

**МУЗИКАНТИТЕ КАТО ФЕНОВЕ НА ПУБЛИКАТА.
ОБРАЗИ НА КОНЦЕРТНАТА ПУБЛИКА И МЕДИЙНАТА
АУДИТОРИЯ
ЖАНА ПОПОВА**

**MUSICIANS AS FANS OF THE AUDIENCE.
IMAGES OF THE CONCERT PUBLIC AND THE MEDIA AUDIENCE
ZHANA POPOVA**

Резюме: Изследването на медийните публикации и телевизорни предавания след 1989 г. с участието на една определена група музиканти – правещите естрадна музика творци – показва, че има област, в която властта на публиката е необходимост, за да бъде запазена властта на автора. Естрадните музиканти говорят за публиката си като за „добър човек“; за дете, което трябва да възпитава и учат как да разпознава стойностната музика. В периода 1990-2017 г. музикантите рисуват няколко основни образа на публиката: на сватбарската публика, на родителите и детето в публиката, но непрестанно припомнян е и образът на „феномена съветска публика“. Един от основните резултати от изследването е, че музикантите ясно разграничават „концертната публика“ и „медийната публика“ като въображаеми общности.

Ключови думи: естрадни музиканти, българска естрадна музика, медии, концертна публика, медийна аудитория

Summary: The research of the media publications and TV shows after 1989 with the participation of a certain group of musicians - the artists making Estrada

- shows that there is an area where the power of the audience is a necessity that preserves the power of the author. The Estrada musicians describe their audience as a 'good person' or a child, they need to teach how to recognize valuable music. In the period 1990 - 2017 the musicians draw a couple of key images of the audience: the weddings audience, the parents and the child in the audience, the supranational symbol, the constantly reminded image of the "phenomenon soviet audience". A key finding of the research is that the musicians clearly distinguish between "concert audience" and "media audience" as imaginary communities.

Key words: Estrada musicians, Bulgarian estrada music, media, concert public, media audience

Разместването на границите между авторството и възприемането като ясно отграничени позиции в процеса на комуникация чрез медиите, е отдавна анализиран процес (Turner, 2008, Попова, 2004, Дичев, 2011). В речника „Език на медийната регулация. 123 термина“ (Табакова и др., 2005) аудиторията е представена като важна за отношенията медия-рекламодател. Аудиторията са „зрителите/слушателите, които са включени в измерването на гледането/слушането на дадена програма“ (Табакова и др. 2005: 16). В изследването си „Радио, публики, стилове“ Снежана Попова задълбочава анализа на същността на публиките (Попова, 2004). Определението ѝ е: „публиката на една медия преди всичко друго е „струпване“, „съвкупност“ (Попова, 2010: 84). В определен смисъл те са напълно реални струпувания – в някакъв малък отрязък от време просто се „състоят“, само че в този смисъл публиките са недостъпни; затова за публики говорим, когато някакви техни представители бъдат събрани чрез анкета/изследване“ (Попова, 2004: 84). Ливингстън се интересува от типа „колективност“, която се поражда и след дигиталната революция. (Livingstone, Das, 2013). В редица изследвания са анализирани практиките, чрез които „почитателските аудитории“ и феновете променят или искат да променят съдържанието (Manovich, 2001 Turner 2008, Лилова, 2011)

В света на естрадната музика и телевизионния ѝ живот след 2008 г. наблюдаваме употребата, но като културна телевизионна индустрия, на една от най-типичните практики във взаимоотношенията автор-публика: имитацията. Естрадните музиканти започват да оценяват като членове на журита в „Х-фактор“, „България търси талант“, „Мюзик айдъл“ и др., а феновете на тяхната музика се превръщат в „изпълнители“, като пеят кавърверсии на песните им. Ситуация, типична за културата, която Лев Манович нарече „култура на ремикса“ (Manovich 2001), в която „комерсиално“ придобива нови значения. В света на музиката кавърверсията на песните е особена форма на очертаване на границите на авторството, както показва Райжекова в изследването си на алтернативната сцена. (Райжекова, 2019). Зрителят на телевизиите след 2000 г. е разположен пред смесването едновременно на записите на кадри с **оригиналните изпълнения** на естрадните музиканти по **Сателитния канал „ТВ България“, изобразяващи забавлението по време на тоталитарното минало**, и кадри от „новото“ телевизионно време по bTV и „Нова тв“ – с кавъри и римейк на оригиналните естрадни песни (някои от които също са кавъри на „западни“ италиански, френски, немски и англоезични парчета).

Музиката, която остана естрадна

Създаването и институционализирането на естрадата у нас са процеси, изследвани от редица учени (Еленков, 2008, Ангелов, 2015, Стателова, 2019). Но музиката, която е част от естрадното изкуство, не изчезва с падането на Тодор Живков от власт. През 1990 г. естрадните музиканти започват да назовават себе си „попмузиканти“. За периода 1990-2017 г. естрадна музика като название два пъти променя смисъла и оценъчната си стойност. Първоначално – в периода след 1991 г. названието „естрадна музика“ се използва част от вестниците в негативен план, свързвано е със символното наследство на социалистическото минало и естетическата пропаганда на отхвърления режим. След 2001 г. обаче започва процес на постепенна медийна преоценка на смисъла на „естрадна музика“, „естрадна певица“, „естраден певец“ и до 2008 г. наблюдаваме превръщането на

„естрадна музика“ в название за положително явление в музиката, за качествена музика, хубава музика, високо художествено произведение.

Докато отчитаме процеси през този период на постсубкултурна стилова неопределеност и флуидност на младежките движения (Bennett 2003, Nesmondhalgh 2005,), наблюдаваме как групите, организирани около естрадната музика наподобяват устойчива структура, около която се формират идентификации – както поколенчески, така и социални. Въпреки че самите естрадни музиканти настояват на това, че са забравени от медиите, отхвърлени и отречени от музикалните редактори, въпреки че не се самоопределят част от мейнстрийм култура, естрадната музика не се превръща в субкултура в периода 1990-2017. Тя съществува като паралелна култура, редом с „новата българска поп музика“ (която също навърши своите почти 20 години) и етнопоп музиката, наричана „чалга“, „поп-фолк“ (вж. повече Димов, 2001, Стателова, 1995, Buchanan, 2006, 2015). Употребата на популярната култура за утвърждаване и налагане на национални ценности и лозунги не е само българско явление (Cloonan, 1997, 1999, Patton, 2012), но са интересни изследователските резултати за планирането на определени концепции за развитието на социалистическата нация (Angelova, 2018), на гражданите на родината (Якимова, 2011), както и резултатите от механизмите за влияние върху въображаеми общности, които дават резултати във време, в което държавата е променила своето развитие (Пейчева, 2008, Деянова, 2009, Спасов, 2009, Петрова, 2019, Попова, 2019, Димов, 2019).

Изследваният материал от интервюта с естрадните музиканти обаче дава основание да се направи изводът, че след 1999 г. естрадната музика започва отново да се налага – и чрез медиите – като **основна музика, но разпространителите ѝ се стремят не към национално разпространение, а напротив – към малки общности в медии с наднационално разпространение**, каквито са сателитната телевизия за българите в чужбина и интернет видеоплатформата, в която се събират хора, обединени от близки културни корени.

Един от тематичните кръгове, който се очерта като постоянно повтарящ се (като резултат от дискурс анализа на интервютата във вестниците и телевизиите с

естрадните музиканти) в хода на изследването, е свързан с отговорите за „благодарността на публиката“ като награда за постигнатия труд. В този текст обобщавам резултатите от изследването на тази конкретна част от интервютата, която ни показва как музикантите виждат своята публика. Описанието на публиката е свързано с очертаването на границите на професията. Както казва в интервю Васил Найденов по БНТ от 2015 г.: *„Професията ни е много хубава! И ние понякога много се оплакваме, обаче най-хубавото е, че тая професия ни свързва с най-различни хора. Имаме достъп до от проститутки до президенти, от борци до академици, до какво ли не.“* (БНТ, празнична програма, 1 януари 2015 г.)

Интервютата с естрадните музиканти след 2008 г. показват, че те започват да оценяват и описват естрадната музика като *местна*, в този смисъл субкултура спрямо англоезичната музика и глобалната хегемония на комерсиализираната музика, особено след приемането на страната ни в Европейския съюз. Естрадната музика не е единствено българско явление. Редица изследователи анализират развитието на естрадната песен като културно явление у нас (Дичев, 2016, Димов, 2019, Стателова, 2019, Попова, 2018, 2019), както и в страните от бившия „социалистически лагер“ и пост-съветските държави (Draganova, 2019, Klenke, 2019, Patton, 2012, Tochka, 2016, Ventsel, 2018).

Но можем да обобщим, че след 1990 г. се оформя специфично културно явление „българска естрадна музика“, което можем да дефинираме така: музика, създавана с помощта и под контрола на държавата преди 1990 г., която губи своите възпитателни функции и идеологическа натовареност след политическите промени от 10 ноември 1989 г., но след 2001 г., и особено след появата на телевизионните музикални състезания по чужд образец през 2008 г., названието „българска естрадна музика“ започва да се използва активно за утвърждаването на музиката от времето на държавния социализъм като **качествена, професионално направена поп музика, изпълнява на български език.**

Бихме могли да разгледаме последователното завръщане към естрадните музиканти като герои на вестникарски сюжети и излъчването на естрадна музика в телевизиите след 2001 г. като хибридизацията, описана от Лул, като израз на

културното потребление и производство, разгледани като процес на активна селекция и синтез на познатото и новото (Lull, 1995: 161). Но кое е „новото“ в естрадната музика след 1990 г.? Ново е **преживяването** на тази музика **наведнъж**, нова е възможността за **произволно разместване** на историческите времена и отделните периоди в развитието ѝ, така че едновременно да звучат песни от 60-те и 80-те години на миналия век, наред с първите записи в Радиото. Това е възможност, която предлага възприемането на целия период от 1944 до 1989 г. без възможност да се правят оценки между различните етапи в целия период, избирайки само определени парчета от цялото.

Изследването

Изследването¹ тръгва от тезата, че „естрадната музика“ е социална конструкция, чрез която се обозначава част от популярната музика, създавана по времето на режима на управление до 1989 г., която продължава да работи, стъпвайки върху определени стереотипи активно в медиите и по време на т.нар. „преход“. Тази музика продължава да се изпълнява и след политическите промени, но постепенно до 2017 г. „естрадна музика“ започва да се различава от „популярна музика“. Медиите я представят като дял от популярната музика, натоварена с определена идеологическа и естетическа функция от управляващата партия преди 1989 г.

В настоящия текст са представени резултатите от изследването на три източника: част от популярната българска периодика в периода 1990-2018: (вестниците „Дума“, „Демокрация“, „168 часа“, „Уикенд“, „Дневник“, „Сега“ в периода след 1990 г.); архив от музикалните телевизионни състезания „Х фактор“, „България търси талант“, „Гласът на България“, както и „Най-хубавите години от нашия живот“; и 10 автобиографични и биографични книги. Анализът показва, че естрадните музиканти са устойчиви „герои“ на журналистическите разкази, независимо от промените, които настъпват в нагласите на публиките към различни

¹ В текста са представени от резултатите от изследването на медийните биографии на естрадните музиканти в българските медии след 1989 г. (по проекта „Меката власт на популярната музика (по примери на България и Балканите)“, подкрепен по ФНИ.

форми на популярната музика след 1990 г., анализирани в научната литература. (Стателова, 1994, 2009, Димов, 2018, Попова, 2018).

В хода на изследването се оформи обменен корпус от интервюта, в които музикантите описват публиката. Тук е представен анализът на интервютата в няколко специфични случая. Рамката на изследването е 1990-2017 г.

Музикантите – фенове на публиката си

За *сетивата за изкуството на слушателите и стила на публиката* естрадните музиканти говорят почти непрестанно през изследвания период от 1990-2017 г. Основният елемент от естрадното изкуство е **контактът с публиката**. А един от жестовете в сценичното поведение на певците е *слизането от сцената сред публиката*. Екстазът от това сливане на автора и публиката трябва да завърши с „пеенето заедно“. Анализът показва, че музикантите описват най-често публиката в двете крайности: на затворената семейна картина и голямата политическа сцена.

1. Семейството-публика. Спомнянето за младостта като рефлекс за публичност

1.1. Сватбарската публика и невъзпятата младост на „прехода“

След 2006 г. настъпва процес, който можем да наречем „вторична селебретизация“ на естрадните певци. Естрадните музиканти отново стават „звезди“, след като са преминали пътя от популярни личности към немедийни личности. След първоначалния митингов екстаз остават незабелязвани в медиите в периода 1994-1999 г., особено след медийните репрезентации на колективни структури като „ние“ и „те“, анализирани от Снежана Попова до 2000 г. (2001). Но този процес на медийно „озвездяване“ протича чрез разказите на естрадните музиканти за слизането им от „голямата сцена“ на „частната сцена“, за преживяването на различните политически режими.

До 2015 г. Георги Любенов, Искра Ангелова, Владимир Пенев, Сашо Диков, Милен Цветков, Лора Крумова, Галя Щърбева, Диана Любенова, Росен Петров, Мартин Карбовски оформят контурите на „носталгията по социализма“, която е обяснявана

чрез „носталгия по младостта“, тананикаща естрадни песни. Музикантите първоначално изтъкват „новото“ в музиката, аранжимента, настояват на новите си текстове, но журналистите ги тласкат към описанието на „носталгията по социализма“.

Този процес става особено активен по време на финансовата и икономическа криза „в Америка“ и „на Запад“ от 2008 г. Крахът на икономиката и крахът на илюзиите там се превръща в подходяща основа за развитието на втория етап от т.нар. „носталгия по социализма“, за която пишат редица изследователи. Даниела Колева анализира процеса на „утопичното“ връщане не към самото минало, а към представата за това какво е трябвало да бъде социалистическото минало (Колева, 20, 429-431). Но носталгията и по бивша Югославия, и в Германия има „реална“ изгубена територия, по която се тъгува. Особеното с българските „доставчици на носталгична услуга“ е, че трябва да набавят територия, на която да се изгражда този утопичен свят на „обещанието“ какво беше (трябваше да бъде) социалистическото минало. И тази територия е търсена в две посоки: „чужбината“ като място, на което българите са прокудени, но правят свои български общности, от една страна, а от друга – Русия, като място, на което българите са винаги добре приети, като бивше „наше“ изгубено място.

Сателитното разпространение на телевизиите изобразява като медийна аудитория български общности от различни места в чужбина, които се събират на семейните си празници и слушат естрадната музика от миналото.

Изследваните интервюта по телевизията обаче показват и друга специфична съвкупност, която обединява поколенчески различни групи – **сватбарската публика**. Но подобни струпвания на публика не би могла да възпроизведе колективна памет за „хубавата песен, правена по времето на социализма“, ако не бяха медиите и видеоплатформите.

Васил Найденов описва младоженци, които са превърнали „Телефонна любов“ в сватбен химн. Коментирайки новите музиканти „дошли някъде от провинцията“ и разделянето на „естрададжии“ и „едни амбициозни хора“, в „Денят започва с Георги Любенов“ обаче певецът надарява публиката с едно изключително

качество: „(...) публиката не ги заобичва, знае ги перфектно, но не стават Апостол Карамитев, не стават Лили Иванова, не стават примерно Парцалев. Като че ли има страхотна избирателна способност драгият зрител, драгата публика – знаят ти пломбите, знаят ти любовниците, знаят всичко и въпреки всичко нещо не се вписва. Трябва да станеш част от къщата, да станеш като предмет от дома му.“ („Денят започва с Георги Любенов“, БНТ, 15.04.2014)

Един от най-често повтаряните мотиви в интервюта е този за „лишената публика“, „лишената младеж“. В кризисни за естрадната песен години музикантите-жертви използват образа на публиката като жертва на нечии влияния – идеологически, пазарни и/или медийни. Фигурата на „публиката, на която й влияят“ задължително се свързва с образа на „редактора“, още по-често това е „редакторката“ от радиото: „Тесногръди редактори влияят върху вкусовете на хората. (...) И нашата младеж е лишена да слуша хубавите стари песни. Мои колеги, които утвърдиха българската песен, отсъстват от програмите на радиото и телевизията. Слава богу, тези месеци все по-често слушам хубави, забравени български народни песни.“, в интервю на Емил Димитров („Дума“, Брой 24 юли 1990, бр. 112)

Когато започват да пеят през 60-те години, естрадните музиканти са млади и забавляват *младежта*. Натоварени са със задачата да я възпитават в *правилния* вкус, да разтушават младите труженици и летовници.

В книгите си Митко Щерев и Развигор Попов разказват, че по времето на социализма правят основните си концерти по време на пролетните балове и студентските забави. Туризмът е основната сфера, в която работят – от забавлението на летуващите чужденци в ресторантите и казината за чужденци в морските курорти до участията им на сцената на „Златния Орфей“, когато представят България в международния конкурс. През 1990 г. част от зрелите вече музиканти са извън страната – на договорени с различни импресарио турнета или на договор в заведения в Германия, Скандинавия. За много от музикантите началото на прехода към демократично управление съвпада с тяхната житейска зрялост.

Каква е публиката, която забавляват естрадните музиканти през 2017 г. и как се променя през този почти 30-годишен период? От описанията, които самите музиканти правят като фенове на своята публика, разбираме, че тя се състои от пораснали и наситили жаждата си за англезична музика, „възпитани в добър музикален вкус българи“, и техните наследници.

1.2 Родителите в концертната и медийната публика

В интервютата на музикантите в изследвания период 1990-2017 г. се откроява една фигура – тази на родителите. Тя става особено видима в периоди на криза. В периодите 1991-1994 и 1996-1998 интервютата са изпълнени с обвинения към родителите, които не възпитават в „правилните ценности“, в „правилните вкусове“ децата си. Тогавашните вече родители са децата на „бившите младежи“, които те са възпитавали.

В първите години на 90-те „децата“ са натоварени от новите вестници да изпълняват същата роля, която им е отредена и в пресата преди 10 ноември: те са метафора на бъдещето. След 1999 г. на родителите в публиката им е **предадена властта да маркират границите на частния и публичния живот**. Родителите позволяват децата им да бъдат снимани в публиката на „концерти, които не са за деца“. Детето винаги е присъствало в публиката на естрадните концерти. То е свързващият образ между „преди“ и „сега“.

Лили Иванова успява да постигне особено сливане на времето преди и след 1990 г. с повтарянето на неин любим журналистически материал, който е публикуван във в-к „Труд“ през 1987 г. „Гражданинът отядно“. Част от образите, които описва авторката Дарина Герова, се повтарят многократно и през следващите години, въпреки че текстът е от „друго време“. Журналистите след 1990 г. също открояват особено силно **образа на детето в концертната публика**: „Особено вълнение у мен предизвикаха децата и момичетата с букети и младите, които ѝ целуваха ръката, и онзи неизвестен войник с карамфилите, и една пълничка, поживяла жена, която не се посвени да излезе на подиума – само и само за да ѝ благодари.“ (в. „Труд“, 1987 г.) Образът на детето е свързан с един основен маркер в утвърждаването на

естрадна музика като важна за възпитанието на бъдещото поколение – то е виждано от журналистите и преди, и след 1990 г. като „носител на българския език“. След 2008 г. обаче детето освен като бъдещ зрител и носител на българския език, вече е важно и като бъдещ консуматор на собствената си телевизионна и фейсбук проекция, като бъдещ музикален продукт.

2. „Феноменът „руска публика“. Борбата за новия руски пазар

Един от повтарящите се журналистически въпроси в интервютата с музикантите е коя е най-впечатляващата, най-важната или най-скъпата награда. Точно този въпрос предизвиква като речеви акт отговор с описания на публиката. Естрадните певци и певици описват публиката като най-скъпата награда.

След 2006 г. е разгърната планирана кампания, под патронажа на държавния глава Георги Първанов, за събирането на хората, които са обединени от едно общо място – **работата в бившия СССР**. След 2011 г. в тази кампания са включени някои от общините, в които печелят кандидатите на ГЕРБ, а държавата подкрепя кампаниите с организирането на конкурси за детска рисунка или песни.

Публика, която е обединена от работното място, се оформя като най-устойчивата общност. Случаят с работещите в бившия Съветски съюз българи в различни икономически браншове е много специфичен, защото показва как емоционалната връзка от работата се свързва с емоцията от музиката. Показва и механизма, по който музиката на бившите естрадни изпълнители е използвана като ресурс от неправителствена организация, подкрепена постепенно от 2003 г. до 2019 г. от президента, Министерството на земеделието и Министерството на образованието и няколко общини. За самите естрадни музиканти Съветският съюз е **най-добре платеното работно място по времето на социализма**, към което част от тях се стремят, според интервютата им през периода след 2006 г. и книгите им, издадени след 2010 г.

Специална естрада за русофили в България – сцената край язовир „Копринка“

През 2003 г., край София, е организиран за първи път събор на „българи, работили някога в Коми“. Според данни на самите организатори най-напред се събират около 800 души. Още на следващата година съборът е преместен до язовир „Копринка“, край Казанлък. Инициативата е развита от националното движение „Русофили“, а мястото е избрано и заради наличието на военни комплекс и завод в областта. През 2011 г. съборът на работилите и учили в бившия Съветски съюз е описван от председателя на „Русофили“ Николай Малинов като единственото място, на което обичащите руската култура и душа могат свободно да вдигнат глава и да изразят своята привързаност.

През 2009 г. Николай Малинов започва мащабна кампания за запазване на паметниците на руските и съветските воители, „за помощ в изучаване на руския език, за запознанство с творчески колективи от Русия“. **От 2003 до 2018 г. в медиите е променен и образът на „русофилите“.** През 2011 г. в интервю за в. „Дума“ Олга Решетникова оценява работата на организаторите като героизъм: *„Истината обаче е, че в съвременното българско общество има и русофили, и русофоби, при това и едните, и другите могат да бъдат открити във всички политически партии, вероятно с изключение на ДПС. Но никой в Русия не бива да забравя - политическият и информационният климат в днешна България е такъв, че се изисква гражданско мъжество, за да се обявиш открито за русофил“.* („Дума“, 30 септември, 2011) Край яз. „Копринка“ се събират 10 хиляди души през 2009 г., а организаторите отчитат 25-30 хиляди души през 2018 г.

За четвъртия събор държавата се включва активно: през 2007 г. е проведен под патронажа на президента Георги Първанов. Вестниците съобщават през 2007 г., че на „специално построената естрада гостите на събора“ се веселят със специалните гости Веселин Маринов и комиците Петър Добрев и Илия Цоцин. През годините публиката, обединена от русофилството, е забавлявана от различни естрадни изпълнители. През 2011 г., когато се провеждат президентските избори, но и местните избори, Веселин Маринов открива предизборната кампания на ГЕРБ в Бургас, а до язовир „Копринка“ са Петя Буюклиева и Венци Мартинов. През 2011 г. присъстват лидерът на БСП Сергей Станишев и кандидатът за президент от БСП

– Ивайло Калфин. През 2011 г. местните избори и президентските избори са спечелени от ГЕРБ. Новоизбраният президент Росен Плевнелиев демонстрира проатлантически и проевропейски избор, като демонстрира отказ да включва руските дипломати в събития, свързани с възпоменателни прояви.

Особено място в тази публика имат **военните**. Част от военните служители от Казанлък са учили в университетите в Тула и Москва военна техника и военно дело, а заводът „Арсенал“ и ВМЗ в Карлово са местата, в които се завръщат да работят. Залата на културния дом на „Арсенал“ е място за концертите, организирани в града. През 2011 г. кметските избори в Казанлък печели ГЕРБ и кмет става Галина Стоянова, която превръща община Казанлък в съорганизатор на събора. През 2017 г. тя е избрана за зам. председател на НД „Русофили“.

Спомените за работното място обединяват различни групи от хора – военните, работилите в Коми, учителите в СССР, които имат общи места на колективната памет. Едно от тези общи места са преживяванията и спомените от младостта им като публика на концертите на естрадните изпълнители там преди 1989 г.

Бисер Киров, Мими Иванова, Христо Кидиков са сред участниците в проявите през септември край яз. „Копринка“. Така, докато излъченият от ГЕРБ президент води външна политика, стоейки далеч от Русия, местният лидер отново от ГЕРБ в общината отваря града за проруски концерти и проруска политика.

Съревнованието за новия руски пазар.

След 2006 г. руският пазар за естрадна музика, изпълнявана от български естрадни музиканти, отново започва да предизвиква интереса на звездите на естрадата.

Президентът Георги Първанов още в първия си мандат назначава Бисер Киров като „светник по културата“ в българското посолство в Москва от 2006 до 2010 г. А след това Министерството на външните работи на България го назначава за посланик на добра воля в Руската федерация. Според интервютата с музикантите Бисер Киров определя кой може да пее пред новата руска публика. Носталгията по руската душа и по руската култура обаче не е превърната в носталгия по Съветския съюз, а в носталгия по „ценностите на комунизма“, както ги наричат макар и малка

част от музикантите, а като една от най-важните му ценности е, че „*държавата има политика за културата*“.

Бисер Киров припомня първия си фестивал в Сочи през 1967 г., когато печели трета награда с песента по стихове на Радой Ралин „Човекът, който не подписа“. „*Вече знай, че Онзи отваря завесата на Бъдещето и Той кани зрителите. Благодарен съм Му, че ми откри феномена „руска публика“.* Тя е искрена до самозабрава и предана до смърт. За артиста това е достатъчно.“ („Стандарт“, 8.11.2016, използвано е интервю за “Cross” от 2015)

След 2009 г. Лили Иванова също се връща към фестивала в Сочи в интервютата си: „*Да се пее пред руска публика, е голямо удоволствие. Винаги съм чувствала отдаденото внимание, горещото възприемане на моето творчество в Съветския съюз, в Русия. (...) В България ме научиха и заобичаха именно след конкурса в Русия.*“ („Уикенд“, 2009). Конфликтът между Бисер Киров и Лили Иванова за достъп до руската сцена се задълбочава особено след 2012 г., когато е издадена автобиографията на Лили Иванова „Истината“ (Иванова, 2012). През 2017 г. Бисер Киров издава „Благодарствена песен“ (Киров, 2017), като подчертава интереса на другите музиканти към руската сцена, особено на Лили Иванова, но изтъква, че дори Кирил Маричков го е питал дали може да работи там, въпреки неговото самоопределяне като „антикомунист“. Описанията на руската публика е сходна и в текстовете на Митко Щерев и Стефан Димитров, въпреки че оценката за държавата е различна.

Заклучение

Да се върнем към определението за публика и аудитория. Публика ли е това, което описват музикантите? Или аудитория? Интервютата със „звездите“ очертават границата, която естрадните музиканти слагат, между „концертната публика“ и „медийната аудитория“. Концертната публика е по-важна за бизнеса на музикантите, тя включва в себе си и онези микрогрупи и общности, които имат общо емоционално минало, но медийната аудитория има друга функция – да помни, да има памет за „*класиката на българската песен*“. За разлика от всички

играчи на медийния пазар, които не забелязват пенсионерите като съществена част от публиката, Бисер Киров очертава образа на най-ревностните зрители на БНТ: „Време е в БНТ да има музикална програма за най-ревностните ѝ зрители - пенсионерите. Тогава и техните внуци ще чуят класиката на българската песен и ще знаят героите на близкото минало.“ („Стандарт“, 8.11.2016) Те са виждани като родителите, които предават паметта за хубавата музика. **Концертната публика е добра, медийната публика – краде от музиканта.** Естрадните музиканти говорят и описват публиката си, така както феновете говорят за любимите си музиканти. Лили Иванова възкликва в книгата си „Истината“: „Публиката е добър човек!“ (Иванова, 2011), като надарява публиката си с най-висшата власт, според нея: да отсее във времето кое е ценно и кое – фалшиво.

Ето защо музикантите правят разлика и я подчертават между феновете и концертната публика. Някои от тях разказват за измамата, която най-последователните им фенове извършват срещу тях: ровенето в боклука, за да узнаят личните им тайни и да ги продадат на жълтата преса; спекулирането с доверието да получат първи записа на новата песен, чиито презаписи след това продават на другите – по-ниско стоящи в йерархията на феновете.

Пеенето на плейбек е посочвано почти единодушно в интервютата на музикантите като „най-голямата измама спрямо публиката“. Но справянето с това явление е прехвърлено върху публиката, тя е призована да бъде „малко по-взискателна“ и „по-критична, когато избира концертите си“. Музикантите слагат знак за равенство между измамването на публиката чрез плейбека и създаването на илюзии за времето, така както четем в материал, озаглавен „До Чикаго и назад“, в новосъздадения в-к „Демокрация“ през 1990 г. когато интервюират Васил Георгиев – Кръпката, тогава представен като „музикант 31 години“. На журналистически въпрос: „Осъждате ли в нещо колегите си, които пееха през тоталитарните години?“, Васко Кръпката отговаря: „В браниа съм отдавна – две години свирех с „Паралел 42“ и три години с Мими Иванова и „Старт“. Така че всички сме в кюпа – малко ли и ние крадохме държаваеата. Аз например съм свирил на плейбек за сто лева. Това е истинско престъпление – да имитираш, че свириш, и то пред деца.

Освен това нашето изкуство едва ли не възпяваше колко е хубав животът в България.“ („Демокрация“, 1990 г.)

Струпването на зрители в залата е подчинено на условността на концерта, зрителите са наясно с „маската“, която надява актьорът, за да играе в поредния спектакъл (както пее Васил Найденов или казва Бисер Киров: „Публиката иска да се радва, тя няма нужда от твоята болка. Надявай маската и пееи“ (standartnews.com, Бисер Киров, май 2016) Но публиката е онази фигура в разказите на естрадните музиканти, чрез която най-лесно се прави оценка на времето.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

АНГЕЛОВ, Антон (2015). *Масова култура и култура за масите*. (Институционален контрол върху популярната музика в социалистическа България, концептуални модели, практика и социален контекст, 50-те-70-те години). Дисертация, 3.1 “Социология, антропология и науки за културата”, СУ “Св. Климент Охридски”. София. [Angelov, Anton (2015). *Masova kultura i kultura za masite*. (Institutsionalen control varhu populyarnata muzika v sotsialisticheska Balgariya, kontseptualni modeli, praktika i sotsialen kontekst 50-te-70-te godini. Disertatsia.)

ДЕЯНОВА, Лиляна (2009). *Очертания на мълчанието: историческа социология на колективната памет*. София: „Критика и хуманизъм“ [Deyanova, Lilyana (2009). *Ochertaniya na malchaniето: istoricheska sotsiologiya na kolektivnata pamet*. Sofia: ‚Kritika i humanizam‘]

ДИМОВ, Венцислав (2001). *Етнобумът*. София: Звездан. [Dimov, Ventsislav (2001). *Etnobumat*. Sofia: Zvezdan]

ДИМОВ, Венцислав (2019). *Музиката за народа на медийния фронт*. [Dimov, Ventsislav (2019). *Muzikata za naroda na mediyniya front*. Sofia: Universitetsko izdatelstvo ‘St. Kl. Ohridski’]

ДИЧЕВ, Ивайло (2011). Фрагментирането на автора в мрежата. *Семинар БГ*, бр. 6/2011 Достъпен на: <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy6/item/335-%B02.html> [Dichev, Ivaylo (2011). *Fragmentiraneto na avtora v mrezhata*. *Seminar_BG*, br. 6/2011]

ДИЧЕВ, Ивайло (2016). *Културата като дистанция*. Единадесет есета по културна антропология. София: УИ „Св. Кл. Охридски“. [Dichev, Ivaylo (2016). *Kulturata kato distantsiya*. Edinadeset eseta po kulturna antropologiya. Sofia: Universitetsko izdatelstvo ‘St. Kl. Ohridski’]

ЕЛЕНКОВ, Иван (2008). *Културният фронт. Българската култура през епохата на комунизма – политическо управление, идеологически основания, институционални режими*. София: ИИБМ, Сиела. [Elenkov, Ivan (2008). *Kulturniyat front. Balgarskata kultura prez epochata na komuzta – politicheskо upravlenie, ideologicheski osnovaniya, institutsionalni rezhimi*. Sofia: ИВМ, Siela]

ЛИЛОВА, Десислава (2011). Литературата онлайн: подривните практики на фенфикшъна. *Семинар БГ*, бр. 6/2011 Достъпно на: <https://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy6/item/332-%B0.html> [Seminar_BG, br. 6/2011]

ПЕЙЧЕВА, Лозанка (2008). *Между Селото и Вселената: старата фолклорна музика от България в новите времена*. София: Академично издателство „Проф. Марин Дринов“.

[Peucheva, L., 2008. *Mezhdu Seloto i Vselenata: starata folklorna muzika ot Balgaria v novite vremena*. Sofia: Akademichno izdatelstvo 'Prof. Marin Drinov'].

ПЕТРОВА, Ангелина (2019). Идеологията и невъзможната ѝ трансформация в масово комерсиално изкуство при социализма. (Масовата песен в България 1944-1954: трагикомичен сюжет). *Медialog*, бр. 5/2019, с. 93-113. Достъпен на: <https://www.medialog-bg.com/?p=2935> [последно посетен на 1.09.2019] [Petrova, Angelina, 2019. Ideologiyata i nevezmozhnata u transformatsiya v masovo komersialno izkustvo pri sotsializma. (Masovata pesen v Balgaria 1944-1954: tragikomichen syuzhet). *Medialog*, br. 5/2019, s. 93-113]

ПОПОВА, Жана, (2018). Връзката политика – естрадна музика в българските вестници в периода 2006 – 2009 г. *Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“*, ФЖМК, том 25/2018, с. 97-112. София: УИ „Св. Кл. Охридски“. [Popova, Zh., 2018. Vrazkata politika-estradna muzika v balgarskite vestnitsi v perioda 2006 – 2009].

ПОПОВА, Жана, 2019. Звездите на народа. За патриотизма, който спаси естрадната музика. *Критика и хуманизъм*, кн. 50, бр.1/2019, с. 87-104. [Popova, Zh., 2019. Zvezdite na naroda. Za patriotizma, koyto spasi estradnata muzika.]

ПОПОВА, Снежана (2001). *Социално време и медиен разказ 1989-2000*. София: Лик. [Popova, Snezhana (2001). Sotsialno vreme i medien razkaz 1989-2000].

ПОПОВА, Снежана (2004). *Радио, публикации, стилове*. София: Лик. [Popova, Snezhana (2004). *Radio, publikii, stilove*. Sofia: Lik]

РАЙЖЕКОВА, Гергана (2019). *Невидимият рок*. София: Интервю прес.

СПАСОВ, Орлин (2012). Между държавата и популярната култура – превъплъщения на национализма в медиите. *Критика и хуманизъм*, бр. 2, кн. 39. [Spasov, Orlin. 2012. Mezhdu darzhavata i populyarnata kultura]

СТАТЕЛОВА, Розмари (1995). *Рок, поп и фолк. Преживяното в България 1990-1994*. София: изд. „Рива“. [Statelova, Rozmari (1995). *Rok, pop i folk*. Sofia; Riva]

СТАТЕЛОВА, Розмари (2019). *Естрада и социализъм: проблясъци*. София: Рива. [Statelova, Rozmari (2019). *Estrada i sotsializam: problyasatsi*. Sofia: Riva]

ТАБАКОВА, Весела, **ПОПОВА**, Снежана, **ЛОЗАНОВ**, Георги, **НЕЙКОВА**, Мария. (2005). *Език на медийната регулация. 123 термина*. София: Център за независима журналистика. [Tabakova, Vesela, Popova, Snezhana, Lozanov, Georgi, Neykova, Mariya (2005). *Ezik na mediynata regulatsiya. 123 termina*. Sofia: Tsentar za nezavisima zhurnalistika]

ЯКИМОВА, Милена (2011). Гражданите на родината. *Критика и хуманизъм*, кн. 37, бр. 2, с. 39-56. [Yakimova, Milena (2011). Grazhdanite na rodinata. *Kritika i humanisam*, kn. 37, br. 2, s. 39-56]

ANGELOVA, Vyara (2018). Forming the “Socialist nation” through television (1960-1980) in Bulgaria. TV programs for children. *Rhetoric and Communications E-journal*, Issue 34, May 2018, Available at: <http://journal.rhetoric.bg/>

BENNETT, Andy (2002). Researching youth culture and popular music: a methodological critique, Volume 53, Issue 3, pp. 451-466.

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

BUCHANAN, Donna (2015). Beyond Nation? A Thrice-Told Tale from Bulgaria’s Postsocialist Soundstage. *Anthropology of East Europe Review* 33(1) Spring 2015.

DRAGANOVA, Asya, (2019). *Popular Music in Contemporary Bulgaria: At the Crossroads*. Emerald Publishing.

CLOONAN, Martin (1999). Pop and the nation-state: towards a theorisation. *Popular Music*, 18(2), 193-207.

- CLOONAN**, Martin (1997). State of the nation: “Englishness,” pop, and politics in the mid-1990s. *Popular Music & Society* 21 (2), 47-70.
- HESMONDHALGH**, David (2005): Subcultures, Scenes or Tribes? None of the Above. *Journal of Youth Studies*, Vol. 8, No. 1, March, 21-40
- KOLEVA**, Daniela (2011). Hope for the Past? Postsocialist Nostalgia 20 Years Later. In: *20 Years After the Collapse of Communism: Expectations, Achievements and disillusion of 1989*. Publisher: Peter Lang.
- KLENKE**, Kerstin (2019). *The Sound State of Uzbekistan: Popular Music and Politics in the Karimov Era*.
- LIVINGSTONE**, Sonia and **DAS**, Ranjana (2013) *The end of audiences?: theoretical echoes of reception amid the uncertainties of use*. In: Hartley, John, Burgess, Jean and Bruns, Axel, (eds.) *A Companion to New Media Dynamics*. Wiley-Blackwell, Oxford, pp. 104-121.
- LULL**, James (1995). *Media, Communication and Culture: A Global Approach*. Polity Press.
- MANOVICH**, Lev (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- PATTON**, R., (2012). The Communist Culture Industry: The Music Business in 1980s Poland. *Journal of Contemporary History*, Vol. 47, No. 2 (APRIL 2012), pp. 427-449.
- ТОЧКА**, N., (2016). *Audible States: Socialist Politics and Popular Music in Albania*. Oxford Scholarship Online.
- TURNER**, Fred (2008). *From Counterculture to Cyberculture: Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism*. Chicago: The University of Chicago Press.
- VENTSEL**, A., (2018). Soviet West: Estonian estrada in the Soviet Union. *Euxeinos*, Vol. 8, No. 25-26 / 2018.

ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

- АНГЕЛОВ**, Борис (2010). *Просто Лили. Неофициална биография*. София: Бал Медия. [Angelov, Boris (2010). *Prosto Lili. Neofitsialna biografija*. Sofia: Bal Mediya]
- ВАРТАН**, Силви (2004). *Между сянката и светлината*. София: Слънце. [Vartan, Silvi (2004). *Mezhdu syankata i svetlinata*. Sofia: Slantse.]
- ВЕЛЧЕВ**, Иля (2018). *Биографични снимки. Документален роман*. София: Труд. [Velchev, Ilya (2018). *Biografichni snimki. Dokumentalen roman*. Sofia: Trud]
- ГЕНОВ**, Генко (1992). *Звезди и сенки. Неизвестното за „Златният Орфей“*. София: Лице. [Genkov, Genko (1992). *Zvezdi i senki. Neizvestното za ‘Zlatniyat Orfey’*. Sofia: Litse]
- ДИМИТРОВ**, Стефан (2011). *Мъжът на 60. Интимно*. София: Труд. [Dimitrov, Stefan (2011). *Mazhat na 60. Intimno*. Sofia: Trud]
- ИВАНОВА**, Лили (2011). *Истината. Лили Иванова*. София: Сиела. [Ivanova, Lili (2011). *Istinata. Lili Ivanova*. Sofia: Siela]
- КАРАДОЧЕВА**, Богдана (2019). *Богдана и на 20, и на 30x2*. София: Жанет 45. [Karadocheva, Bogdana (2019). *Bogdana i na 20, i na 30x2*. Sofia: Zhanet 45]
- КИРОВ**, Бисер (2017). *Благодарствена песен*. София: Фондация „Устойчиво развитие за България“. [Kirov, Biser (2017) *Vlagodarstvena pesen*. Sofia: Fondatsia ‘Ustoychivo razvitie za Balcaria’]
- ПОПОВ**, Развигор (2010). *Ау-у, от глад умирам!* София: Пропелер. [Popov, Razvigor (2010). *Au-u, ot glad umiram!* Sofia: Propeler]
- ЩЕРЕВ**, Митко (2010). *Забравих си часовника на пианото*. София: Прес. [Shterev, Mitko (2010). *Zabravih si chasovnika na pianoto*. Sofia: Pres]