

СЪВРЕМЕННИТЕ ПОПФОЛК ТЕКСТОВЕ – КОНЦЕПТУАЛНИ И ПЕРЦЕПТИВНИ ВЛИЯНИЯ

Гл. ас. д-р Даниел Полихронов

Софийски университет „Св. Климент Охридски“,
Факултет по педагогика

Резюме. Проблемът за влиянието на попфолка върху младите хора е изключително актуален. Неговите текстове и послания трябва да бъдат познавани, защото имат безспорно отношение към формирането на нравствените и естетическите критерии, ценности и норми на огромна част от съвременното общество и най-вече на бъдещото поколение. Затова той трябва да бъде възприеман, осмислян и интерпретиран в контекста на социалната, образователната и възпитателната дейност. Чрез интерпретативен съдържателен анализ на структурирани интервюта, проведени със съвременни автори на текстове, се представят концептуалните и перцептивните аспекти на влиянието.

Ключови думи: съвременна попфолк музика; автори на текстове; контент анализ; тенденции; послания

Попфолк музиката оказва безспорно влияние върху съвременното общество. Явлението не е ново и се наблюдава както в български условия, така и на Балканския полуостров. В последните години, благодарение на актуалните демографски процеси и на разширените възможности за културен обмен чрез свободно пътуване на хора или технологични постижения, се разкрива и феноменът за световно разпространение на тази субкултура. Не само обществени групи, свързани чрез произхода си с Балканите – емигранти, студенти, членове на семейства от смесени бракове, както и други представители на международната публика, са част от потребителите на попфолк музиката.

Скоростта, с която продуктите на този музикален жанр достигат до съвременните млади хора, е над милион „гледания за денонощие“. Самата „мерна единица“ насочва вниманието към друг феномен в съвременния шоубизнес – превес на визуалното пред сетивното възприемане: повечето музикални изпълнения се възприемат най-вече чрез очите, т.е. от съществено значение са визията на изпълнителя, действията му на сцената или във видеоклипа, сце-

нографията, специалните ефекти и т.н. Синкретизъм в изкуството се наблюдава още от древността, но в съвременното фокусът на вниманието е изместен, „светлините на прожекторите“ са насочени към атрактивното тяло, предизвикателното облекло, необичайните грим и прическа, сценичните реквизити – къщи, коли, яhti... Обичайното идеализиране на артиста (възвишената духовна и успяла личност) се конфронтира с посланията, които носят участията им в рекламни дейности.

Попфолкът, с всичките си инструменти – и текст, и музика, и изпълнители, и сценография, и имидж, и т.н., не може да бъде отделен от всички останали сфери на обществена дейност, където се наблюдават същите или аналогични проблеми. Доскоро попфолкът се възприемаше като „изтривалка“ от тези личности, които търсеха кого и какво да обвинят за всички проблеми и недостатъци в обществото. И обратното – това, което навлизаше години наред през попфолка като влияние, всъщност се разпространяваше в почти всички сфери на нашия живот.

Независимо дали тази музика ни харесва като жанр, или не, нейните текстове и послания – вербални и невербални – трябва да бъдат познавани, защото имат безспорно отношение към формирането на нравствените и естетическите критерии, на ценности и норми на огромна част от съвременното общество и най-вече на младото поколение. Затова попфолк музиката трябва да бъде възприемана, осмисляна и интерпретирана в контекста на социалната, образователната и възпитателната дейност.

В рамките на Националната програма „Млади учени и постдокторанти – 2“ (2024 – 2025 г.), като част от научноизследователска дейност във Факултета по педагогика на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, е проведено теоретико-емпирично изследване относно влиянието на съвременната попфолк музика върху младите хора. В контекста на изследването са интервюирани автори на попфолк текстове – Лора Димитрова (19.12.2024 г.) и Петя Радева (12.01.2025 г.).

Интервюто е структурирано, с предварително подготвени въпроси, еднакви и за двете интервюирани авторки:

1. Има ли разлика между попфолка преди и попфолка сега и в какво се изразява тя? Кога, как и защо настъпиха тези промени?

2. Как оценявате тези промени – като нещо положително или нещо отрицателно? Кое звучене и кои текстове (старите или новите) Ви харесват лично на Вас повече?

3. Как тези промени се отразиха на Вашето творчество?

4. Текстовете, които създавате, конкретно за попфолк песни ли са написани, или просто създавате поезия, която впоследствие под определен аранжирмент се превръща в попфолк песен?

5. Какви са основните послания на съвременните текстове?

6. Как оценявате текстовете, които директно или индиректно призовават към вещества и дейности, които може да доведат до проблемни зависимости – психоактивни вещества (алкохол, цигари, вейпове, наргилета, райски газ, наркотици, сладкарски изделия, енергийни напитки и др.), хазарт, високи скорости и др. (от Ваша лична гледна точка и от позицията на текстописец)?

7. Съгласни ли сте, че съвременната попфолк музика (и в частност текстовете) оказва влияние върху млади хора? Кой са според Вас основните аспекти на влияние на този жанр върху възпитанието на подрастващите – и положителни, и отрицателни?

8. Чрез коя от Вашите песни бихте отправили послание към младите хора? Какво ще е то?

Търсенето на пазара предопределя съдържанието на текстовете на песните и според двете авторки на текстовете, макар че се изразяват различни аспекти:

„Разликата, която наблюдавам като автор на текстове, е основно в търсенето на по-комерсиално звучене на съвременните попфолк песни. Тоест – в песните към момента предимно се търси не толкова съдържанието и посланието на текста, а повтаряеми кратки фрази, които се запомнят лесно от масовия попфолк потребител. Самото време на бързо консуматорство постави и попфолка на тази плоскост, а именно – да се търсят най-вече „лесно-смилаеми“ хитове за сметка на песни, които да оставят по-продължителна следа във времето. Но да не забравяме, че това преди всичко е бизнес, тъй като преди години концертната дейност на голяма сцена беше приоритет на изпълнителите. А към момента се създават песни предимно за клубната сцена.“ (Л. Димитрова).

Поетесата свързва настъпилите промени в попфолка с конкретната среда на разпространение. При нея определящо е мястото на представянето на крайния продукт – на голяма сцена (концерти и турнета) в миналото и чрез клубове (дискотеки) в настоящето. Разбира се, към отговора на Л. Димитрова трябва да допълним и потреблението в електронна среда – чрез музикални платформи (YouTube, Spotify, Apple Music, iTunes Store, Deezer, Amazon Music, Tidal и др.) – от една страна, а от друга – самостоятелните концерти на някои попфолк изпълнители на голяма сцена (най-вече юбилейни): Софи Маринова (2022, Арена „София“), Тони Стораро (2024, „Арена 8888 София“), Глория (2024, НДК), Преслава (2024, „Арена 8888 София“), както и планираните: Галена („Арена 8888 София“ 2025) и Софи Маринова („Арена 8888 София“, 2025, разпродаден за три последователни дни) и др.

Според авторката са се променили приоритетите на изпълнителите. Изказаното становище дава основание за търсене на причините за промяната в насочеността на посланията и в съвременната представа за образа на твореца – в начините и средствата, чрез които достига до публиката; в предпочитанията му към местата за изяви; в стремежа за бързо налагане в бранша и забогатяване, който го „принуждава“ да се съобразява с търсенето на пазара.

Приоритетите на изпълнителите, от своя страна, са повлияни от тези на съвременната публиката, при които също има трансформация: от удовлетворяване на духовните потребности в концертната зала към удовлетворяване на хедонистичните (и дори физиологичните) потребности в клуба, насочени към забавление, удоволствие, потребление – престижно, демонстративно, луксозно, статусно (по-подробно за разликата в понятията: Petrova, Ivanova 2014). Консуматорът на клубната музика е публика, която не е платила за присъствието си на културно събитие – на концерт например, а за забавление в обстановката, която е модерна, популярна в момента и носи влияние – чрез присъствие в престижен клуб с определена референтна група и чрез разпространение на това обстоятелство в социалните мрежи. В този случай става въпрос за потребител на културна продукция, насочена към задоволяване на потребности от по-нисък ранг, което налага необходимостта от по-явна и по-леснооткриваема атрактивност на предлагания културен продукт.

Концертната зала се родее с традиционните изначални места за творчество, независимо от съдържанието и представлението. Човекът има различна нагласа, когато отива там. Той отива с намерението да плати, за да се наслади на изпълнителя и да вникне в съдържанието на неговия творчески продукт – това го прави потребител на духовно обогатяваща културна продукция. Докато в клубната зала е различно – средата предполага преимуществено консумация на усещания, емоции и удоволствия за тялото, в т.ч. споделяне на време с приятели и употреба на алкохол, храна и много често други вещества, които стимулират постигане или увеличаване на усещането за удоволствие – цигари, вейпове, балони с райски газ и други. Водещо е не съдържанието на културния продукт, а атрактивността, която носи. И ако концертната зала е място за забавление, но и за духовно и културно обогатяване на ограничен кръг потребители, които са в по-скоро пасивна позиция – слушатели, зрители, то клубът е място за забавление, но неизискващо и неочакващо духовно обогатяване. Той е среда, която предполага разтоварване от ежедневиия стрес и напрежение. Затова предлага неангажиращо консумиране на широкодостъпни културни и материални продукти и активно участие на клиента за постигане на крайната цел – забавлението. Тук от значение са: храната, напитките, приятелите, компанията, липсата на ограничения за вербална комуникация в публиката, близостта на изпълнителя до публиката, атрактивността и популярността на мястото и възможността за активно участие на потребителя. В клуба като добавена стойност идва появата на конкретен изпълнител с неговите музика и текст. Това обезсмисля необходимостта песните, които се представят, да бъдат интелектуално и морално ангажиращи, защото са подчинени на желанието и потребността от забавление. Л. Димитрова поставя именно този акцент и затова говори за „лесноосмилаеми“ хитове, които дори на езиково ниво се свързват със „смилането“, „поглъщането“, „местата за хранене

и пиене“, с безпрепятствено консумиране. Буквално тя ги усеща като нещо, което е леснодостъпно и лесноусвояемо от съзнанието на неограничен кръг потребители.

От друга страна, Петя Радева не свързва промените в попфолк музиката с мястото и средата, а по-скоро – със стремежа за надграждане, за постигане на все по-голяма атрактивност и достъпност на продуктите съобразно актуалните социални тенденции:

„Предполагам, че както във всяко едно нещо, така и в попфолка от преди и сега има разлика. И няма как да е по друг начин. Променя се търсенето, променят се и хората в него и с него. Не мога да кажа кога и как са настъпили промените и какви са те. И преди е имало пошли текстове, има ги и сега. Както и обратното – преди е имало смислени и дълбоки текстове, има ги и сега. Но със сигурност вече много по-трудно можеш да грабнеш изпълнител с текст. Всичко е пято през годините и наистина полагаме огромни усилия да направим точния текст. И този, който да грабва най-вече. Няма как да пропусна да спомена качеството на песните, труда на композиторите и всеки по веригата.“ (П. Радева).

Авторката свързва корелацията между търсенето на пазара и съдържанието на съвременните попфолк песни с успоредното съществуване на високи („смислени и дълбоки текстове“) и такива, които са с по-ниско – до ниско, качество („пошли текстове“). За П. Радева това е нещо, което не се е променило. Според нея такова разделение винаги е съществувало.

Предизвикателството пред съвременните автори е да открият и да интерпретират „точния текст...“, който да грабва“ публиката. Това, което впечатлява и увлича съвременната аудитория, е рефлексия от актуалните за момента социални представи и нагласи; съдържа се в целите и стремежите на хората в ежедневието. Общественият морал в определен исторически период обикновено се отразява в представяното от изкуството виждане за актуалните за този период социални роли и функции. Макар и оценяван като „нисша форма на изкуство“, попфолкът носи (може би дори най-видимо) със себе си и тези социални рефлексии. В съдържанието на неговите продукти например се открива съвременната представа за ролята и функциите, а от там – за поведението, визията и обществената реализация на съвременната жена; за актуалните изисквания и очаквания на обществото, насочени към съвременния мъж; за съвременните модели на социални и интимни взаимоотношения и т.н. Оттук и предизвикателството, което визира П. Радева – да се усетят и пресъздадат в текстовете на песните, които се създават, тези актуални представи и нагласи по максимално явен и лесноразбираем начин, позволяващ „грабване“ (привличане на по-широк кръг потребители – както утвърдени, така и нови).

Създаването на текстове се приема като работа от Л. Димитрова – „всичко е бизнес“, „работя“, като да си част от „добре смазана машина“, а не толко-

ва като творчество, чрез вдъхновение. Това се потвърждава и от П. Радева – „всичко е пято през годините“, а за да се направи „точният текст“, са необходими „огромни усилия“, които авторката съотнася и към „композиторите и всеки по веригата“. Възпроизвеждането на много от съвременните попфолк текстове се сравнява с конвейерното производство – машините работят, веригата се върти и мултиплицира шаблони – без оригиналност на продукта и вероятно без удовлетворение за твореца.

За възприемането на създаваните попфолк текстовете като работа/бизнес свидетелства и откровението на Л. Димитрова:

„Аз не мога да дам обективно мнение и предпочитания относно звученето, тъй като музикалните ми пристрастия са в коренно различен жанр и нямам много наблюдения какво е било, преди аз да започна да работя в попфолк бранша. На мен със сигурност ми харесват текстовете, които съм слушала преди десетина години, защото автори като Мариета Ангелова използваша интересни метафори и игри на думи, които успяваха да докоснат хората по един неповторим начин. Знам, че преди много години е имало и песни с подчертана емоционално-социална тематика като „Носталгия“ на Глория, което показва, че е имало нужда в попфолка да има силни послания.“
(Л. Димитрова).

Авторката споменава за текстове на песни отпреди десетина години, като обяснява, че тогава е имало емоционално-социална тематика, т.е. в настоящето тя наблюдава липсата на такива теми, които да са свързани и с чувствата, и с обществените отношения. Говори за посланията в жанра в минало време, като ги обяснява с потребността на обществото – „имало е нужда в попфолка да има силни послания“. Това нейно изказване още веднъж подчертава, че търсенето определя предлагането. В съвременните текстове липсват такива послания, защото няма необходимост от тях. Публиката въобще не изразява подобна потребност, което посвоему е тревожна констатация. Това говори, че съвременният българин има ниско равнище на емпатия, като не отделя достатъчно внимание нито на своите, нито на чуждите емоции.

Емоционалното negliжиране може да доведе до асоциални и антисоциални прояви в междуличностните отношения, които с времето се превръщат в норма. Това е още една рефлексия от социалната реалност, проявена в педагогически и психологически научни изследвания и публикации от последните години: все по-често се констатира необходимостта от формиране на социално-емоционални компетентности на подрастващите. Тази необходимост е следствие от наблюдаваната (и все по-осезаема) социална отчужденост във взаимоотношенията между хората, в актуалността (и превръщането дори в ценност) на егоцентричността, арогантността, безмилостността, липсата на алтруистични (за сметка на меркантилни) нагласи сред хората – както възрастни, така и подрастващи. Л. Димитрова е усетила това и го е отразила в

своя отговор – емоциите не са модерни, не са значими за съвременния българин и затова и не присъстват в изкуството; те не се търсят и не носят приходи.

Подобна е и позицията на П. Радева:

„И тук ще кажа, че монетата има две страни. Ако говорим за истинските песни, за тези, с които бъркаме в сърцата на хората – промяната ми харесва. Аз лично харесвам по-ретро звученето, към което мисля, че всички взеха да обръщат глава. Мисля, че и хората искат да слушат такива неща – смислени текстове, изпети на красива мелодия. Неща, които преживяват в момента и се намират в тях.“ (П. Радева).

Тя споменава песните и текстовете, с които „бъркаме в сърцата на хората“. Тези песни тя определя като „истински“. Самата идея за съществуването на „истински“ песни поставя въпроса за „неистинските“ – това, което се определя като просто копиране и производство. Те са за слушане без осмисляне, за вживяване и преживяване без претенции за духовно извисяване и културно обогатяване. Те са доходоносна продукция, предназначена за задоволяване на все по-нарастващите потребности от забавление, особено сред младите хора. Стремех към повишаване на мотивацията за учене посредством представяне на учебното съдържание по „забавен и атрактивен начин“ има и в образованието. В този ред на мисли може да поставим и въпроса дали и в образователните институции няма скоро да заговорим за попфолк образование?

Положителна съвременна тенденция според Л. Димитрова е достигането на световните музикални стандарти при композирането, аранжирането и звукозаписа.

„Плюсът на съвременните песни е, че нивото на аранжиментите е значително подобро и звученето на песните в цялост се доближават максимално до стандартите на световната музика.“ (Л. Димитрова).

Има съвременни песни, които достигат нивото на световната музика. Заличават се изначалните характеристики на попфолка. Тази музика все по-малко звучи като фолк, все по-малко са влиянията на Изтока. „Новаторството в областта на фолклора има както своите горещи почитатели, така и своите критици. Смята се, че прекаленото модернизирание на фолклорните мотиви ги отдалечава от първоначалния им замисъл, звучене и не на последно място – променя техния характер.“ (Racheva 2014, p. 9). Подобна промяна в стила и звученето на съвременната попфолк музика налага промени и в текстовете.

Всъщност и двете авторки имат пристрастия към ретро звученето. Докато П. Радева смята, че хората имат нужда да слушат смислени текстове, Л. Димитрова е по-песимистично настроена – тя говори за тази нужда в минало време. Според нея в момента се търсят достъпни, „лесносмилаеми“ текстове, като езикът на метаравнище остава на заден план:

„За годините, в които съм писала текстове за бранша, промяната се състои в това, че към момента търсят от мен директни послания в тексто-

вете. Без сложни думи и без двупластови строфи. Всичко да е много по-директно и разбираемо.“ (Л. Димитрова).

Четени и осмисляни в контекста на високото равнище на функционална неграмотност в страната (потвърдени както от национални външни оценявания, така и от международни изследвания), тези редове носят изключително печални и мрачни послания за възможността на младите хора да се справят с откриване и осмисляне на индиректни текстови послания, респективно – от ежедневната формална и неформална комуникация, като предпоставка за тяхното приложение при справяне с различни житейски предизвикателства.

Непосредственият изказ съответства на тенденциите за прямота в ежедневната и професионалната комуникация – не предполага скрити смисли и задръжки, не предвижда спестяване на неудобни или нелицеприятни истини, не се притеснява от въздействието върху психиката на отсрещната страна. Директният изказ е агресивен. Целта на подобна комуникация обикновено е да афишира надмощие и да донесе усещане за значимост/ величие, за себеутвърждаване, за налагане на личната позиция по агресивен начин. Това е и своеобразна недобронамерена манипулация, резултат от която е компрометиране и принижаване на ценността на личността и нейните постижения. За съжаление, такъв тип комуникация е все по-модерна, тъй като чрез нея (както и чрез попфолка) се постигат бързи резултати.

Друга тенденция в създаването на съвременните попфолк текстове е обрнатият модел на песенна креация. Процесът на творчество е от горе надолу. Творецът създава с ръцете си своето произведение. Всевишният сътворява всичко видимо и невидимо: „В началото Бог сътвори небето и земята“ (Моисей 1:1). Сътворението е акт на вдъхновение, акт на свободна воля, извършен без принуда.

Естественят процес на създаване на едно музикално произведение е първо да се създаде текстът и върху него композиторът да създаде музиката. Обикновено музикантите са вдъхновени от прочетени стихове и техните послания. След това идва композиторът и всички други, които са ангажирани със създаването на крайния вариант на песента. Тук обаче имаме точно обратната парадигма.

П. Радева споделя, че нейната дейност при създаването на текстовете е второстепенна:

„Текстовете, които създавам, ги пиша върху вече изпратена демо версия на песента от изпълнителя, който ме е потърсил. Така че пиша върху музика.“ (П. Радева).

Л. Димитрова потвърждава, че по-често се създава първо мелодията, която следва да бъде съобразена с възможностите и потребностите на изпълнителя:

„Имам опит и в двата случая. По-често първо се създава мелодията, защото с годините разбрах, че тя е приоритетна за изпълнителите (което

е съвсем логично). Впоследствие се създава текстът, най-често – спрямо вижданията и темите, които вълнуват самия певец или певица. По-рядко това поезия се превръща в песен, но има и такива примери.“ (Л. Димитрова).

Истината е, че много от изпълнителите имат възможностите и гласовите данни – завършили музикални училища, работят с вокални педагози, съвременните технологии позволяват техният глас да бъде обработен. Защо тогава се налага този процес да бъде преобърнат? От една страна, моделът на създаване на една песен изисква както съобразяване с вокалните възможности на изпълнителите, в т.ч. диапазон на гласа, начин на звукоизвличане, нарушения в говора, артикулацията, темпа и ритъма на речта и др. От друга страна, отново достигаем до търсенето на пазара, до това, че изпълнителят много добре познава своята публика и вижда нейната реакция, поради което се съобразява с тях.

Съвременният процес на създаване на една песен е обърнат. Изпълнителят ги инициира – той е началото. Дори не е композиторът. Изпълнителят е активната страна, двигателят в процеса на създаване на съвременните попфолк песни. Върху вече създадена музика, при наличие на определен ритъм, авторът е малко или много ограничен – откъм брой на срички, откъм повторения на един и същи мотив, откъм дължина на фразата и т.н. Всичко това той трябва да съобрази в създаването на текста. Това потвърждава, че водещи са аранжираният и звученето, а не посланието.

Вместо специалисти (хора, които са учили години наред, майстори в своята сфера на дейност) да възпитават вкусовете на публиката, като ѝ дават примери, образци, модели и оригинално творчество, да формират естетически и нравствени критерии, потребителите са тези, които движат процеса от долу нагоре. За съжаление, това са процеси, които наблюдаваме не само в попфолка, но и в образованието, както и в цялото съвременно общество. Компромиси с качеството се правят и в строителството, и в медицината, и навсякъде. Това е тенденция, за която не можем да обвиняваме попфолка.

На въпроса за основните послания авторките като че ли не откриват никаква особена разлика с предишни години:

„Съвременните текстове засягат теми, които вълнуват младото поколение: любов, раздяла, представа за бохемски начин на живот. Последната тема е застъпена най-често в по-танцуваните и неангажиращи слушателя песни, а именно – така наречените „кючеци“.“ (Л. Димитрова).

Танцуваната музика се отделя от останалия тип песни. Потребителят вече не е слушател, защото не е ангажиран с текста. Самата дума „кючек“ се свързва с названието на танца. Хората, които предпочитат този тип музика, асоциират понятието по-скоро с възможността да танцуват. Отново се връщаме на значението на топоса – в една концертна зала възможностите за танцуване са ограничени пространствено (от седалките например). Ограниченото движение там ги стимулира да възприемат музиката и съдържанието на текста,

докато средата на клуба предразполага към движение, към някакви дейности, действия и към това да се обмислят и демонстрират поведение и визия, което обаче снижава значимостта на посланията, носени от текстовете.

В тази връзка се поставя въпросът дали текстовете, които не ангажират потребителя като слушател, възпитават? Всъщност поставя се въпросът кои текстове са повече – тези, които ангажират слушателя, или тези, които не го ангажират? Дори количествено техният брой не може да бъде преодолян. Безспорно по-голям брой са тези, които са неангажиращи – възпроизведени и мултиплицирани. Именно тази музика се разпространява в клубовете.

П. Радева споделя, че потребителите се откриват (но за да се открият, те трябва да я възприемат и осмислят, да станат слушатели):

„Посланията са различни! Зависи кой какво е искал да каже с текста си. Мое лично впечатление и вярване е, че по-често хората се откриват в малко по-тъжните текстове. Там, където има болка; там, където има носталгия към нещо загубено.“ (П. Радева).

На въпроса за личното и авторовото отношение към текстове, директно или индиректно призоваващи към вещества и дейности, които може да доведат до проблемни зависимости, и двете поетеси отбелязват нравствената детерминираност на проблема.

П. Радева реагира по-емоционално и категорично:

„Аз съм против подобни текстове. Със сигурност не бих написала нещо, което според моите виждания е пошло и грозно. Критерият ми е, че все едно всяка една песен я пиша за сина ми. Не желая да се срамувам той да я изслуша, така че не бих и написала такава.“ (П. Радева).

По-обективна е позицията на Л. Димитрова:

„Това е сложен казус. По принцип, морално погледнато, не е редно да се предлагат песни с такова съдържание, предвид това, че голяма част от слушателите са деца. Но когато се гледа на този тип музика като бизнес, е неизбежно, тъй като (например) спонсорствата на песните и видеоклиповете, които идват от вейпове, марки алкохол, енергийни напитки и т.н., не могат да бъдат пренебрегнати. Аз лично, като автор, не бих написала с лека ръка текст, в който да се възпяват наркотични вещества или хазарт, освен ако не е метафора, например „света ти завъртах като рулетка“. Подобни метафори са използвани и в поп музиката (Лили Иванова – „Хазарт“), както и в хип-хопа (Bežim тап – „Рулетката“), което ясно показва, че попфолкът не е единственият бранич, в който тази тема се възпява.

Според мен трябва да има повече информираност у младите хора, като цяло, относно това колко са опасни този тип вещества. Същото се отнася и за хазарта.

Но да не пренебрегваме факта, че има попфолк изпълнители, които с лицата (и песните си) застават и зад благотворителни каузи и наблюдават на

важни социални теми в песните си. Така че въпрос на избор е кое послание „инфлуенсва“ младите.“ (Л. Димитрова).

Авторката противопоставя, от една страна, тези негативни послания, които са неизбежни заради спонсорствата, а от друга – самите изпълнители, които са лица на благотворителни каузи. В тази конкуренция на ценности и норми се реализира колизията между алтруизма, прагматизма и морала. Нравствената реализация на този сблъсък и отговорът на въпроса „кое послание „инфлуенсва“ младите?“ отново са в полето на възпитанието и образованието. Свързват се с формирането на оценъчни способности у подрастващите за девиациите в поведението, с тяхната функционална грамотност и с емоционалната им компетентност. Дали младите хора изобщо разбират тези метафори и послания? И тук отговорността не е на попфолка.

„Разбира се, че музиката има влияние върху слушателите, независимо от жанра. Възпитанието на подрастващите обаче (и в позитивен, и в негативен аспект) поне според мен невинаги е пряко свързано с музикалните им предпочитания. Цяло едно поколение израснахме с песните на Мишо Шамара и „Гумени глави“ и не съм забелязала поведенчески изменения, които да са недопустими, у повечето ми връстници. Същевременно съм виждала и хора с нецензурен речник и нисък праг на гнева, които слушат например класическа музика. Звучи клиширано, но и аз, като много други, смятам, че възпитанието идва основно от здравата семейна среда, която да предпази децата от пропускане в себеувереността им. Защото това води до грешен подход на търсене на валидация от останалите и се завърта порочният кръг.“ (Л. Димитрова)

Ако в миналото попфолкът беше маргинализиран, често свързан с утайката на обществото, в съвременното общество този статут не е такъв. Голяма част от личностите, които са свързани с попфолка, са утвърдени, успели финансово (факт!), масово популярни, с високо образование. В крайна сметка, голяма част от проблемите на посланията ние ги виждаме като реални изпитания – както за самата личност, така и за цялото общество. Не може реалните ни проблеми да са дошли единствено от попфолка. Той просто се явява едно отражение на това, което се е зараждало и обществото е допуснало да се увеличи до такава степен, че сега да трябва да се налагат законови промени за ограничаване на райския газ, вейповете, хазарта, бързите кредити, високите скорости...

Връщайки се отново на сцената, на която предимно се разпространява попфолкът, отново може да се очертае разликата между консумацията на този жанр музика на клубните събития и принципното въздействие върху характера, поведението и възпитанието. Т.е. ако музиката е „лесносмилаема“ и е за консумация, то нейното влияние е временно и ограничено. Това е факт – потребителят е един, докато в малките часове е по дънки и риза в клуба, но

това е ограничено времепространство. Той може да бъде и друг човек, когато излезе извън този хронотоп и извън директното влияние на тази музика. Л. Димитрова ги разграничава. Затова смята, че влиянията на попфолка може да бъдат контролирани и че семейството е на първо място.

П. Радева също не отрича отговорността на текстописците и влиянието на музиката върху младите хора:

„Със сигурност текстовете ни влияят на младите хора. Точно затова всеки трябва да следва собствената си съвест и верую. Думите имат огромна власт и понякога наистина биват използвани за оръжие.“ (П. Радева).

Авторката обаче потвърждава, че в попфолка има нещо различно от пошлото и грозното и те може да бъдат избегнати.

Съвременните автори на попфолк текстове имат естетически правилни критерии за оценка. Те обаче пишат по изискванията на пазара. Логично се стига до въпроса: „Какви послания всъщност те самите биха отправили към младите хора?“. Оказва се, че такива и П. Радева, и Л. Димитрова намират изпълнени в конкретни свои текстове:

– „Може би песента ми, с която бих искала да отправя своето послание, е песента на Преслава – „Писмо“¹! Това, което ми се иска да кажа с нея, е – пазете и ценете хората, които ви обичат, докато ги има! Казвайте „Обичам те“ навреме! Непестете думите си, някога ще ви се иска да сте ги казвали по-често! Животът е прекалено кратък, за да премълчаваме какво ни е в сърцата!“ (П. Радева).

– „Попфолк песента, с която бих отправила послание към слушателите на жанра, е „Няма да съм друга“² на Преслава и Анелия. В нея съм написала: „На един човек няма никога да изневеря – на себе си!“ И това е моето пожелание към всички млади хора: каквато и музика да слушате – бъдете автентични! Не бъдете такива, каквито не сте, за да угодите на нечии очаквания. Животът е пред вас, живеете го с доброта в сърцата... И слушайте музиката, която ви прави щастливи.“ (Л. Димитрова).

Посланията на двете поетеси към младите хора са: да бъдат автентични, да бъдат себе си, да не изневеряват на собственото си Аз, да запазят собствената си идентичност, да обичат, да живеят с доброта в сърцата си, да прощават. Това са изначални общочовешки ценности. Това са искрени съобщения, отправени от твореца към слушателите, от майстора към потребителя. Ако оценяваме техния смисъл, това са едни дълбоки послания. За такива може да се говори при хора, придобили достатъчно опит и мъдрост.

Тъжното е, че тези послания са различни от търсените. Съпоставителният анализ между въпросите 5 и 8 показва, че търсенията на публиката са свързани с болката, със загубата, със страданието (П. Радева); с любовта, с разделите и с бохемския начин на живот (Л. Димитрова). Самите автори осъзнават разликата между търсенето на пазара и стойностните послания.

Какво всъщност представлява посланието? Посланието е писмо; отправяне на най-съкровено, чисто обръщение; нещо, което да стане; нещо, което да премине времето и пространството.

Търсените от публиката послания са повърхностни. В тях липсва задълбоченост, обвързани са не с никакви изконни, изначални, общочовешки ценности, а с актуалното, съвременното, злободневното или с моментното лично преживяване на потребителя. Противопоставя се същността, смисълът, мъдростта, важното, което идва с възрастта, на повърхностното, формалното, опаковката, визията, свързана с възрастта на възприемане, която невинаги съответства на биологичната.

Въпреки различния подход в отговорите на поставените въпроси, и двете авторки на попфолк текстове признават отговорността за отправените послания към аудиторията. Тази отговорност обаче трябва да бъде споделена и от семейството, и от училището, и от бизнеса – от цялото общество.

Благодарности и финансиране

Настоящата публикация е реализирана в рамките на проект Национална програма „Млади учени и постдокторанти – 2“ (2024 – 2025 г.), като част от научноизследователска дейност във Факултета по педагогика на Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

БЕЛЕЖКИ

1. PRESLAVA, 2024. *PISMO*. / ПРЕСЛАВА, 2024. *Писмо*. Музика: Преслава. Текст: Петя Радева. Аранжимент: Даниел Ганев. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=SejjFSFDVT8&t=3s> [Viewed: 2025-2-25].
2. PRESLAVA & ANELIA, 2013. *NYAMA DA SAM DRUGA*. / ПРЕСЛАВА И АНЕЛИЯ, 2013. *Няма да съм друга*. Producer: Payner Media Ltd/Payner Ltd. Музика и аранжимент: Diamond Beat Production. Текст: Лора Димитрова. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=voKG9gYQqKQ> [Viewed: 2025-2-25].

ЛИТЕРАТУРА

- ПЕТРОВА, А., Д. ИВАНОВА, 2014. Престижно потребление и реклама. *Годишник на Софийски университет „Св. Климент Охридски“*. Философски факултет. Книга Психология, Т. 105, с. 29 – 47. ISSN 0204-9945.
- РАЧЕВА, Д., 2014. *Фолклорът като средство за патриотично възпитание в училищна и извънучилищна среда*. Автореферат на дисертация за присъждане на образователна и научна степен „Доктор“. Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по педагогика.

REFERENCES

- PETROVA, A., D. IVANOVA, 2014. Prestizhno potreblenie I reklama. *Godishnik na Sofiyskiya universitet "Sv. Kliment Ohridski". Filosofski fakultet. Kniga Psihologiya*, vol.105, pp. 29 – 47. ISSN 0204–9945.
- RACHEVA, D., 2014. *Folklorat kato sredstvo za patriotichno vazpitane v uchilishtna I izvanuchilishtna sreda*. Avtoreferat na disertatsiya za prisazhdane na obrazovatelna I nauchna stepen "Doktor". Sofiyski universitet "Sv. Kliment Ohridski", Fakultet po pedagogika.

CONTEMPORARY POP FOLK TEXTS – CONCEPTUAL AND PERCEPTUAL INFLUENCES

Abstract. The problem of the influence of pop folk on young people is extremely topical. Its texts and messages should be known, because they have an indisputable relation to the formation of the moral and aesthetic criteria, values and norms of a huge part of modern society and especially of the future generation. Therefore, it must be perceived, understood and interpreted in the context of social, educational and educational activities. Conceptual and perceptual aspects of influence are presented through an interpretive content analysis of structured interviews conducted with contemporary authors of texts.

Keywords: contemporary pop folk music; songwriters; content analysis; trends; messages

✉ **Dr. Daniel Polihronov, Assist. Prof.**

WoS Research ID: AAC-4392-2020

ORCID iD: 0000-0001-9670-5774

Faculty of Education

Sofia University

1504 Sofia, Bulgaria

E-mail: d.polihronov@fp.uni-sofia.bg