

**ЗА НЯКОИ МЕДИЙНИ МЕТАМОРФОЗИ (КАК „ЧАЛГАРИ“
СТАВАТ „ЛИДЕРИ НА ГРАЖДАНСКИ КАУЗИ“)**

ВЕНЦИСЛАВ ДИМОВ

**ABOUT SOME MEDIA METAMORPHOSES (HOW
"CHALGARI" BECOME "CITIZENS 'CAUSE LEADERS")**

Ventsislav Dimov

Резюме: Текстът разглежда изграждането на образа на звездата в етнопоп музиката и ролята на медиите и медийната музика, като се спира на два случая – Слави Трифонов и Азис. На пръв поглед много различни, те са всъщност твърде сходни – както при механизмите на медийното налагане на образа на звездата, така и на употребата на медиите в конструирането на публичен ресурс и граждански ореол. Прието е предизвикателството да се интерпретират актуални културни явления през медийните им проекции, като се използват теоретичните постановки на Тайлър Коуен за икономиката на славата и на Джоузеф Най за меката власт.

Ключови думи: етнопоп музика, звезда, фенове, нови медии, слава, мека власт.

Summary: The proposed article shares observations on with the construction of the image of the star in ethno-pop music and the role of the media and media music, with two cases - Slavi Trifonov and Azis. At first glance, they seem very different, but they are actually quite similar - as with the mechanisms of media imposition of the

image of the star and the use of the media in the construction of public resources and attachment to civilian causes. The article attempts to interpret current cultural phenomena through their media projections, using Joseph Nye's theoretical statements on soft power; Tyler Cowen's for the Economics of Glory.

Keywords: ethnopop music, star, fans, new media, glory, soft power

Въведение: етнопоп – история и политика

В началото на 90-те години на XX век се очертава един ярък звуков израз на промените в България – локална популярна музика, свързана с балканските традиции (като съдържание) и с новите политико-икономически и социокултурни процеси (като функциониране). Лавинообразното нарастване на тази музика ме накара да я нарека в първата монография за това явление „етнопопбум“ (Димов, 2001).

Етнопоп музиката – локална популярна музика, свързана с балканските традиции (като съдържание) и с новите политико-икономически и социокултурни процеси (като функциониране), добила след 2000 г. нови емоционални и рационални ореоли с емик- и пейоративно название *чалга* – е ярък звуков израз на промените в България след 1989 (Димов, 2001; Стателова, 2003: 19-34; Дичев, 2016: 63-83). Понятието *чалга* произлиза от засвидетелстваното още през Възраждането название на локална градска популярна музика с етикета *чалгия* – турска заемка в българския език, означаваща етимологически музика, свирене, оркестър. Към средата на 90-те години *чалга* е сред утвърдените синоними на етнопоп музика в публичната реч, обозначаващ популярно-музикална практика с циганско участие, „естетика на смесването“ и „цигански идиом в българската музика“ (Димов, 1995; Стателова, 2003: 116-136). В същото време, обаче, докато етикетът *чалга* в интелектуалния, научен и медиен дискурс се свързва с негативни естетически преценки, в музикантския дискурс *чалга* има и положителна конотация, означава богата, хибридна, „съблазнена“ и „съблазняваща“ музика (Пейчева, 1999).

Резултатите от изследванията върху медийните образи на тази музика сочат, че *чалга* не е само музика. В България през последното десетилетие като магическа дума тя напуска музикалните си контексти и започва лавинообразно да се метафоризира: в българската публична реч през последните години се срещат идиомите *чалга изкуство*, *чалга литература*, *чалга наука*, *чалга индустрия*, *чалга бизнес*, *чалга политика*, *чалга народ*, *чалга история*... Но не всичко е *чалга*, а само това, към което питаем омерзение, срам, погнуса: отрицателното, неправилното, грешното, срамното. България като *Чалгария*. „България или Чалгария“ нарече своя статия за българския национализъм американският етномузиколог Тимоти Райс (Rise 2002), позовавайки се на критичния ми прочит (Димов, 2001:170-171) на есето „Чалгария“ на Мартин Карбовски. По подобен начин, бинарно-опозиционно и иронично, американската изследователка Дона Бюканън се позовава на свой български информатор (Димитър Лавчев), който споделя как преживява противопоставянето фолклор – *чалга*, за да определи метафорично постсоциалистическия период в България не като „демокрация“, а като „лудокрация/crazy-oscrasy“ (Buchanan 2006:426-430).

Етнопоп музиката е свързана с популизма в политиката. През 2010 г. Ройтерс обяви България за „попфолк република“: Тъй като се превръща в културния феномен, който българите обичат да мразят, „чалгата“ – както се нарича попфолка – привлича множество противоречия относно влиянието си върху младите и често е обвинявана за процъфтяване на популизма в политиката ... Не беше изненада, когато партията на ГЕРБ Борисов отпразнува изборите за победа миналото лято в попфолк клуб. Премиерът е и водещ герой в попфолк песни и олицетворява фигурата на силния човек“ (Ivanova, 2010).

На фона на „скъсеното“ разстояние между медии и политика, и „пожълтяването“ на последната, медийната хибридикация като комерсиално наложен компромис между сериозното и популярното (Спасов, 2000: 48-56), превръщането на политическото в шоу и медийно представяне в регистрите на популярната култура (Лозанов, Спасов, 2011:

9), възможно ли е обратното движение – популярната култура, и то локалната етнопопмузика, да се придвижи към политическото, разбирано като включване в обществения дебат в защита на социални, икономически, хуманитарни права и каузи? Отговорите ще бъдат потърсени на фона на близката история на етнопоп-дискурса в България и политическото метафоризиране на *чалгата*, а във фокуса на наблюдението ще бъдат поставени две от най-символните в публичното пространство звезди на етнопоп музиката, които имат особено място в актуалната телевизионна среда и социалните мрежи.

Звездата и обществото. Случаят Слави Трифонов

Преди да придобие славата на популярен певец, телевизионен водещ и продуцент, Слави Трифонов дебютира в студентското телевизионно предаване „Ку-ку“ като музикант и актьор в пародийни скечове през 1992 г.. Става известен като продуцент и участник в шоуто „Каналето“ през 1995 г., в което звучи етнопоп музика. Тази музика участва в свалянето на социалистическото правителство на Жан Виденов през 1997 г. – начело с Иван Костов, но и със Слави Трифонов, демонстрантите пеят на серия протестни митинги *чалга* парчето „Тайсън кючек“: „Седем-осем и ще си паднала!“. Нещо като политически преврат, но не с „Ролинг Стоунс“, а с етно-рок. Така определя музиката си Слави Трифонов: „Ние просто много професионално използваме ритми – български, балкански. Свирим рокендрол... Използваме електрически китари, groove-ът, цялата база е рокендрол, съчетана с балкански ритми... Тоест, ние сме една рокендрол банда, която свири български музика с балкански оттенъци и тази музика звучи по този начин. Дали ще му казваме „балканто“, дали ще му казваме „етно рок“, дали ще му казваме по друг начин, не е важно“ (Трифонов, 2015: 69). По-късно в студията ще се коментира това самоопределение, тук оставаме при етнопоп музиката, която през януари 1997 излиза извън обичайните по това време за нея пространства на кварталната кръчма или *чалготеката*, озвучава улиците и води протестиращите маси на градските площади. Слави Трифонов признава, че не са мислили музиката си като

протестна. Албумът „Хъшове“, песните от който стават едва ли не програмни на миниатюрната януарска революция, според Трифонов е замислен като „комерсиална музика“. Парчето „Тайсън“, което става хит, е създадено като „пародия на кючек“, но за изненада на своите автори и изпълнители, внезапно се превръща в „революционен химн“, след като за пръв път е изпято на ромски антиправителствен митинг пред сградата на БСП в Лом. По-късно тази песен, твърди Трифонов, се прехвърля и в Сърбия, където е преведена и протестиращите я пеят на митингите срещу Милошевич в Белград (Трифонов, 2002: 266-267).

През 2016 г. Слави Трифонов става един от основните инициатори за провеждане на национален референдум, подкрепен от половината гласували българи, насочен срещу партиите и политическата класа: за мажоритарна избирателна система, намаляване на парите за политическите партии и задължително гласуване. Най-голямата масово-музикална проява на президентските избори, по време на които се гласува и за референдум през есента на 2016 г., е концерт на звездата и инициативния комитет, който води за провеждането на референдум. На 29 октомври 2016, дни преди президентските избори и референдума, Слави Трифонов чрез продуцентската си компания (не чрез телевизионното шоу, защото телевизия Би Ти Ви се дистанцира от тази инициатива) организира безплатен митинг-концерт на площад "Орлов мост" в София, за да мобилизира електората за участие в инициацията от шоумена национален референдум. Площадът е пълен, според различни източници публиката е между 18 000 и 50 000 човека.

В краткото слово преди да запее, Трифонов казва, че не е „Слави от телевизията“, а един гражданин: „...Тази вечер се чувствам ужасно силен. Заради вас! (...) Чувствам се един от многото. (...) Един от вас. Един от тези, които изпълват със съдържание думата „суверен“. (...) Тя означава тези, които олицетворяват суверенитета. Върховната власт. Вие сте върховната власт! Вие сте върховната власт в тази държава. Опитват се да ви внушат, че това е или парламентът, или правителството, или президентът, но всъщност вие сте суверенът! А те са ваши служители. И

ако някой от тях не го е разбрал, тази вечер, на 29 октомври 2016-та година ще го разбере. Болезнено ще го разбере!“.

Основно послание на тази политическа проява, заедно със словото на Слави и сценаристите му, е музиката. Избрани са песни с патриотично и протестно съдържание, народни и авторски песни от най-харесваните в репертоара на Слави и „Ку-ку бенд“, без чалга: „NO MERCY“ или „Няма такава държава“ (авторска песен, съчетаваща изразността и стилистиката на хип-хоп и протестен рок) и „Не съм избягал“, „Жив е той, жив е“, „Боят настана“, „Къде си вярна, ти, любов народна“, „Де е България“, (възрожденски патриотични и революционни песни), „Кой уши байрака“ и „Назад, назад, моме Калино“ (народни песни), естрадната песен „Моя страна, моя България“, пее се националният химн на България „Мила родино“.

Въпреки липсата на чалга песни в концерта, негативните коментари отричат правото на шоумена да говори от името на народа и да оспорва властта като гражданин, защото е чалгар: „не референдума, а чалгата събра тези десетина хиляди, предимно млади хора, любители на фолк изцепките на Дългия“ – гласи един коментар в социалните мрежи. Популярният български блус певец Васко Кръпката, един от водачите на първите протести за демокрация в началото на 1990-те казва по повод на концерта пред референдума през 2016 г. във Фейсбук: „Не мога да повярвам! „Орлов мост“ ще бъде затворен за концерт на човека, който направи чалгата институция“. И пояснява възмущението си с културната война, която продължава в търсецата промяна България от десетилетия: от едната страна на фронта са борците за „културния подем“ и „свободата“: „свободни, беззащитни, романтични, безсребърници, опитващи се да измъкнат българската култура от хватката на половин вековния гнет на конюнктурната, одържавена „култура“, ръководена и контролирана от всевъзможни казионни съюзи. Ентусиастите от 80-те и 90-те, които пишехме музиката си по улиците и тя се раждаше от спонтанното ни чувство, че може да станем свободни, ако повярваме“. От другата страна са „бухалките“ и „кратунките на конци“, които заливат

културата с „мощна бухалко-силиконова-посттекезесарска суб-халтура с мазни спонсори, натъпкани с мръсни пари“. Кръпката завършва с увереността, че орлите на символичния софийски мост, издържали държавнически посрещания на Хрущов, Брежнев, Кадафи и пр., ще издържат и този концерт: „Долу чалгата! Да живее Свободния български дух!“ (Кръпката, 2016). Подобен е патоса на писателката Теодора Димова: „Само преди едно поколение “Орлов мост” беше свидетел на най-светлите надежди и най-чистите пориви. Те бяха стъпкани в калта именно от чалгата и затова е съвсем закономерно сега на “Орлов мост” да триумфира чалгата. Трябва да ни е станало ясно, че чалгата не е музикален стил, а политически инструмент” (Димова, 2016).

Социалните мрежи представят концерта на Орлов мост като битка на морални каузи и политически идеи: от едната страна на барикадите са „чистите пориви“, „борбата за свобода“, „романтичните безсребърници“, „потомствените софийци“; от другата – „мутрите с бухалките“, „мръсните пари“, „чалгата“, провинциалистите, дошли да печелят в София. От друга перспектива концертът на Слави е възмездие над вечно-хленчещите нео-либерали и елитаристи. Журналистът Емил Кошлуков, през 2016 г. водещ на авторско предаване по „Канал 3“, пише във фейсбук: „70-те човека, които затваряха Орлов мост цяла година, сега са възмутени, че 70 000 го затварят за един ден. Представям си човек, който пикае на ъгъла на Витошка и Патриарха, свършва, вдига си ципа, отстъпва назад и нагазва в лайно: Как може да серат в центъра на София бе, егаси селяните! И сега спорът тук е, че оня, дето пикаел, пиел изискано зелен чай с джинджифил, а другият ял кисело зеле. Ерудирани, съдържателни дебати вървят, да ти е драго да ги четеш. А смешното е, че каузата е една - и свалянето на Орешарски, и референдумът за смяна на избирателната система. И двете са задължителни. Едното стана, дано да стане и второто (Кошлуков, 2016). На този полюс е и мнението на общественика Вени Марковски, вицепрезидент на ICANN, американска неправителствена организация: „Аз пък гледах видео от концерта и сега, докато слушам северноафриканската *чалга*, която дъни на макс за руските

туристи в хотела ми в Тунис, си задавам едни такива неудобни въпроси: Ех, колко ли прекрасна щеше да е държавата ни, ако се пееха повече бунтовно-революционни песни – като тези от концерта на Слави?”. Коментарът на Марковски от дистанция претендира за обективност: „Концертът на Слави послужи за отваряне на... не, не на кутията на Пандора. По-скоро на обществото. От едната страна се наредиха нехаресващите Слави, неслушащите чалгата, мразещите известните, непонасящите въпросите на референдума, скептиците, част от интелигенцията на страната и др.п. От другата страна са момичето, развяващо знамето на снимката, пеещите със Слави, десетките хиляди хора, струпали се по „Цариградско шосе“. Към тях трябва да добавим и още стотиците хиляди, слушащи песните на Слави, както и един-двамата милиона, гледаци „Шоуто на Слави“ (Марковски, 2016). За голяма част от любителите на Слави той е патриот и възможен водач: „Слави се превърна в новия Паисий“; „Слави президент!“. Част от медиите споделят респекта към пеещия водач: „Няма втори като него! Хиляди на Орлов мост! Политиците на колене!“ (Попов, 2016).

На концерта на Слави Трифонов не звучи чалга, но в критичния дискурс това е *чалга*-концерт. Като предизборна и политическа проява, концертът е поставен в дискурса на културната война и ако приемем *чалгата* за лакмус, събитието показва как медийната музика участва в превръщането на един „чалга-идол“ в лидер на гражданско движение. Следва да се уточни, че Слави Трифонов не приема етикета *чалгар*, още по-малко приема определянето на музиката им с „Ку-ку бенд“ като *чалга*. В автобиографичната си книга „За мен е чест“ казва: „В България терминът „чалга“ е придобил негативен образ. „Чалга“ на турски означава музика. А когато в България се каже „чалга“, се има предвид нещо, което е ниско стойностно и ниско качествено. Защото се асоциира преди всичко със силиконовите цици и с крадените песни от съседните народи. Но това, което правим ние, не е такова и това е ясно на всички. Дори и на тези, които говорят, че ние правим чалга, им е ясно, че това не е чалга. Използването на балкански ритми и балкански елементи... това не

означава, че е чалга... Това не е чалга и аз го казвам не защото така ми изнася. Аз съм професионалист, музикант съм от 6-годишен. Аз съм израснал с Малер и Бетовен, и Бах, и Моцарт... Кой е този, който може да дойде на мен, подготвен от 6-годишен, завършил всичко това, и да ми обяснява какво е чалга?“ (Трифонов, 2015: 69-70).

Книгата е издадена преди концерта, а Слави Трифонов има амбициите да бъде народен любимец и водач отдавна. В този смисъл, шоуменът Слави Трифонов с капитализираната си телевизионна слава може вече да не пее – достатъчно е да се изплези, както го прави на обложки на албуми и постери. Но това е предишен етап, в който след албумите с пародийни цигански песни, етнопоп хитовете, патриотични македонски и възрожденски песни е търсил нов, хулигански имидж на музикална рок звезда. Новият стадий в метаморфозата на звездата е друг тип „плезене“ – не като рекламния рокаджийски бранд в поза на „Кис“, а нещо като партизанска гримаса: да се изплезиш на системата, на властта, ще рече да приемеш ролята на противник в политическата игра, представена като шоу спектакъл. Всъщност новата политическа гримаса е отдавна подсказана. Или поне от времето, когато Слави Трифонов, придобил самочувствието на шоу звезда с „Ку-ку“, се е „пробвал“ и на площадите през зимата на 1997. Още от времето, когато Слави и „хъшовете“ си бръснат главите пред парламента, когато предаването е свалено от ефира на БНТ през февруари 1998 г. Още по-красноречиво, когато между 1998 и 2001 г. от „Хъшове“ се ражда политическото движение „Гергьовден“, а Слави и компания се самоопределят като „най-мощния политико-сатиричен коректив на властта“ (Трифонов, 2002: 279).

Предизборната проява показва как медийната музика, телевизионното шоу и славата на звездата притежават сила да превърнат един „чалга-идол“ в лидер на гражданско движение. Звучи като метаморфоза, като превръщане на гъсеница в пеперуда, но промяна може и да няма. Защото тя не е съществена, когато се измерва меката сила на етнопоп музиката. Слави Трифонов продължава да бъде лидер в процесите на упражняване на мека власт чрез пеене и песни. Прави го като артист – една от звездите

на локална популярна музика на Балканите. Прави го като продуцент – на себе си, собственик на собствената си музикална и продуцентска компания и като такъв, инвестиращ в конструирането на собствения си имидж на звезда. Етнопоп звездата е носител и посланик на определени ценности, притежател на меката власт, която единствена може да сринне силните играчи от отбора на твърдата власт – партийните лидери, държавниците, политиците. Звездата е натрупала имиджов капитал, който използва както за своето кариерно развитие, така и за активно промотиране на ценностите, разпространявани чрез меката власт на етнопоп индустрията. Конструираните от развлекателната индустрия образи на *чалга* звездите често изразяват ценности, от рода на тези, за които казва Най, че звучат по-мощно, отколкото думите, защото заразяват със собствената си символика (Nye, 2004: 4, 47).

Бръсненето на главите на „Хъшовете“ е пърформанс – накарани да млъкнат със свалянето им от ефир, те, подобно на репресираните през тоталитаризма дългокоси рокаджии, се „привеждат във вид, удобен за властта“. Бръснатите глави по-късно находчиво ще се превърнат в собствен знак. Петнадесетият албум на Слави и „Ку-ку бенд“ (чиято обложка краси скулптурно изображение на голата главата на Слави с лавров венец), се нарича „Vox populi“/„Глас народен“ (2002). Обръснат от властта, Слави става нещо като „император“ на народа. През 2016 г., с организирания от екипа му референдум и с концерта на „Орлов мост“ Трифонов звучи още по-убедително като „глас народен“. На митинга пее песента „Няма такава държава“ и продължава в речта си: „Нема такава държава“, но има такъв народ“. Такъв народ, който прави от певеца на народа народен водач.

Паралелно с площадното заявяване на политическите си амбиции през 2017 г. Слави Трифонов издава албум „Има такъв народ“. Албумът се анонсира с примери на българи, дали нещо на света, а мисията му е да покаже че и днес има българи, които продължават да дават. Главен герой, а същевременно адресат като „таргет група“ на този албум и политическите амбиции зад него е народът. Тук е мястото да се уточни

какво се разбира под „народ“. Народът, както сочи сръбския антрополог Иван Чолович, се явява нещо като „колективен юнак“ (Čolović, 2008: 46-52), който в популисткия разказ, обединяващ масата в „ние“, може да се противопостави на антагонистичната власт, т.е. „тях“ и като *deus ex machina* да подкрепи политическите амбиции на звездата, която говори и пее от и в името на народа.

Залагайки на патриотични и популистки послания, през 2018 г. Трифонов издава последния си албум „Песни за българи“, посветен на „140 години от Освобождението на България от турско робство“. Албумът се анонсира така в празничното „Шоу на Слави“ по bTV на 3 март 2018 г.: „И макар да са били заклеймявани като шовинистични и великобългарски, тези песни никога не са преставали да се пеят. Защото те изразяват националния стремеж и възжелението за национално освобождение и на българите в България, и на българите в така откъснатите наши територии. Ние смятаме, че тези песни трябва да стигнат до всеки. Затова направихме специален диск с тези песни и ги подарихме на всяко едно българско читалище. Както и на всяко едно българско училище, където и да се намира по света, защото вярваме, че въпреки всички трудности, винаги там е било и ще бъде мястото, където се кове българският дух. Ние вярваме, че всеки един от нас има един дълг пред всички, които са били преди нас и пред всички, които ще дойдат след нас – да знае, да помни и да предава нататък. За да я има България!“.

На 10 юни 2018 г. Слави Трифонов и Ку-ку бенд имат концерт в „The O2 Arena“ в Лондон, с участието на „Златните момичета“ от Националния ансамбъл по художествена гимнастика, танцьори от Националния фолклорен ансамбъл „Филип Кутев“, балет „Магаданс“, рапърът Криско, братята Хасан и Ибрахим Игнатови (открити и предложени от „Шоуто на Слави“ да представят България заедно с Крисия Тодорова в „Детската Евровизия“ през 2014 г.), пред 20 хиляди зрители – българи, живеещи в Англия. Концертът е под надслов „Системата ги убива“ и приходите от него са дарени в подкрепа на деца с увреждания. Всеки посетител получава като подарък албума „Песни за българи“. Слави подкрепя с този

концерт движението на майки на деца с увреждания, превърнало се в Гражданско движение „Системата ни убива всички“ – и със средствата от концерта, и с медийните си проекти, като кани протестиращи в шоуто и огласява исканията им. Едно от предаванията с най-висок рейтинг резонира с един от най-упоритите протести срещу правителството, продължил повече от година с палаткови лагери и митинги, организирани от майки на деца с увреждания. Мълчанието на медиите за тази подкрепа и концерта се тълкува като свидетелство за натиск на твърдата власт и атестат за меката власт на продуцираните от Слави телевизионно шоу и музикални поряби. Журналистът Иван Бакалов пише във фейсбук: „Това прилича на тотална информационна завеса. Не съобщават нищо положително за Слави Трифонов, защото му оказват политическа подкрепа. Тоест – медиите са придатък на политическите партии, които виждат заплаха в Слави Трифонов. (...) Имаме си цензурирани медии пропагандатори, като по времето на комунизма“ (Бакалов, 2018).

Дали метаморфозата, която се случва пред очите ни, не е новата форма на популизъм, която препоръчва да развием като начин на борба срещу корупцията, властовия диктат, европейската бюрокрация Ернесто Лаклау? На мястото на борбата на обществени и икономически отношения идва кръстосването на дискурси и важната роля на медиите в изработването на тези послания. Популизмът, според Лаклау и Шантал Муф, е превръщане на плебеите в „народ“, в „ние“, което се противопоставя на „тях“ – тези, които са на власт. Популистското „преодоляване на различията“ изисква лидер, който олицетворява исканията, и символи – „кухи означаващи“, които да обединяват последователите. Предполага и „политическа неяснота“, в която „народът“ придобива „чудодейно измерение“ (Кьошеян, Ламбер, 2015). В подобна схема Слави Трифонов се вмести плътно. Има я звездата, която притежава известност и признание от масите. Има ги символите, които обединяват звездата и феновете, превърнали се в политически съмишленици – черните фланелки с надпис „Системата ни убива“, възрожденските и патриотични песни, но и авторските, че и чалгата,

която като „кухо означаващо“ може да превърне дори „Тайсън къочек“ в революционен марш. Има го и чудодейния „народ“, който като „колективния юнак“ на Чолович възкръсва срещу властта като нова и чужда „сган проклета“, подобно на враговете в националистическия дискурс на военните маршове, като въпросната позабравена песен на Добри Христов („Идем, идем, сган проклета“ – забравен марш с незабравена мелодия, на която се пее и станалата популярна след 1944 г. партизанска песен „Партизан са бой се стяга“), която звездата връща на народа като част от символите, които ги обединяват.

Азис като Мадона, Азис като Мандела

Медийните изяви на българските етнопоп звезди Слави Трифонов и Азис през септември 2018 г. са поредно доказателство, че икономиката на славата може да осребрява и политически дивиденди.

Трифонов започва осемнадесетия сезон на телевизионното си шоу в малко студио, без публика, оркестърът е с намален състав, балетът – също. Песните в студиото не са колкото преди. В едно от първите предавания се коментира яростната атака в медиите срещу новия клип на Азис с участието на известната актриса Цветана Манева. Слави ги защитава от нападките, които според него не са срещу песента, музиката или посланието ѝ, а срещу *чалгата*. „Позна ли ме“ е една еkleктична екранизация на етнопоп песен с хибридна музикална фактура (музикалните смески съдържат мотиви от фюжън музика, етнопоп песен с ориенталска орнаментика във вокала, електрическо рок звучене на китарите и балкански брас саунд а’ла Брегович и „Ку-ку бенд“) и хибридни послания в текста – призив да се разбират и приемат позитивно различните, малцинствата – социални, полови, етнически, религиозни. Монологът на актрисата Цветана Манева, който е в заключителната част на клипа, затвърждава посланието на музикалната картина и разказ: „Човешката природа е жестока към всяка чужда грешка. Различните са тук, не са измислени. И кой реши, че те са грешка. Кой? Отхвърляме ги, обругаваме ги. По тях крещим. Защо? Простаци ли сме? Невежи? Зли ли

сме? Или сме жестоки хора, забравили, че са добри“ (AZIS - Pozna li me?, 2018).

Клипът, качен на 7 септември 2018 г. в личния фейсбук профил и Ю Тيوب канал на Азис (AzisOfficial, 2018), предизвиква бурни реакции – различни интелектуалци го отричат със сарказъм в печатни, електронни и дигитални медии, фейсбук е пълен с хейтърски коментари. Повечето заклеят и иронизират посланието като чалгарско, фалшиво, кич. Критикува се преднамерената, фалшива и комерсиална употребата на граждански каузи от чалга звезда, която търси нов имидж в стремежа да се продаде по-добре. Журналистът Драгомир Симеонов обяснява превръщането на ниската във висока култура като отражение на дебелината култура (чалтура, чалга, на масите) в тънка (изкуство, култура на елитите): Азис е неподражаемо явление в чалгата, защото се променя и преоблича в нови социални и граждански каузи така, че се превръща от „Българската Мадона“ в „Българският Мандела“ (Simeonov, 2018A).

„Позна ли ме“ и яростните културни битки около нея могат да се приемат и като метафора на етнопоп музиката като инструмент за упражняване на мека власт, доказателство за ефективността на нейните политически ресурси. Чалгата става все по-неразпознаваема, не само защото е преоблечена в клипа на Азис в западни одежди, в имидж от рокерски татуировки и шотландски килтове, в рок-аранжменти и съпровод на пиано. А и защото става поле за въздействие върху масовата публика през музиката на идеи – вече не само популизъм и национализъм, а и на нови либерални ценности. Някога, в зората на демократичните промени в началото на 1990-те, протестите се водят от рокзвезди с мегафони и китари в ръка, пеят се класически рок парчета и новосъздадени политически песни в рок стилистика, като „Комунизмът си отива“ и „Развод ми дай“. Сега авангардът на гражданските движения и каузи е в социалните мрежи и сайтове за видеообмен, където се качват клипове, които обединяват чалга звезди и интелектуалци, които искат бъдат чути не само от потребителите на високата култура. Всъщност, посланията на Азис са основно за неговата „таргет група“, за хората на етнопоп

музиката – за народа, за феновете, които като потребители на културния продукт на звездите ще платят с похвала, „лайкове“ и „шервания“ – с очакваното креативно потребление на култа към звездата. Известно е, че звездите на популярната култура са доказано средство за налагане чрез тях политически послания, за възпитаване на граждански качества в обществото: Коуен сочи като примери борбата на актьора Марлон Брандо за правата на индианците, на боксьора Касиус Клей срещу вьетнамската война и т.н. (Cowan, 2000). Чалга звездата Азис не се заявява граждански за пръв път с клипа „Позна ли ме“ на 7 септември 2018 г. В CV-то му има и такива факти: избран за председател на комисията за култура на партията с „етническа, социална и либерална насоченост“ „Евророма“ през 2005 г., бил лице и кандидат в кампанията на партията за парламентарните избори тогава. През 2007 г. БСП избира Азис за едно от лицата на кампанията си за избори на депутати за Европейския парламент. В разгара на споровете около това в партията, кандидатът за евродепутат Илияна Йотова аргументира избора му с това, че фолкпевецът е „проект на търпимостта“. Все пак, заради скандалите в партията, предизборният щаб заменя Азис с каба гайди за първомайските тържества. Чалгата е опитвала да всмуче и преди граждански каузи и политически функции, но винаги се е натъквала на поредата битка от десетилетната културна война.

През 2018 г., фронтовете на културната война са различни – с изплъзващи се контури, хибридни като етнопоп музиката, която все повече заприличва на „нещо като нищо на света“ и се разпознава, ако не по щипката ориенталски „подправки“ в музиката, по продължаващото „лютене“ в очите на мразещата я част от българите. Скандалният преди Азис (да припомним исторически щрих от близката история на попкултурата: през 2005 г. в рап-песен на „Апсурд“ е наречен „Васко педераста“) вече и символ на толерантност – това личи по начина на възприемане на клипа му „Мотел“ през 2017 г.. „Това, което преди години щеше да бъде определено като „мазна чалга“ днес е смислено послание. След години борба с поп-фолка, родната интелигенция видя смисъл в

негов продукт. Година и няколко месеца след като бе забелязан от „Ню Йорк Таймс“, Азис намери мястото си като част от културата“ (Димитров, 2017). Но дори и само цитираната статия в „Webcave“ през 2017 г., а в още по-голяма степен и многобройните коментари на „Позна ли ме“ през 2018 г. показват, че нито обществото, нито интелигенцията са познали в метаморфозата този „метоним на чалгата“ (Дичев, 2016: 83). Това, че и песента, и неговата музика не се приема като безпроблемно послание, е факт. Както и факта, че веднага след дебатите през септември 2018 г. Азис осребрява за пореден път известността си срещу нова телевизионна порция слава – като водещ на поредното риалити шоу „Биг брадър“. Което за пореден път предизвика дебати, от които избирам отново фейсбук реплика на Драго Симеонов, защото тя ни връща към паралелите между Азис и Слави: „Значи, Азис е толкова талантлив тв водещ, че аз му викам вече Костинбродския Слави, не славей“ (Simeonov, 2018Б).

Заклучение

Извеждането на културните различия, констатира Ивайло Дичев в началото на книгата си „Културата като дистанция“, става актуално след залеза на идеологиите, остойносттаващи света; в епохата на глобалното смещение и мобилността; замяната на нормативността от заразителността на интересното; превръщането на качеството в количество; възшествието на популярното като национален идентификатор (Дичев, 2016: 7-13). В Сърбия се кръстят на иконата на Цеца Величкович и пеят като химни турбо-фолк песните ѝ – през 2010 г. на студентска изложба в Ниш Владислава Джурич, възпитаничка на Факултета по изкуства на Нишкия университет излага иконата „Света Цеца“, на която звездата е изписана като светица, с микрофон и ореол, а художничката обяснява, че идеята не е нейна, а на народа, който нарича турбо-фолк звездата „сръбска майка“, приема я за символ на борбата и жертвата като вдовица на Аркан, възприема я не като певица, а като национален герой (Митровић, 2011). Български фенове „волят“ (обичат – с надписи „волим те“ върху български трибагреник е посрещната Цеца Величкович от публиката на

концерта в Зала „Арена“, София през 2014 г.) Цеца и върху националното си знаме, което вече е обличало голото тяло на чалга-дивата Камелия в поздравителна картичка за Националния празник 3 март 2015 г. Първите избори за европарламентаристи в България през 2007 г. ще останат в историята и с дебатите около включването на чалгата в политиката: чалга-звездата Азис (изграждащ оригинален имидж с хомо- и транссексуални провокации) първоначално участва в предизборната кампания на Българската социалистическа партия, което предизвиква критика отядно. Слоганът на социалистите „Европа за теб“ иронично се перифразира от популярния български журналист Мартин Карбовски така: „Европа за нас, Азис за теб!“. В десния критически дискурс случаят „Азис“ се свързва с употребата на *чалгата* като ерзац в политиката – левите са на власт я използват, за да разсеят и отклонят вниманието от нерешените реални проблеми на обществото: политическа корупция; криминално поведение от страна на лица, заемащи високите етажи на властта; организирана престъпност; бюджетен дефицит; разбито здравеопазване; съсипано образование; криза в науката и културата; ниски пенсии и доходи; масова бедност. Отляво чалгата и Азис се интерпретират в медийните дебати съвсем различно: чрез привличането на звездата Азис *чалгата* може да символизира равенството във възможностите – един ром, с нестандартна сексуална ориентация („обратен“), облечен с рокли (травестит), е всъщност по-популярен от многото десни интелектуалци. Неговата музикална кариера символизира възможността в едно закостеняло и консервативно общество да пробиеш, като заложиш само на своето различие (Димов, 2009: 120). В началото на 2007 г. са обявени резултатите от националната кампания на БНТ „Великите българи“, която се реализира по формат на Би Би Си – сред първите 30 от 100-те признати от народа за велики българи са Азис и Слави Трифонов, които изпреварват премиера Бойко Борисов (б.а., 2006). Подобна е констелацията турбо-фолк – политика – популярност в съседна Сърбия: през 2001 г. проучване на общественото мнение поставя в Топ 10 на най-големите медийни звезди в Сърбия политици (Воислав Коцуница,

Слободан Милошевич, Зоран Джинджич) и турбо-фолк певци (Цеца, Джей Рамадановски, Аца Лукас) – Цеца, наричана „майка на нацията“ и „Цеца Национале“ е на второ място (Šentevska, 2015).

Как, къде и защо звездите на локалната популярна музика стават национални символи и лидери на граждански каузи? В звездните траектории на Слави, Азис и Цеца има нещо общо – интензивното налагане на образите им във визуалните медии. За тоталното проникване на популярното в хибридно културно поле на медиите и политическото му овластяване вече е писано: за ключовата роля на телевизионната образност, в която пародийното, сексуалното, ексцесивността изземват властовия ресурс на политическото, като го профанират (Спасов, 2000: 151-152); за музикално-пародийното на телевизионната гротеска като една от предпочитаните форми на забавлението в телевизията (Попова, 2015: 204-209); за новата политическа сила на пеещия глас в хибридните, визуални светове на дигиталните медии (Димов, 2014). На този фон на медийно транспониране на политическото в регистрите на популярното, което обуславя метафоричното назоваване на съвременната ни култура като „цивилизация на зрелището“ (Марио Варгас Льоса), „общество на спектакъла“ (Жил Липовецки), „супермаркет за изображения“ (Алвин Тофлър), които обитаваме, „забавлявайки се до смърт“ (Нийл Постман), не е странно, че Слави и Азис са станали не само звезди на попкултурата, а и личности с властови ресурс.

Азис като *чалгар*, ром и гей, се оказва един от националните символи, не само и не толкова защото фасцинира – едновременно привлича и погнусява (Дичев, 2016: 83), не само с ценностната амбивалентност и приеманата неопределеност, с харесваните маково „бедна музика и пищна телесност“ (Statelova, 2008; Стателова, 2011: 124-127). Той е медийна звезда, алтернатива на старите дихотомии в новата свободна модерност на пресичащите се културни, икономически, етнически, медийни, технологически, финансови потоци (Ападурай), която чрез медиаполитиката на музиката си става един от символите на меката сила на либералния дискурс, който по Шантал Муф се характеризира със

силния си акцент върху ценностите на индивидуалната свобода, защитата на човешките права, зачитането на индивидуалния избор и различията и натурализиране на статуквото, представяйки тези ценности като „реално състояние на нещата“ (Муф, 2013: 12-15). Телевизионната звезда Слави Трифонов, за част от обществото поставен под негативния етикет „чалгар“, за друга, по-голяма част от българите има различна стойност – звезда на народа, която има по-голям властови ресурс от всеки политик в България. Делата и думите, песните и телевизионните предавания, политическите акции и гражданските инициативи, които оглавява и олицетворява Трифонов през последните години го превръщат за голяма част от българите в персонален символ на граждански движения, които могат да бъдат определени като близки до т. нар. „демократичната традиция“, чиито основни идеи са тези за „равенство, тъждество между управляващи и управлявани и народен суверенитет“ (Муф, 2013: 12-13).

Днес транзитолози, политолози и журналисти настояват, че преходът е свършил, но културната война срещу *чалгата* не затихва. Тя е актуална и неизбежна, защото е израз на случващите се в момента властови борби в полето на популярната култура. Етнопоп музиката, наричана пейоративно чалга, отдавна не е субкултура и ъндърграунд, нито е само „културна интимност“; а публичен факт, мейнстрийм, защото е проникнала навсякъде: в политика, медии, бизнес, реклама, развлечение, всекидневие... Тъкмо тази нейна масовост и тоталност я прави поле на идейни и политически битки, среща на противоположни интереси, на икономически, политически и обществени противоречия. Нейната контраверсивност не се дължи само на радикалността на някакви маргинализирани елити, както подхвърля в предговора на книгата „Аз, Азис“ Ваня Щерева: „Ще бъда обвинена от една малка група хора, че съм паднала на дъното, занимавайки се със символа на чалгата, която така гадно превзе България през последните години. Мръсната, долна чалга. И че съм си продала гъза много сериозно и съм пълен боклук. В същото време една огромна група хора ще ми благодарят за това прекрасно преживяване, което им се е случило – да надникнат в света на своя

любимец“ (Щерева, 2006). Едва ли се дължи само на внезапната видимост на проблемните хора и групи, предизвикала културен шок у тези, които са с моделирано мислене от социалистическата държава и които не могат да приемат внезапното разпадане на „бюрократичната благообразност“ (Дичев, 2106: 82-83). Културната война ще продължи не само като погнуса, а и като една от проявите на „демократичния парадокс“, за който говори Шантал Муф (Муф, 2013).

И *чалгата*, и *анти-чалгата* могат да се окажат заложенници във властовите борби, израз на различни отношения към съпротивата срещу доминиращите властови отношения. Тъкмо на „фронтовата линия“ на културната война, там където културният избор се заявява под флагите на споделените идентичности и символичните принадлежности (Димов, 2009: 115-116), *чалгата* може да заяви себе си като избор на масите, които оспорват изборите на елитите – локално и регионално срещу глобално, източно и ориенталско срещу западно, балканско срещу европейско, но и неолиберално срещу демократично. Отдавна е известно, че *чалгата* може да действа като показна „контракултурна стратегия“ – израз на локален културен избор, конструиращ се срещу Европа и Запада, проява на отпор срещу негативните стереотипи за Балканите (Kiossev 2002; Ćolović 2008: 115).

Ресурсите на етнопоп музиката като мека власт се обясняват с нейната медийност и популярност. Меката власт като вид духовна власт, свързана с идеология, култура и морална привлекателност, която стимулира хората да правят това, което искат с увлечение и убеденост, и ги скланя към предварително очаквано поведение, е присъща на популярната култура, на медиите като част от информационната революция, шоубизнеса и развлечението. Тя е по-дифузна и по-бавно действаща от твърдата власт, но постига това, което се изплъзва от контрола на твърдата власт – желанието на широката аудитория (Nye, 2004: 26-30; 99-100). В резултат на дифузното влияние на меката власт чрез медиите, медийните и музикални звезди се превръщат в модели за подражание – шоуменът може да превърне славата от развлечението в сила на политическо

влияние, да стане гражданска фигура и национален символ. Такъв случай е шоуменът Слави Трифонов – медийна и етнопоп звезда като певец, водещ на токшоу и собственик на продуцентска компания, който се превръща в лидер на граждански движения. Подобен случай е Азис, който за част от публиката става символ на либерални ценности и прогресивно гражданско мислене и действие.

Могат ли *чалгари* да станат лидери на граждански движения? Може ли чалгата да се превърне от гъсеница в пеперуда? Тази метаморфоза е възможна, защото и медиите, и музиката стават все по-флуидни и многозначни, хибридни и метонимични. Защото попкултурата и шоубизнеса в съвременните постиндустриални общества се остойностяват чрез славата и фаворизирането на артистите; в случая – етнопоп звездите. Както отбелязва Тейлър Коуен, славата е основен организационен принцип на комерсиалната култура, тя комодифицира индивида и образите му – колкото по-известна е звездата, толкова по-склонни са феновете да плащат за нея, да я ценят, и това не винаги съответства на заслугите на фаворизирания (Cowen, 2000). Феновете са потребители, които плащат с похвала и получават възнаграждение от споделянето на култа в общност, защото да обичаш звездата с други хора заедно е по-забавно, когато групово пеете, танцувате, скандирате, когато в социалните мрежи групово „лайквате“ и „шервате“. Славата на звездите е необходима на феновете, тя създава тяхното колективно пространство, в което се споделят емоционални, естетически, а в случая със Слави Трифонов и Азис – и граждански и политически ценности.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

ДИМОВ, Венцислав (1995). Фолкбумът и попхарактеристиките му. *Български фолклор*, 1995, № 6, 4-19.

ДИМОВ, Венцислав (2001). *Етнопопбумът*. София: Българско музикознание. Изследвания.

ДИМОВ, Венцислав (2009). За чалгата с омерзение и обич. В: Дичев, Ивайло и Орлин Спасов (съст.). *Новите млади и новите медии*. София: Институт „Отворено общество“, 110-128.

ДИМОВ, Венцислав (2014). Треска в делнична вечер (За медийната сила на песента в един не само акустичен свят). В: Ангелова, Вяра, Мария

Нейкова, Жана Попова (съст., ред.). *Радио, разказ, реч. Юбилеен сборник в чест на проф. д-н Снежана Попова*. София: УИ „Св. Климент Охридски”, 35-47.

ДИЧЕВ, Ивайло (2016). *Културата като дистанция*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.

КЪОШЕЯН, Размиг, Рено **ЛАМБЕР** (2015). Ернесто Лаклау – вдъхновител на „Подemos. *LE MONDE DIPLOMATIQUE*, 3. септември 2015. Достъпно на: <<https://bg.mondediplo.com/article1407.html>>. (Последно посещение: 15 юли 2019).

ЛОЗАНОВ, Георги, Орлин **СПАСОВ** (2011). От съставителите. В: *Медиите и политиката*. София: Фондация „Медийна демокрация“, Фондация „Конрад Аденауер“, 9-11.

МИТРОВИЋ, Маријана (2011). „Неподношљива лакоћа“ (субверзије) национализма: естрадна тела у постсоцијалистичкој Србији. *Гласник Етнографског института САНУ*, LIX (2), 125-148.

МУФ, Шантал (2013). *Демократическият парадокс*. София: „Изток-Запад“.

ПЕЙЧЕВА, Лозанка (1999). Съблазнената музика (чалгата според ромските музиканти). *Българско музикознание*, 1999, №1, 59-65.

ПЕЙЧЕВА, Лозанка, Венцислав **ДИМОВ** (съст.) (2005). *Музика, роми, медии*. София: Звездан.

ПОПОВА, Жана (2015). *Жанрове и форми на забавлението в телевизията*. София: Полиграф Юг.

СПАСОВ, Орлин (2000). *Преходът и медиите. Политики на репрезентация (България 1989-2000)*. София: УИ „Св. Климент Охридски“.

СТАТЕЛОВА, Розмари (2003). *Седемте греха на чалгата. Към антропология на етнопопмузиката*. София: Просвета.

ТРИФОНОВ, Слави (2002). *За стърчането. Неговите живот, истории, поучения, теории и натяквания, записани от Любен Дилов-син*. София: Сиела.

ТРИФОНОВ, Слави (2015). *За мен е чест. Откровенията на Слави Трифонов, записани от Иво Сироманов*. София: Сиела.

ЩЕРЕВА, Ваня (2015). Предговор. В: *Азис. Аз, Azis*. София: Съни мюзик, 4-6.

BUCHANAN, Donna (2006): *Performing Democracy: Bulgarian Music and Musicians in Transition*. Chicago: The University of Chicago Press.

COWEN, Tyler (2000). *What Price Fame?* London: Harvard University Press,

ČOLOVIĆ, Ivan (2008). *Balkan – terror culture*. Beograd: Biblioteka XX vek.

KIOSSEV, Aleksandar (2002). Dark Intimacies: Maps, Identities, Acts of Identification. In: *Balkan as Metaphor: Between Globalization and Fragmentation*, edited by Dušan I. Bjelic and Obrad Savic, 165-190. Cambridge, MA: The MIT Press.

NYE, Joseph (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.

RICE, Timothy (2002). Bulgaria or Chalgaria: The Attenuation of Bulgarian Nationalism in a Mass-Mediated Popular Music. *Yearbook for Traditional Music* 34:25-46.

ŠENTEVSKA, Irena (2015). „Turbo folk rules!”: Turbo-Folk, Chalga and the new elites of the post-socialist Balkans. *Mediální studia*, 2015, No: 2, 152-171.

STATELOVA, Rosemary (2008). Chalga-Girls and Guys: Poor Music – Rich Bodies. In: *Vienna and the Balkans: Papers from the 39-th World conference of the ICTM*, Vienna 2007, eds. L. Peycheva and A. Rodel. Sofia, Institute of Art Studies, BAS, Bulgarian Musicology. Studies, 102-105.

ИНТЕРНЕТ ИЗТОЧНИЦИ

БАКАЛОВ, Иван (2018). Постинг във Фейсбук профил на Мартин Карбовски, 24 май 2018. Достъпно на: <https://www.facebook.com/martinkarbovskiofficial/posts/2141067985908387?comment_id=2141079115907274&reply_comment_id=2141129252568927&comment_tracking=%7B%22tn%22%3A%22R%22%7D>. (Последно посещение: 15 юли 2019).

Б.а. (2006). Стоте велики българи в класацията на БНТ. 24 декември 2006. Достъпно на: <http://www.factor-news.net/index_.php?ct=1&id=9557>. (Последно посещение: 15 юли 2019).

ДИМИТРОВ, Никола (2017). Азис като пиенето на бира в парка. *Webcafe*. Достъпно на: <https://www.webcafe.bg/webcafe/da-go-weba/id_1229428855_Azis+kato+pieneto+na+bira+v+parka>. (Последно посещение: 15 юли 2019).

ДИМОВА, Теодора. 2016. Блус. *Портал Култура*. Достъпно на: <<http://kultura.bg/web/%D0%B1%D0%BB%D1%83%D1%81/>>. (Последно посещение: 10 юли 2019).

КОШЛУКОВ, Емил. 2016. 70 души, които затваряха Орлов мост цяла година, са възмутени, че 70000 го затварят за ден. *Епицентър.бг*. Достъпно на: <<http://epicenter.bg/article/Koshlukov--70-dushi--koito-zatvaryaha-Orlov-most-tsyala-godina--sa-vazmuteni--che-70000-go-zatvaryat-za-den/112663/2/0>>. (Последно посещение: 10 юли 2019).

КРЪПКАТА, Васко. (2016) Кръпката: Не мога да повярвам! Посттекезесарската халтура ще затвори „Орлов мост“. *OFFNEWS*. Достъпно на: <<https://offnews.bg/analizi-i-komentari/krapkata-ne-moga-da-rovjarvam-posttekezesarskata-haltura-shte-zatvor-638678.html>>. (Последно посещение: 10 юли 2019).

МАРКОВСКИ, Вени. 2016. Неудобни въпроси след концерта на Слави. *e-vestnik.bg*, 30 октомври 2016. Достъпно на: <<https://e-vestnik.bg/25678/neudobni-vaprosi-sled-kontserta-na-slavi/>>. (Последно посещение: 15 юли 2019).

ПОПОВ, П. (2016). Няма втори като него! Слави направи истински фурор! Хиляди на Орлов мост! Политиците на колене! *Онлайн вестник Струма*. 30 октомври 2016. Достъпно на: <https://www.struma.com/obshtestvo/nyama-vtori-kato-nego-slavi-napravi-istinski-furor-hilyadi-na_106712/ www.struma.com>. (Последно посещение: 15 юли 2019).

AzisOfficial (2018). My New Song. *Facebook профил Azis*. 7 September 2018. Достъпно на: <<https://www.facebook.com/AzisOfficial/>>. (Последно посещение: 15 юли 2019).

AZIS - Pozna li me? (2018). #Azis #Poznalime #AzisOnline. Азис - Позна ли ме? (Official video). *Azis Online*. Публикуван на 7.09.2018 г. Достъпно на: <https://www.youtube.com/watch?v=Smdc5GcCM-A&fbclid=IwAR2T4MoCjIBUsA_rp_rXi9FLk5SGwRSfOmQKGQEEQWWWjDx06oCVoTN_sY>. (Последно посещение: 15 юли 2019).

IVANONA, Irina (2010). Controversial popfolk rules Bulgaria's dancefloors. *Reuters*. Достъпно на: <<https://www.reuters.com/article/us-bulgaria-music-popfolk/controversial-popfolk-rules-bulgarias-dancefloors-idINTRE65N36X20100624>>. (Последно посещение: 10 юли 2019).

SIMEONOV, Dragomir (2018А). Facebook профил Dragomir Simeonov. 8 September 2018. Достъпно на: <<https://www.facebook.com/dragomir.simeonov.5>>. (Последно посещение: 15 юли 2019).

SIMEONOV, Dragomir (2018Б). Facebook профил Dragomir Simeonov. 15 September 2018. Достъпно на: <<https://www.facebook.com/dragomir.simeonov.5>>. (Последно посещение: 15 юли 2019).