм; културни индустрии и индивидуализация; индивидуализирано потребление в сферата на културните индустрии. Следвайки текстове от Липовецки, Лазарфелд, Ритзър, Бауман, Болц, Федърстоун, Едуардс, Слейтър, Банков и пр., г-ца Симеонова „обяснява промените, които с течение на времето настъпват в развитието на тези термини и прави преход към епохата на Късната Модерност“ /стр.42/.

Съобразно концепцията на Ж.Липовецки, дисертантката представя трите фази на консуматорския капитализъм – от 80-те години на 19-ти век до Втората световна война; 50-70 години на 20-ти век; след 70-те години. Разбираемо тя по-подробно се спира на третата фаза, при която „частните мотивации вземат връх - купуваме и консумираме не за да афишираме положението си, а за да задоволим собствените си телесни и емоционални нужди. От пазарните блага вече се очаква да ни носят емоции, опит, здраве и щастие.... Основен е процесът на индивидуализация на консумирането... основната мотивация на потребителите е постигането на лесен, комфортен и свободен начин на живот... консумирането все повече е свързано с емоциите, играта и опита, отколкото с престижа и признанието“ / стр.46-47/.

Трета подглава е посветена на културните индустрии – тяхното възникване, етапи, през които преминават в развитието си, за да се превърнат в периода на късната модерност в мощен печеливш икономически сектор. Съобразявайки се с новите реалности, те „са принудени да променят подхода си към потребителя и да му предложат индивидуализирани продукти“ /стр. 68 /.

Развивайки вижданията си за същността на индивидуализацията, г-ца Симеонова се позовава основно на текстове на Жил Липовецки, но ползва и резултати от изследванията на Бауман, Гидънс, Бек, Хаутман, Ауперс, Залтман, Рифкин, Федърстоун, Кова и пр., а също и български автори, работили в тази сфера – И.Дичев и И.Кобаков. След представяне на различни анализи, гледни точки, акценти, тя обобщава, че „Индивидуализираното потребление най-общо може да бъде обяснено като организиране на консумирането като функция на индивидуалните цели, вкусове и критерии“/стр.72/. Последователно се разглеждат позитивите на персонализираното потребление: по-малко принуда и по-голям избор...осъществяване на собствения Аз... мощта на индивида да владее условията на живота си ...да организира съществуването си спрямо собствените си критерии и желания и пр./70-73/. Негативите се свързат с „отслабване на социалните и семейните връзки, с по-голямата неустойчивост на всякакъв тип обвързаности, заличаване на границите между частната и публичната сфера... постоянна несигурност, изискваща непрекъснато потвърждение за личния успех под формата на консуматорски избори и с редица други негативи“ /стр.81/ Или, както казва У.Бек: Хората, „обладани от целта си за самоосъществяване, сами изтръгват корените си, за да проверят дали наистина са здрави“ /стр.82/.

Във Втора глава, озаглавена „Индивидуализирано потребление и креативност“ в три подглави г-ца Симеонова анализира същността на креативната консумация като индивидуалистична консумация; Креативна консумация на пространства и индивидуализирането на културните практики в тях; Креативност, класа, индустрия, квартали.

В първата част тя се опира основно на текстове и идеи от книгата на Мишел дьо Серто „Изобретяване на всекидневието“. Персонализирана употреба означава да „се използва нещо съществуващо по собствен начин“ - Серто го нарича „*тактики*“ – чрез „*тактиките*“ те незабелязано конструират и управляват всекидневния ред и го усвояват в своя полза, но без да му се противопоставят открито. В случая с продуктите на културните индустрии тактиките са похват не на слабите, а на новаторите“ /стр. 94/. Дават се примери с иновативността на движението Секънд хенд, идеята за бавен живот, вдъхване нов живот на старите мебели, спецификата на субкултурите и пр.

Формира се нова –креативна класа. Позовавайки се на Ричард Флорида /автор на термина/, г-ца Симеонова представя нейни основни характеристики и обхват – около 30% от работещите вСАЩ, като 12% от тях са суперкреативното ядро.

Особено продуктивни са онези текстове от дисертацията, представящи навлизането на креативността върху конкретни жизнени сфери – при формирането на креативни квартали в градското пространство /включително и в България – в Пловдив и в София/ и в сферата на културния туризъм. Като отделна, трета глава, е представено изследване върху индивидуализацията в сферата на културния туризъм. Тук отново се

срещаме с уменията на г-ца Симеонова да намира точните автори и точните книги. След анализ спецификата на индивидуализацията в тази област, дисертанката разглежда възможностите на съвременните дигитални технологии като инструмент за индивидуализиране на културни продукти.

Темата на дисертацията е изключително актуална, но заедно с това и трудна - широкообхватна, многопластова и комплексна /бих казала – дори достойна по-скоро за голям докторат/. Карина Симеонова е подхождала амбициозно и отговорно към задачата си. В дисертацията тя демонстрира широка ерудиция, умение да намира „точната“ литература, вкл. и такава от последните 1-2 години, да анализира и интелигентно да представя вижданията на различните автори. Особено впечатлява изказът – бих казала, че това е един напълно завършен висок научен изказ.

Структурата на дисертацията /Въведение и три глави/ ми се струва уместна. Може би въведението е малко дълго; мястото за представяне на креативните квартали е по-скоро в третата глава, включваща конкретните практически сфери на приложение на индивидуализацията – но това са по-скоро технически бележки.

Използваната литература включва сериозни като обем и качество заглавия- при това, както се вижда от текста, наистина са „използвани“ по същество. Владеенето на английски език безусловно помага г-ца Симеонова да се справи с текстовете на английски език, които вероятно са не по-малко от половината.

Приносителите, изтъкнати от дисертанта, са уместни и отговарят на текста на дисертацията. Към тях бих добавила и практическата приложимост на анализите и направените изводи – особено в частта за културния туризъм.

Авторефератът адекватно отразява съдържанието на дисертацията.

Карина Симеонова има четири самостоятелни публикации по темата на дисертационния труд, две от които – на английски език.

Бележките, които имам към текста, са следните:

1. Дисертантката е избрала специфичен начин за структуриране на текста си, следващ не толкова строгата логика на последователно представяне същността на дадено явление, неговите елементи, задълбочен анализ на всеки от тях /или поне на най-важните/, съотнасянето им един с друг, факторите, от които те зависят и пр., като разбира се, в хода на анализа се позовава и на съответните автори. Изписването на текста върху страниците е свързано по-скоро с последователно представяне вижданията по проблема на съответния автор, споменаващ примерно нещо по първия елемент /от структурата на изследваното явление/, малко за втория, малко за третия и т.н. Следващият автор също казва по нещо за някои от елементите. Понякога подобен подход води до разнопосочни твърдения върху няколко последователни страници, без това да се коментира. Примерно: „Индивидуализацията се свързва със свободата на личността да се фокусира върху себerealизацията си“ /стр.10/; но и „... индивидуализираното консумиране се явява по-скоро компенсаторен механизъм за общата ни несигурност.... тенденцията към непрекъснатата смяна, усещана като несигурност, посредством консумиране“ /стр.13-14/. И в двете твърдения има истина, но тъй като се касае за централен за дисертацията проблем: кой е основният двигател на индивидуализацията в късната модерност - дали излизането на преден план на мотивацията за себerealизация и свързаните с нея свобода, креативност и пр., или

компенсаторният механизъм за справяне с усещането за обща несигурност /почти по Е.Фром/, е необходимо да се направи по-задълбочен анализ на това многопластово явление. Или: „Заради липса на силни обществени авторитети, авторитет ставаме самите ние и преминаваме към индивидуализиран начин на живот“ /стр.8 и на други места в текста/. Наистина ли просто защото по някаква причина традиционните авторитети не са достатъчно силни човекът преминава към индивидуализация, или: нарастващата свобода, възможностите и мотивацията за себеактуализация и личностен ръст осигуряват нова позиция на личността в обществото, следствие от което е и индивидуализацията? Подобни конструкции не са изолирани в текста.

Причината, според мен, се крие не в това, че дисертантката не е наясно с проблематиката, а в начина, който е приела за изграждане на текста си. Подобно структуриране напомня по-скоро за външна присъединителност, адитивност¹. Вярно е, че анализиранията явления са сложни и многопластови, често – разнопосочни и противоречиви, но това следва задълбочено да се анализира и обговаря, а не текстът просто да се лее с последователност, следваща представяни текстове.

2. На места в текста се забелязват неточности. Напр. на стр. 19: „Понятието индивидуализация отдавна се е наложило в научната литература. То се използва в изследванията на Карл Юнг, за да опише фаза на съзнанието, към която всяко човешко същество се бори, но не всеки достига“. Дисертантката вероятно визира тезата на К.Г.Юнг за процеса на личностно развитие, което той нарича *индивидуация*, чиято същност е излизане на съзнателно равнище на елементи от несъзнаваното и вече там балансиране и хармонизация на противоположности. Или терминът, който използва Е. Маслоу за процеса, свързан с израстване до пълния ръст, на който са способни хората, е себеактуализация /не себереализация/ и пр.

3. На места при анализа се пропускат важни процеси - например при изследване появата и историческото развитие на консуматорството правилно се започва с диференциацията между дома като царството на консумацията, а фабриката и офисът – царството на производството при индустриализацията /стр.39/, но след това не става въпрос за развитието на този процес във времето, за да се стигне в късната модерност до появата на *потребителя* /едновременно *про-извеждащ* и *по-требяващ*/ като основна характеристика за периода на третата вълна /или късната модерност /А. Тофлър, Третата вълна/. А това е много важна брънка в разбирането както на индивидуализираното потребление, така и на креативността. Не се използва и концепцията на Маслоу /или други представители от хуманистичното направление/ за представяне профила на себеактуализиращите се хора в късната модерност, които биха конкретизирали и придали дълбочина на някои твърдения от втора глава. В текста се среща процеси, характеризиращи модерността, се определят като специфика на

¹ П.Файрабенд образно представя същността на външната присъединителност, на адитивността /по повод изкуството в архаичния стил/ така: "Имаме работа с механичен конгломерат, всички елементи от който са с равно значение, единственото съотнасяне между тях е отношението на последователност. Няма никаква йерархия, нито една част не е подчинена на другите и не е детерминирана от тях. Рисунката говори: ето свиреп лъв и мирно козле; ето изяждането на козлето от лъва... Лъвът изглежда свиреп, козлето - мирно, а актът на изяждането просто се присъединява към представата за това, че има лъв и има козленце" /Фейрабенд, П. Избранные труды по методологии науки, 1986: 386/

постмодерността и пр. Но, разбира се, право на автора е да преценява уместността за включване на един или друг аргумент

В заключение: смятам, че Карина Симеонова представя завършено, съдържателно изследване на промените, настъпили в създаването, предлагането и разпространението на културни продукти и на свързаните с тях индустрии в периода на късната модерност. Съдържанието и оформлението на дисертацията съответства на изискванията за присъждане на образователната и научна степен „доктор”. Получените резултати имат теоретична стойност, но и практическа приложимост – особено в сферата на културния туризъм.

Предлагам представеният дисертационен труд да бъде приет от научното жури към катедра Културология, Факултет по изкуствата към ЮЗУ „Неофит Рилски“ за присъждане на научната и образователна степен „доктор” на Карина Красиминова Симеонова.

02.05.2018 г.

доц.д-р Мария Вълкова