

Силвия Петрова, гл. ас. д-р.

Югозападен университет „Неофит Рилски“

ЛАЙФСТАЙЛ ТЕХНИКИ В ДИГИТАЛЕН КОНТЕКСТ: ОТ УНИКАЛНОСТ КЪМ ПОВТОРЕНИЕ

Резюме. Статията се фокусира върху понятието лайфстайл и съвременните техники за изграждането му. Изследва се преходът от концепцията на Антъни Гидънс за лайфстайл (базирана върху рефлексивния проект за Аза) към новите форми за конструиране на проекта за себе си с помощта на интернет и новите технологии. Индивидуалността в дигиталната епоха се преживява като поредната фикция – всеки иска да бъде различен, точно защото всеки е един и същ. Същевременно обаче търсенето на уникалност се постига единствено чрез познати, повтаряни до безкрайност форми. Лайфстайлът днес неизбежно е комбинация от реални и виртуални елементи, в които новото се постига чрез непрестанни повторения и „подобрения“ на вече съществуващото.

Ключови думи: медии, лайфстайл, идентичност, социални мрежи, виртуална култура

В българските теоретични изследвания понятието лайфстайл е недостатъчно проучено, а липсата на пълноценна дефиниция води до деформирани употреби. Това, от своя страна, замъглява потенциала на термина да се използва като инструмент за изследване на съвременната култура. Текстът си поставя за цел да проследи основните пунктове на пресичане на понятието лайфстайл с рефлексивния проект за Аза в текстовете на Антъни Гидънс, както и промените в конструирането на лайфстайла в ерата на социалните мрежи. Основната теза е, че лайфстайлът може да се разбира като стратегия за оформяне на идентичност, в която стават видими не само моделите за външен вид, мислене и поведение (налагани като актуални от популярната култура и медиите), но и властовите механизми, функциониращи в

съвременното общество. Обвързването на концепцията за лайфстайл с начините за изграждане и демонстриране на идентичността може да се проследи назад във времето. Социологическите анализи първи се фокусират върху лайфстайла, макар и разглеждайки го като вторично понятие. Макс Вебер¹ и Торстайн Веблен² мислят лайфстайла като видимата проява на престиж в контекста на класите и статусните групи. Пиер Бурдийо³ го обсъжда във връзка с понятията хабитус и културен капитал, акцентирайки върху способността на лайфстайла да очертава пространства на потребление. След Втората световна война разсъжденията върху лайфстайла остават в полето на консумацията и се свързват с желанието на притежание на нови, модни вещи, както и с престижните начини за прекарване на свободното време. В този смисъл понятието вече не се свързва с класите и групите в обществото, а с желанието на индивида да усъвършенства себе си, използвайки консумативни техники.⁴

Ключова роля за критичното осмисляне на термина лайфстайл има текстът на Антъни Гидънс „Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age“. Британският социолог поставя понятието на водещо място в своите теории за избор, идентичност, риск и рефлексивен индивидуализъм в посттрадиционното общество. Според Гидънс в културния контекст на късната модерност⁵ идентичността на Аза става все по-неопределена и рефлексивна. Индивидите реагират на този контекст, като участват в рефлексивен проект на себе си – с непрекъснато подреждане на разкази и практики на начина на живот в рамките на разширяващите се субективни възможности в късномодерното общество.

Под лайфстайл Гидънс разбира не само фантазиите за работа,

¹ **Weber, M.** Class, status and party. – In: Gerth, H. and C.W. Mills (ed.) *From Max Weber*. New York: Oxford University Press, 1948, p. 187.

² **Веблен, Т.** *Теория на безделната класа*. София, Изток-Запад, 2016.

³ **Bourdieu, P.** *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge & Kegan Paul, 1984.

⁴ По-подробно за конструирането на лайфстайла във връзка със зараждането на младежката култура вж.: **Gilleard, Ch., Higgs, P.** *Contexts of ageing: class, cohort and community*. Cambridge (UK): Polity Press, 2005, pp. 152–153.

⁵ Антъни Гидънс използва понятието късна модерност за същия период, който Жан-Франсоа Лиотар нарича постмодерност, а Жил Липовецки – хипермодерност. Гидънс обаче не приема понятието постмодерност, твърдейки че става дума не за нов, а за късен период от модерността, свързан с глобализацията, индивидуализацията, усещането за риск.

свободно време и показна консумация – терминът се отнася до поведението, начина на мислене и вярванията. Може да се каже, че лайфстайлът е модел на наративи за себе си. Но изборът на един лайфстайл не означава частен тип житейска история. Лайфстайлът е по-скоро жанр – както филмите биват комедии, уестърни, хоръри, така и в наративите на собствения си живот можем да изберем традиционен или модерен, градски или провинциален лайфстайл, лайфстайл, фокусиран върху успех в работата, или акцентиращ върху спорта, дискотеките, романтиката или сексуалните завоевания. Днес всеки не само притежава, но и преживява биография, рефлексивно организирана от гледна точка на огромни потоци от информация за възможните начини на живот. Така лайфстайлът става все по-свободен от външни фактори, свързани с предварително установени връзки с други индивиди и групи.⁶ Макар че изборът е важен компонент, лайфстайлът зависи все пак от конкретната биография, която не може да бъде напълно измислена. Част от техниките за конструиране на лайфстайла произтичат от това, което Гидънс нарича „колонизация на бъдещето“ – днес сме свикнали с идеята, че имаме известен контрол над своето бъдеще чрез специфични практики, базирани върху изчисляване на рисковете и застрахователни логикки. Пренасянето на бъдещето в настоящето по познати и изчислими методи е важен аспект от начина, по който моделите за здравословен живот и стареене се възприемат като постижими чрез потреблението и лайфстайла. Така Гидънс твърди, че посттрадиционното общество освобождава индивидите от предварително установените идентичности на жизнения път и отваря пространство на възможности за нови начини на живот, нови типове лайфстайл.⁷

В рефлексивната модерност лайфстайлът непрекъснато се изследва, допълва и редактира в съответствие с входящата информация. Азът в теорията на Гидънс се мисли като рефлексивен проект, който трябва да бъде постоянно подобряван. Днес, поради отвореността на социалния живот и многообразието (или липсата) на авторитети, изборът на лайфстайл се оказва все по-важен при конституирането на идентичността и всекидневната дейност. Въпреки това в свят, в който всичко е отворено за контрол, усещането за несигурност и риск също

⁶ Giddens, A. *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Cambridge (UK): Polity Press, 1991, p. 14, p. 147.

⁷ Пак там, с. 147.

се увеличава и в този смисъл изборът на лайфстайл модели може да се използва с терапевтична функция – като реакция в ерата на риско-вото общество.

Изборът на наративи за себе си при сглобяването на биографията е относително свободен, като моделите идват почти изцяло от масовата култура – тя е огромният резервоар на типове лайфстайл. Медиите, популярната култура, технологиите дават идеалните форми, които всеки може да приспособи към собствения си проект за Аза. Както свободата, така и разнообразието от възможности обаче често са илюзорни. Медиите предлагат широк обхват от образци за идентификация, но в същото време интерпретацията на основните типове лайфстайл остава тясна.⁸

Днес лайфстайлът не е просто видимата, дескриптивна проява на определени групи в обществото. В работата си „The power of life style“ Шейс твърди, че лайфстайлът е система на набор от символи или символни действия и поведения, свързани с различни престижни групи в обществото.⁹ Системите от ценности, които са критериите за преценка на нивата на престиж, се определят от тези личности в обществото, които имат културна власт. Следователно лайфстайлът според Шейс не е просто въпрос за модели на поведение, отразяващи други социални процеси, а самият механизъм, чрез който в обществото се упражнява диференцираща власт.

Доколкото в късната модерност Азът¹⁰ е флуиден, неустойчив, податлив на моделиране, същото се отнася и за тялото. Тялото вече не е просто биологична даденост – то се възприема като външен израз на Аза, поради което е необходимо да бъдат полагани постоянни усилия

⁸ Разглеждам детайлно моделите на женственост, предлагани от популярната култура, в: **Петрова, С.** *Лайфстайл преса и женственост*. Благоевград: ЮЗУ, 2016.

⁹ **Scheys, M.** The power of life style. – *Society and Leisure*, 10, No. 2, 1986, pp. 249–266.

¹⁰ Понятието за „Аз“ има дълга традиция в западната философия, очертана от трудовете на Рене Декарт, Джон Лок, Имануел Кант, Дейвид Хюм, Георг Хегел, Зигмунд Фройд, Карл Юнг, Ерих Фром и др. Струва ми се удачно да се използва в концепцията за лайфстайл в смисъла на наративната теория за Аза, въведена от Маря Шехтман и Хилде Нелсон, според която Азът се изгражда в непрестанен процес на интерпретация на преживяното от индивида, което се поставя в хронологична история. В допълнение, според социалния конструктивизъм основа на изграждането на Аза са взаимоотношенията в обществото. Относно теориите за Аза, вж. повече в: **Бъчваров, М.** и др. *Философски речник*. София, Партиздат, 1978.

за усъвършенстването му. По думите на Гидънс, тялото постоянно трябва да бъде „рефлексивно мобилизирано“ – захвърлено в разширяващата се сфера на персоналните изисквания, които подлежат на контрол.¹¹

Лайфстайлът като фантазия за постоянно подобряване

Ако някои от изследователите на концепцията за лайфстайл (Вебер, Веблен, Бурдийо, Шейс) акцентират върху ролята на общността при конструирането на лайфстайла, по-късно понятието започва да се свързва на първо място с полагането на индивидуални усилия. Гидънс се фокусира върху постоянната работа на Аза върху разказите за себе си, като отбелязва, че все пак тази дейност е обвързана с познаване и боравене с общоприети модели, включващи не само външния вид, но и определени възгледи и ценности. Днес, в ерата на Уеб 2.0 и високите технологии, лайфстайл идентичността е все по-малко свързана с класи, групи, престиж – тя е предимно лична отговорност на индивида; и наред с това е лишена от ясни очертания, доминирана от усещането за свобода, пребиваваща в презентизма – времето, в което, според терминологията на Франсоа Артог, миналото и бъдещето са се слели в едно безкрайно настояще.¹² Парадоксално, макар че лайфстайлът е индивидуален проект, той все пак не е уникален, а по-скоро обратното – затворен в повтарянето на познати (от медиите) модели. Социалните мрежи, които са основно поле и резервоар за конструирането на лайфстайл, използват алгоритми за персонализиране на съдържанието, като по този начин атрофират уникалността. Т. нар. news feed на социалните мрежи е конструиран на подобен принцип – алгоритмите следят предпочитанията на конкретния потребител и му предоставят още от същото. Така безкрайното „обновяване“ на страницата води до съобщения и реклами, които по нов начин сглобяват вече познати неща. По същия начин функционират и т. нар. „филтърни балони“ и „ехо стаи“ – в профилите си в социалните медии виждаме и чуваме хора и медии, които отговарят на предварителните ни нагласи. В този смисъл културата на Уеб 2.0 стимулира съществуването ни в среда, в която въпреки илюзията за неспирен, обновяващ се поток от новини, наблюдаваме и участваме в безкрайни повторения на все едно и също.

¹¹ Giddens, A. Op. cit.

¹² Артог, Фр. *Режими на историчност*. София: НБУ, 2007.

Заедно с това съвременният лайфстайл е изграден върху консумативни мании¹³ – фитнес, диети, медикализация, здравословен живот и т. н. Консумацията на образи също е техника за конструиране на лайфстайл. Интернет е място на „собственоръчно“ конструирани и на приписани идентичности, но и виртуална сцена, на която си едновременно и автор, и герой на себе си.¹⁴

Моделите на лайфстайл се пораждат, усвояват и представят в медийна среда. Днес лайфстайлът вече се сглобява дори не от самите нас, а от алгоритми, „бисквитки“, изкуствен интелект, технологиите на виртуалната и добавена (augmented) реалност. Изискването на рефлексивната модерност за постоянна работа над проекта за Аза е делегирано на технологиите. В резултат от влиянието им човешкото тяло (и образът му) днес също е подложено на постоянна рефлексивна мобилизация – не само чрез диети, физически упражнения, естетическа хирургия, фармацевтични средства, но и чрез технологични подобрения, обработване на изображенията, приложения за редакции. Тази „свобода“ обаче в крайна сметка се оказва принуда за никога несвършващо усъвършенстване.

В подобна посока Никълас Роуз отбелязва процеса, при който индивидът днес подлага себе си и тялото си доброволно на контрол – дейност, която в епохата на модерността е упражнявана от държавата. Става дума за форма на самоконтрол, декларирана като отговорност и грижа за себе си – използването на фармацевтични продукти, на алтернативна и традиционна медицина, на високите технологии в опит за подмладяване, оздравяване, подобряване на телата, са станали съществена част от изграждането на идентичността. Знанието за използването на тези средства е в ръцете на индивида и обществото очаква от него, че ще прояви отговорност и ще ги използва разумно.¹⁵

По този начин съвременният лайфстайл се оказва неразривно свързан с утопиите за изграждане на „идеална“, „свършена“ идентичност – това е фантазията за постоянно подобряваното тяло. Днес лайфстайлът е проект за Аза, които трябва да бъде непрестанно усъвършенстван. Контекстът на този фантазмен, неспокоен, вечно неза-

¹³ Лозанов, Г. *Земното щастие*. В. Търново: Фабер, 2020, с. 29.

¹⁴ Пак там, с. 42.

¹⁵ Rose, N. *The Politics of Life Itself: Biomedicine, Power, and Subjectivity in the Twenty-First Century*. Oxford: Princeton University Press, 2007, pp. 5; 23.

вършен лайфстайл е епохата на Уеб 2.0, в която всеки е не просто медия, а медия, която действа на телевизионен принцип – в социалните мрежи потребителят излъчва образи (включително и на себе си), преследва рейтинг (т. нар. лайкове), съобразява се с прайтайма на публикуваната информация. Селфи културата налага телевизионния принцип при избора и демонстрацията на лайфстайла. Собственото тяло трябва да се променя непрекъснато, да бъде допълвано с информация, да бъде вечно превръщано в новина и публикувано, направено видимо за колкото се може повече потребители в социалните мрежи.¹⁶

Именно в този план обаче се появява един парадокс: индивидът, разполагащ със знания и техники да подобрява до безкрай лайфстайла си, се оказва в капан. Дигиталното общество, технологиите, социалните мрежи поставят нов акцент – „различността“ от другите може да се постигне единствено чрез пре-повтаряне, чрез деформация, чрез възкресяване на стари форми. Различието е именно в постоянното обновяване, а то се постига чрез нови сглобки от познати парчета. Свободата да бъдеш различен се е превърнала в принуда да бъдеш като другите, постоянно да актуализираш цитати, които да налагаш върху собствения си проект за лайфстайл.

От стремежа към различие до самозаробването

Докато Антъни Гидънс разглежда понятието лайфстайл от позицията на рефлексивния проект за Аза и свободата на индивида да оформи сам наративите за себе си, в дигиталната ера тази свобода се оказва атрофирана. Днес свободата да изобретяваш и усъвършенстваш идентичността си е трансформирана в нов тип (само)заробване – на конкуренцията на Аза със самия себе си. Такава гледна точка развива философът и теоретик на културата Бюнг-Чул Хан, който в книгата си „*Psychopolitics: Neoliberalism and New Technologies of Power*“¹⁷ твърди, че западната концепция за свобода се е провалила до такава степен, че се е превърнала в робство. Макар че Хан не дефинира конкретно понятието лайфстайл, в текстовете му може да се прослед-

¹⁶ Тази тема развивам по-подробно в: **Петрова, С.** Усилени тела: съвършената красота и технологията на добавената реалност. – *Пирон* 18, 2019 [прегледан 14.09.2021], chrome-extension://oemmndcblldboiebfnladdacbfmadadm/http://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2019/10/15-petrova-augmented-bodies.pdf

¹⁷ **Han, B.-Ch.** *Psychopolitics: Neoliberalism and New Technologies of Power*. London; NY: Verso, 2017.

дят важни анализи на техниките за изграждане на идентичността в съвременната епоха на социалните мрежи и Големите данни. В „The Transparency Society“¹⁸ германският философ от корейски произход описва настоящото преживяване на индивидуалността като поредната фикция: всеки иска да бъде различен, точно защото всеки е един и същ. Това желание в аргументацията на Хан е доказателство за хомогенността в мисленето на индивидите. Резултатът е радикален конформизъм – хората приемат и се стремят да живеят „като всички“. Човек постоянно се върти около наложените (лайфстайл) идеали – модели за успех, които са обратната страна на различните форми на депресия и тревожност.

Хан развива понятието на Фуко за биополитика¹⁹, говорейки за психополитика. Днес, твърди германският философ, контролът се упражнява без налагане на контрол. Накратко, няма нужда държавата и институциите да налагат контрол, тъй като индивидите се самоконтролират доброволно. Желанието да се представиш, да се покажеш, да бъдеш информиран генерира нов тип контрол, базиран на зависимост. Основна характеристика на обществото на пърформанса е позитивизацията – да бъдеш изложен на показ, да можеш да се справиш без бариери. Позитивизацията на обществото на пърформанса нахлува в сферата на комуникацията благодарение на новите технологии на дигиталната ера. Парадоксалното е, че липсата на бариери, пълната свобода и неограничените възможности за комуникация стават средство за контрол и наблюдение. Технологиите на себе си, които Фуко²⁰ разбира като определени практики на собствен стил, и ги изучава,

¹⁸ Хан, В.-Ch. *The Transparency Society*. Stanford University Press, 2015.

¹⁹ В анализите си Мишел Фуко разбира под понятието биополитика форма на власт, която става актуална от XVII и XVIII век в западните общества. За разлика от суверенната власт, функционирала до този момент, която действа чрез заплахата за отнемане на живота, биовластта се стреми да управлява живота – да го контролира, регулира, подобрява. От своя страна, биовластта притежава две форми: анатомополитика (дисциплиниране на индивидуалното тяло – в училището, фабриката, затвора) и биополитика (фокусирана върху тялото като вид – контрол над начина и условията на живот, върху раждаемостта, смъртността, продължителността на живота). Вж повече по този въпрос в: **Христов, М.** Биополитика и социални неравенства. – *Годишник на Софийския университет „Климент Охридски“*, Философски факултет, книга Социология, том 102, 2010.

²⁰ **Фуко, М.** *История на сексуалността. Т. 2 Употребата на удоволствията*. Плевен, ЕА, 1994.

отделяйки ги от властта и господството, са се превърнали в средство за господство над собствената психика. Индивидът действа по такъв начин, че сам възпроизвежда за себе си мрежата от господство, която се тълкува като свобода.²¹

Хан изследва ефектите от този тип оформяне на идентичността и в книгата си „The Burnout Society“.²² В резултат от генералното превръщане на живота и разказите за себе си в проект, отговорността за който пада изцяло върху плещите на индивида, идеалният Аз, твърди Хан, започва да експлоатира сам себе си. Така рефлексивният проект за идентичност, който Гидънс определя на първо място през свободата на Аза да твори разказите за себе си, в ерата на социалните мрежи и високите технологии се е модифицирал в своята противоположност: свободата се е трансформирала в самоналожено робство. Макар че днес целта на хиперактивността на индивида е максимално ефективно, идеално представяне на себе си пред света, в крайна сметка се постига обратното – пълна неефективност: от предварително обречената на неуспех цел да завършиш проекта за идеалния Аз се раждат неврозите, депресията, прегарянето (burnout).

В обществото на ефективността и самоконтрола индивидите са конкуренти на себе си и доброволно излагат на показ дори най-интимните подробности своя живот, без да е необходим изричен външен контрол. В тази конкуренция със себе си лайфстайлът на непрекъснатото преследване на съвършенство се превръща във водеща характеристика. Перфектният лайфстайл е този, който постоянно се грижи да се усъвършенства. Единственото неизменно условие, императивът е да се подбраваш, но в предвидими форми – такива, които да те направят „като другите“. Достигането на уникалността е блокирано от условието тя да се постигне във вид, вече познат от екрана – от видеа, сериали, профили на инфлуенсъри в социалните мрежи. „Уникалността“ вече не означава неповторимост, а точно обратното – повтораемост на вече видени шаблони. Индивидът е свободен да избере сам своята идентичност, но тази свобода е свързана с възможността му да продължи играта с познатите модели, които ще събудят предвидима (позитивна) реакция у околните.

Лайфстайлът на постоянното доброволно излагане на показ изисква вписване в разпознаваеми образци, които бързо ще предиз-

²¹ Han, B.-Ch. *Psychopolitics: Neoliberalism and New Technologies of Power*.

²² Han, B.-Ch. *The Burnout Society*. Stanford University Press, 2015.

викат харесване (често сведено просто до реакция like в социалните мрежи). Изискването за прозрачност поражда принуда за съответствие – не-вписването в общоприетите стандарти може да означава социална изолация, подигравки, загуба на работа и т. н. Така в „прозрачното общество“, за което пише Хан, лайфстайлът се конструира на принципа на постоянната видимост – не само фантазиите за работа и прекарване на свободното време са изложени на показ; същото се отнася и до телесността, която днес се възприема като сбор от реалната и виртуалната си хипостаза, както и като непрекъснато разслояване и циркулиране между физическата и виртуалната реалност.

В заключение:

Ако в ранните изследвания на лайфстайла понятието отпраща към видимите характеристики на определена групова или класова принадлежност – с което става маркер на престиж, уважение и власт, днес лайфстайлът е индивидуален проект, който трябва да направи Аза видим, като по този начин го впише в нормите на „обществото на прозрачността“. Изискването за прозрачност обаче поражда принуда за съответствие. Властта, която лайфстайлът трябва да онагледява, е свързана с власт над себе си, със самозаробване.

Работата върху проекта за Аза наподобява подреждане на парчета от пъзел, което трябва да доведе до добре „изглеждащ“, идеален краен резултат. Неизменният императив за нещо ново се допълва от изискването на дигиталната епоха за непрекъснато усъвършенстване, с подобряване не само на уменията на работното място и начините за прекарване на свободното време, но и на собственото тяло. Медицината, фармацията, високите технологии създават илюзията, че сме в състояние постоянно да обновяваме себе си, да градим лайфстайл на основата на винаги актуалното, поддържането на младостта, подобряването на здравето, усъвършенстването на красотата. Непрестанното усилие на психическия и физическия аз обаче ражда един метамодел на лайфстайл, който осъществява неспираща конкуренция със самия себе си. Този мета-модел на лайфстайл трябва да събужда асоциация с нещо лесно разпознаваемо, известно от преди – и в този смисъл е полезно да се следват сигурните образци – вече видени на екрана в сериали, видеа, „сторитата“²³ в социалните мрежи. Вечни-

²³ В социалните мрежи story е кратко видео, което изчезва след определен период и потребителите имат ограничено време да го прегледат.

ят стремеж към „уникалност“ (популярна дума от градския сленг с положителна конотация) се изразява в крайна сметка в рециклиране, повторение, диктат на все-едно-и-същото. Лайфстайлът се оказва ремикс от познати детайли, а новината е в начина на сглобяването и налагането им към собствената индивидуалност. Самозаробването, за което говори германският философ Бюнг-Чул Хан, е в доброволното приемане на този тип лайфстайл като единствения възможен и превръщането му в (само)дисциплинираща практика.

В контекста на социалните мрежи се наблюдава постоянно изискване за нещо ново, което, парадоксално, ражда единствено игра с познати стереотипни модели. Новите технологии създават илюзията, че сме в състояние постоянно да обновяваме Аза, да градим лайфстайл на основата на винаги новото, поддържането на младостта, здравето, красотата. Но безкрайният демиургичен акт, при който Азът е творец на тялото, на живота, на социалните си контакти, ценностите, вярванията си, е атрофиран от изискването идентичността да се сглобява от вече познати парчета – защото само така ще бъде разпозната и одобрена в ситуацията на масовата прозрачност.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

Артог, Франсоа. *Режими на историчност*. Прев. Галина Вълчинова. София: НБУ, 2007.

Бъчваров, Минчо. *Философски речник*. София: Партиздат, 1978.

Веблен, Торстайн. *Теория на безделната класа*. Прев. Росен Люцканов. София: Изток-Запад, 2016.

Лозанов, Георги. *Земното щастие*. В. Търново: Фабер, 2020.

Петрова, Силвия. *Лайфстайл преса и женственост*. Благоевград: ЮЗУ, 2016.

Петрова, Силвия. Усилени тела: съвършената красота и технологията на добавената реалност. – В: *Пирон 18*, 2019, chrome-extension://oemmnndcblldboiebfnladdacbfmadadm/http://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2019/10/15-petrova-augmented-bodies.pdf

Фуко, Мишел. *История на сексуалността. Т. 2 Употребата на удоволствията*. Прев. Антоанета Колева. Плевен: ЕА, 1994.

Христов, Момчил. Биополитика и социални неравенства. – В: *Годишник на Софийския университет „Климент Охридски“*, Философски факултет, книга Социология, том 102, 2010.

Bourdieu, Pierre. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge & Kegan Paul, 1984.

Giddens, Anthony. *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age.* Cambridge (UK): Polity Press, 1991.

Gilleard, Chris, Higgs, Paul. *Contexts of ageing: class, cohort and community.* Cambridge (UK): Polity Press, 2005.

Han, Byung-Chul. *The burnout society.* Stanford University Press, 2015.

Han, Byung-Chul. *The transparency society.* Stanford University Press, 2015.

Han, Byung-Chul. *Psychopolitics: neoliberalism and new technologies of power.* London; NY: Verso, 2017.

Rose, Nikolas. *The Politics of Life Itself: Biomedicine, Power, and Subjectivity in the Twenty-First Century.* Oxford: Princeton University Press, 2007.

Scheys, Micelline. The power of life style. – In: *Society and Leisure*, 10, No. 2, 1986, pp 249–266.

Weber, Max. Class, status and party. – In: **Gerth, H.** and **C. W. Mills** (ed.) *From Max Weber.* New York: Oxford University Press, 1948, pp. 180–195.

REFERENCES

ARTOG, F. & G. VALCHINOVA (trans.). *Rezhimi na istorichnost.* Sofia: NBU, 2007.

BACHVAROV, M. *Filosofski rechnik.* Sofia: Partizdat, 1978.

BOURDIEU, P. *Distinction: a social critique of the judgement of taste.* London: Routledge & Kegan Paul, 1984.

FUKO, M. & A. KOLEVA (trans.). *Istoria na seksualnostta. T. 2 Upotrebata na udovolstviata.* Pleven: EA, 1994.

GIDDENS, A. *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age.* Cambridge (UK): Polity Press, 1991.

GILLEARD, Ch, HIGGS, P. *Contexts of ageing: class, cohort and community.* Cambridge (UK): Polity Press, 2005.

HAN, B.-Ch. *Psychopolitics: neoliberalism and new technologies of power.* London; NY: Verso, 2017.

HAN, B.-Ch. *The burnout society.* Stanford University Press, 2015.

HAN, B.-Ch. *The transparency society.* Stanford University Press, 2015.

HRISTOV, M. Biopolitika i sotsialni neravenstva. In: *Godishnik na Sofijskija universitet „Kliment Ohridski“*, Filosofski fakultet, kniga Sotsiologia, tom 102, 2010.

LOZANOV, G. *Zemnoto shtastie.* V. Tarnovo: Faber, 2020.

PETROVA, S. *Laifstail presa i zhenstvenost.* Blagoevgrad: SWU, 2016.

PETROVA, S. Usileni tela: savarshenata krasota I tehnologiatata na dobavenata realnost. In: *Piron*, 18, 2019. Retrieved: <chrome-extension://oem-mnncbldboiebfnladdacbfmadadm/http://piron.culturecenter-su.org/wp-content/uploads/2019/10/15-petrova-augmented-bodies.pdf>

ROSE, N. *The Politics of Life Itself: Biomedicine, Power, and Subjectivity in the Twenty-First Century*. Oxford: Princeton University Press, 2007.

SCHEYS, M. The power of life style. In: *Society and Leisure*, 10, No. 2, 1986, pp. 249–266.

VEBLEN, T. & R. LIUTSKANOV (trans.). *Teoria na bezdelnata klasa*. Sofia: Iztok-Zapad, 2016.

WEBER, M. Class, status and party. In: H. GERTH, C. W. MILLS (ed.). *From Max Weber*. New York: Oxford University Press, 1948, pp. 180–195.

LIFESTYLE TECHNIQUES IN A DIGITAL CONTEXT: FROM UNIQUENESS TO REPETITION

Abstract. The text focuses on the concept of lifestyle and the contemporary techniques for its construction. It traces the transition from Anthony Giddens' concept of lifestyle (based on the reflective project of the Self) to the new forms of constructing the project for oneself with the help of the Internet and new technologies. The digital individuality is experienced as a fiction – everyone wants to be different, precisely because everyone is the same. At the same time, however, the search for uniqueness is achieved only through familiar, infinitely repeated forms. Today's lifestyle is inevitably a combination of real and virtual elements, in which novelty is achieved through constant repetition and “improvement“ of what already exists.

Keywords: media, lifestyle, identity, social media, virtual reality

Silvia Petrova, Chief Asst. Prof.

South-West University “Neofit Rilski”

66, Ivan Mihailov Str., Blagoevgrad 2700

E-mail: petrova.silvia@abv.bg