

DIE DIKTATUR DER ČALGA-KULTUR. ZUR NEUBESINNUNG AUF DAS „BALKANISCHE“ IM GEGENWÄRTIGEN BULGARISCHEN EU-ISIERUNGSPROZESS

Katerina GEHL

Knapp drei Jahre ist nun Bulgariens EU-Beitritt her und die ersten bitteren Enttäuschungen sowohl seitens der Aufnehmenden als auch seitens der Beigetretenen liegen bereits offen. Die Periode seit der politischen Wende 1989, allgemein als eine weitere Transformationsperiode der bulgarischen Geschichte bezeichnet¹, ist von divergenten Haltungen geprägt, die in der Öffentlichkeit gleichermaßen vertreten sind. Die offizielle Position des Landes, getragen von Politik, Wirtschaft und Teilen der Bildungselite, kommt in der Überzeugung zum Tragen, dass im EU-Beitritt die einzige Möglichkeit zur „Rückkehr“ nach Europa bestehe. Doch infolge der aktuellen, mit der Durchsetzung der EU-Normen einhergehenden Infrage-Stellung zahlreicher altbewährter Verhaltensmuster und Werte in verschiedenen Sphären des Alltagslebens mehren sich auch die negativen Haltungen zum europäischen Vorbild unter großen Teilen der Bevölkerung. Die Situation ist durchaus vergleichbar mit jener vor 130 Jahren, als das aus dem Osmanischen Imperium „entlassene“ Bulgarien seine Europäisierung anstrebte, die allerdings bis zum Zweiten Weltkrieg eine nur oberflächliche blieb und nur die schmalen bürgerlichen Schichten erreichen konnte². Dennoch sind die Unterschiede zu damals offenkundig, wie Roth (2009: 60) betont: War die historische Europäisierung ein offener, ungelenkter, freiwilliger und in den Eliten von Begeisterung getragener Prozess, hinter dem keine zentralen intervenierenden Institutionen standen, so ist die heutige EU-isierung ein verpflichtender, weil klar rechtlich definierter, politisch gesteuerter und mit Sanktionen bewährter Prozess, der weitaus mehr als eine nur äußerliche Anpassung verlangt.

¹ Vgl. Brunnbauer/Höpken 2007.

² Vgl. die Beiträge in Petrov/Gehl/Roth 2007, Sundhaussen 1998, Daskalov 2008, Roth 2008.

Die negativen Fortschrittsberichte und die fast ausschließlich über Defizite in Bezug auf Bulgarien informierende westliche Presse dämmten schnell die anfängliche Euphorie zugunsten der verfestigten Vorstellung von der „enttäuschten Liebe“. Das langersehnte „Europa“ als konsistenter, scharf umgrenzter Raum, trat seit dem Beginn der Beitrittsverhandlungen immer konkreter und deutlicher vor Augen, verlor immer mehr an Reiz und förderte immer stärker die Versuche, ihm eigene kulturelle Entwürfe entgegenzuhalten. Mittlerweile sind einige dieser Modelle heimischer Provenienz so weit gediehen, dass die die Rolle von Identitätsstiftern und Orientierungsmustern für die Bevölkerungsmehrheit übernommen haben. Das wirkmächtigste und sichtbarste von ihnen ist die sogenannte Čalga-Kultur, die seit Ende der 1990er Jahre den größten öffentlichen und privaten Raum Bulgariens einnimmt und den Gegenstand des vorliegenden Beitrags bildet.

In ihren Anfängen Mitte der 1980er Jahre erschöpfte sie sich noch in einer Musikrichtung ohne jegliche Präsenz in den offiziellen Medien, konsumiert hauptsächlich als Live-Darbietung auf Hochzeiten, Volksfesten, Familienfeiern oder auf Demokassetten vor allem unter der dörflichen Bevölkerung. Die Vorläufer der heutigen Čalga zu Zeiten des Sozialismus stellten Mischvarianten von Volksliedern und Schlagerelementen dar, ausgestattet mit einprägsamen Refrains und oft anzüglichen Texten. Als Randerscheinung, als eine Art Subkultur, fand sie ansonsten keine große Beachtung, wurde belächelt und als typisch für den Geschmack gesellschaftlicher Unterschichten abgestempelt. Von der offiziellen Hochkultur wurde sie komplett ignoriert, verbieten konnte man sie allerdings nicht, sodass sie eine bescheidene Existenz am Rande der Gesellschaft führte. Kaum jemand ahnte, welcher Siegeszug den Nachfolgern dieses Musikgenres bevorstand.

Um seinem Charakter näherzukommen, eignet sich eine knappe Einführung in die Terminologie und vor allem in die Autoterminologie, also die Beschreibungen der Musik durch ihre damaligen und teilweise heute noch agierenden Vertreter: Texteschreiber, Interpreten, Labels und Händler, wobei ich hier nur eine Auswahl treffen kann³. Etabliert hat sich in diesen Kreisen vor allem die Bezeichnung „Autorenlied auf Folklore-Basis“, aber auch das Paradoxon „Volkslied auf Autorenbasis“. Weitere Umschreibungen lauten: „eine Art Popmusik

³ Die im Folgenden aufgezählten Begriffe sind der ausführlichen Untersuchung der frühen Popfolk-Szene in Bulgarien entnommen: Dimov 2001: 12-25.

fürs Volk“, „Unterhaltungsmusik mit Folk-Elementen“, „gegenwärtige Schlagermusik, Hybrid zwischen Folklore und populärer Musik“, „Musik aus vielen Stilen: etwas Volksmusik, etwas vom Schlager, Autorenlieder, Genremusik, mit Bauchtanz, Lambada, Walzer“. Es finden sich auch Bezeichnungen, die von der Funktion der Musik bzw. vom Ort, für den sie früher bestimmt war, abgeleitet sind, etwa „Taverne-Musik für das Gelage im Lokal“, „Lieder vom Restaurant-Typ“, „Kneipen-Folk“. Andere orientierten sich wiederum am ursprünglichen Ort ihrer Verbreitung, also „Bazar-“, „Flohmarkt-“ oder „Garagen-Musik“, von denen letztere die kleinen, in ehemaligen Garagen eröffneten Kneipen in den Stadtvierteln am Rande meint, darüber hinaus aber auch eine weitere Assoziation weckt, nämlich mit jener wichtigen Konsumenten-Gruppe, die sich aus den Reihen der professionellen Fahrer rekrutierte. Jedenfalls wurde und wird sie zum Teil noch heute als eine Art Folklore bzw. Neofolklore trotz ihrer nicht-folkloristischen Herkunft begriffen.

Die meistverbreiteten Bezeichnungen heute sind „Popfolk“, „Folk“ oder eben „Čalga“⁴, von denen letztere eine Entlehnung aus dem Türkischen darstellt (çalgı) und meist mit pejorativer Konnotation verwendet wird. Die Vielfalt gültiger Begriffe verweist in erster Linie auf den Mischcharakter der Musik, die allerdings keine bulgarische Erfindung, sondern vielmehr eine Kopie darstellt: bulgarisierte Varianten serbischer, griechischer und türkischer Vorbilder, die in den entsprechenden Ländern eine viel längere Tradition aufweisen. Seit den 1980er Jahren waren in Bulgarien Schwarzkopien von serbischen und griechischen Folk-Liedern in Umlauf, so dass nach dem Aufkommen ihrer bulgarischen Äquivalente auch Bezeichnungen wie „das bulgarische Serbische“ oder „bulgarisches Griechisch“ als Charakterisierung, vor allem aber als Werbung galten, da sie die Nähe an den Vorbildern ausdrückte. Die von den Autoren, Labels und Interpreten kreierte spezifische Ästhetik des Genres vermittelt den Eindruck, als sei darin jedes Outfit erlaubt, vorausgesetzt, es ist geeignet, das festgelegte beschränkte, dafür aber umso einprägsamere Arsenal an kulturellen Werten, Leitbildern und -figuren zu vermitteln. Wie die Musik selbst, ist die Ausstattung der meist weiblichen Stars

⁴ In den Medien werden alle drei synonym verwendet. Dimov (2001) schlägt die Bezeichnung „Ethnopol“ vor, die dem Wesen des Musikgenres am nächsten käme. Da es mir hier nicht um eine genaue Begriffsbestimmung geht, verwende auch ich die gängigen Bezeichnungen als Synonyme.

eine Mischung aus ausschließlich abgeguckten Modestilen und Accessoires unterschiedlichster Musikrichtungen und Zeiten, wobei allerdings bestimmte Attribute und Inhalte stets präsent sind. So etwa die die sogenannten Balkan-Klänge und die unumstößliche Geschlechterrollenverteilung, der nach der Mann ein sehr reicher, mächtiger und muskulöser Business Man ist und der Frau, die nur schön und sexy zu sein hat, ein Luxusleben bieten kann. In den unentrinnbaren Videoclips wird dieses Leben anhand nur wenig variierender Gegenstände demonstriert: Geld, Schmuck, Autos, die neuesten Handys, teure Whiskey-Sorten, Villen mit Swimmingpools. Und wie man an solche Männer herankommt, lehrt das Äußere der Folk-Sängerinnen: Haarverlängerungen, Silikonbrüste und -lippen, spärliche Kleidung, laszive Posen, vulgäre, oft pornographische Sprache. An Auftritt und Attributen hat sich bis heute so gut wie nichts geändert.

1997 war das Jahr, in dem der Popfolk, zunächst zögerlich, Eingang auch in die bulgarischen Massenmedien fand. Recht schnell verdrängte bzw. ersetzte er weitestgehend sowohl die Folklore- als auch die Pop-Musik, indem er beides in sich zu vereinen vorgab. Es existieren noch keine genauen Untersuchungen bezüglich der Anzahl seiner Anhänger, doch verschiedenen Schätzungen zufolge hörten um die Jahrtausendwende ca. 85 Prozent der bulgarischen Bevölkerung diese Musik⁵. Heute hat sie den Zenit vielleicht bereits überschritten, steht jedoch weiterhin mit großem Abstand an der Spitze. Somit handelt es sich nicht mehr um die Musik nur einer bestimmten sozialen Gruppe, denn inzwischen verkörpert sie die Wertevorstellungen und Denkmodelle breiter gesellschaftlicher Schichten aus allen Altersgruppen, und zwar so gut wie unabhängig von Bildungsgrad, sozialer Position oder finanzieller Situation. Von einem bloßen Musikstil ist sie zu einem kulturellen Faktum gewachsen und hat eine eigene Kultur mit den dazugehörigen spezifischen Verhaltensweisen, Normen, Wertvorstellungen und äußeren Merkmalen etabliert. Der Kulturologe Ivajlo Dičev (2003: 8) spricht in diesem Zusammenhang von einer „Zähmung der Čalga“ bzw. „Neočalga“ zu Beginn des 21. Jahrhunderts: Durch Beimischung von Synthesizer, Jazz und Rap wurde sie zu einem „Selbstexotisierungsetikett“, zu dem sich nicht mehr nur die „Stiernacken“ bekennen, sondern auch viele „dünne Nacken“, die aus Harvard oder Oxford nach Bulgarien zurückkehren.

⁵ Dimov 2001: 8; Karbovski 1999: „Čalgarija“ [abgeleitet vom Landesnamen „Bälgarija“]. Der provokante Artikel von Karbovski ist auf zahlreichen Internet-Seiten zu finden, z.B. unter www.karbowsky.hit.bg.

Mit Folklore hat das alles längst nichts mehr zu tun, die einstigen Kassettenverkäufer auf Flohmärkten haben inzwischen mehr oder weniger gewinnbringende Firmen, Aufnahmestudios, Radio- und TV-Musiksender gegründet und gestalten ihr Business höchstprofessionell⁶. Folkloristisch blieb aber in erster Linie die Funktion dieser Musik sowie die Art und Weise ihrer Benennung. Mit ihr hatte Bulgarien zum ersten Mal eine eigenproduzierte, nicht von oben induzierte Massenkultur in der eigenen Sprache, die den Bedürfnissen großer Teile der Bevölkerung entgegenkam. Sie wurde zum „Anlass für das Ausleben ethnischer Traditionen“, zum „Ethno-Identifikator“, zu ästhetischem Genuss für den alltäglichen Gebrauch (Statelova 1999: 21-23)⁷. Im Gegensatz zu den in Westeuropa unter dem Sammelbegriff Balkan-Musik bekannten Bands, etwa die von Goran Bregović oder Ivo Papazov, die Varianten eines positiven Balkan-Bildes liefern und den Balkan als einen Raum mit reicher kultureller Tradition, geprägt von Naturnähe und Multikulturalismus rühmen, ist der Popfolk für die Einheimischen bestimmt und zeigt auch ein ganz anderes Bild. Auch hier wird der Balkan gerühmt, allerdings gerade für das, was die aus westlicher Sicht negativen Stereotypen nährt: das Rückständige und Orientalische, Sinnlich-Leibliche, Halb-Agrarische, Rohe, Buntgemischte⁸. Somit fand eine Fixierung der identitätsstiftenden Symbole statt, also eine Verengung des Horizonts, gleichzeitig aber auch eine Erweiterung, nämlich auf den balkanischen Raum – eine neue Erfahrung, wenn man die ansonsten im Laufe der Geschichte stets angestrebte Abgrenzung von den Nachbarländern bedenkt.

Angesichts des seit Ende der 1990er Jahren stets wachsenden Einflusses der Čalga-Kultur in der bulgarischen Öffentlichkeit, die es bis hin zur Allgegenwart in der gesamten Medienlandschaft, in den öffentlichen Räumen – Restaurants, Diskotheken, öffentlichen Verkehrsmitteln –, und sogar zu einer Kultur der Eliten brachte, gehe ich der Frage nach, welche Identifikationssymbole und Deutungsmuster sich unter den Bedingungen der bulgarischen Transformation als erfolgreich erweisen. Wie konnte ein dermaßen schneller Aufstieg, beispiellos und ohne Konkurrenz, erfolgen? Welche Rolle spielen dabei die Medien und die neuen Eliten? Wie ist es um ihre Legitimation und

⁶ S. dazu Dimov 1995.

⁷ Vgl. zur gegenwärtigen Auffassung von Folklore als „lebendiges Phänomen“ auch Ivanova 2002, Živkov 1996.

⁸ Vgl. Čolović 2005.

um die Distribution von Bedeutungen und Identifikationssymbolen in der Öffentlichkeit bestellt? Als Volkskundlerin interessieren mich dabei vor allem die Ausdrucksformen und die Selbstdarstellung der Elitenvertreter. Meine Überlegungen basieren auf jahrelangen Beobachtungen der bulgarischen Medienlandschaft: der Auswertung mehrerer Jahrgänge der auflagenstärksten Tageszeitung „Trud“, diverser Fernseh- und Radiosendungen, und parallel dazu des Diskurses der wissenschaftlichen bzw. Bildungseliten zum Thema. Im Folgenden versuche ich die wichtigsten Wege aufzuzeigen, auf denen die Čalga-Kultur zur Kultur auch der Eliten avancierte, und anschließend auf einige Folgen dieses Siegeszuges hinzuweisen. Aufgrund des gesammelten Materials stelle ich die These auf, dass dieser beispiellose Erfolg auf der positiven Neubewertung bzw. der propagierten offenen Identifizierung mit der stigmatisierten „balkanischen Lebensart“ beruht und die heutigen, größtenteils kompromittierten Eliten in der Förderung dieser von unten initiierten Kultur eine Chance sahen, sich bei breiten Bevölkerungsschichten Legitimation zu verschaffen.

Die langersehnte Öffnung zum Westen und die hineinströmende Informationsvielfalt schlug nach der anfänglichen Euphorie allmählich in Orientierungslosigkeit und Verbitterung um. Die gewohnten Gemeinplätze und Referenzen verschwanden plötzlich, Autoritäten der Deutungsmacht wurden antiquiert. Das Weltbild wurde komplexer, heterogener und undurchschaubar, vor allem aber erhielt man freie Sicht auf die eigene periphere Position⁹. Was das für jegliche Produktion heimischer Provenienz bedeutete, kann man sich ausmalen: Die im Sozialismus groß gewordenen Schlager-Stars, TV-Prominente und andere Berühmtheiten waren von heute auf morgen passé. Um im Gespräch und sichtbar zu bleiben, hatten sie nur eine einzige Möglichkeit, nämlich, sich zu politisieren und sich auf die Seite der frischgebackenen Demokraten zu schlagen. So erklangen ihre Stimmen zumindest auf öffentlichen politischen Veranstaltungen und ihre nun eher politischen Songs erklangen im Radio. Dieselbe Krise ereilte in viel stärkerem Maße jedoch die etablierte Hochkultur. Autoritäten gab es plötzlich keine mehr, denn die fast ausnahmslos der Nomenklatura angehörenden Intellektuellen waren verpönt. Zahlreiche Schriftsteller, Regisseure, Schauspieler, Akademiker – die Intelligenz also – mussten oft unter Beschimpfungen und Demütigungen die öffentliche Bühne

⁹ S. dazu Daskalov 1998.

räumen. Es sei denn, auch sie fanden eine neue Legitimation durch die Politik, indem sie sich umfärbten und sich demokratische Schlüsselbegriffe auf die Fahnen schrieben¹⁰. Das entstandene Vakuum in der Hochkultur, also unter den Deutungsträgern, den Symbole und Werte Schaffenden, blieb bestehen. Denn für den Import westlicher Populärkultur gab es keine Transportschwierigkeiten, für den von Hochkultur dagegen erhebliche. Die jahrzehntelang so gut wie nicht existente kommunikative Vermittlung zwischen Ost und West in diesem Bereich konnte durch die schnelle und aufgrund des großen Nachholbedarfs planlose Übersetzung westlicher Autoren nicht kompensiert werden. Die geeigneten Vermittler, die intellektuellen Eliten – Wissenschaftler und Künstler, die früher gänzlich vom staatlichen Budget abhängig waren – wurden an die Peripherie gedrängt. Personal und Institutionen der Hochkultur verringerten sich stark, verloren ihren Einfluss und ihre gesellschaftliche Autorität und bewegten sich nun in einer von der Öffentlichkeit weitgehend abgeschirmten Nische Gleichgesinnter.

In der Folge fand eine Entwicklung bzw. ständige Ausdifferenzierung lediglich in der Sphäre der Populärkultur statt. In der Musik begann die Suche nach eigenen Mustern mit Texten in der eigenen Sprache. Eine nennenswerte, d.h. überhaupt vorhandene Tradition existierte nur im Schlager und in der uniformierten, stilisierten und zur Hochkultur erhobenen Folklore. Keines dieser im Sozialismus etablierten Genres taugte als Identitätsstifter, um als ernsthafte Konkurrenz zur westlichen Pop-Musik promotet zu werden. Und so begann Anfang der 1990er Jahre eine zunehmende Hinwendung zur Musik der Hochzeitsorchester und Instrumentalgruppen für Volksmusik, die Lieder für das Gelage produzierten, in denen Improvisation, instrumentelle Variation und Virtuosität die zentrale Rolle spielten und deren angestammter Platz in der Kneipe, im dörflichen Milieu war. Ihnen wurde plötzlich ein ganz anderer Status zugeschrieben: Von der offiziellen sozialistischen Hochkultur ignoriert und missachtet, wurden sie auf einmal geradezu als Produzenten einer Dissidenten-Kultur und ihre Musik als die „Rückkehr zum Eigenen“ gefeiert¹¹. Dass sie vom Regime zuvor als minderwertig eingestuft wurde, reichte anscheinend

¹⁰ Zu den politischen Verhältnissen und Symbolen in Bulgarien nach der Wende s. Daskalov 1999a, Koleva/Tanev 1999, Kabakčieva 1999 sowie die Beiträge in „Novijat političeski elit“ [Die neue politische Elite], Sofia 1994.

¹¹ Vgl. dazu z.B. Dimov 1999: 46, Levy 2000: 74-77.

völlig aus, um nach der Wende in den Ruf einer „echten“, „von unten“ geschöpften Folklore oder gar Volksmusik aufzusteigen.

Das ab 1992 jährlich organisierte und live im Nationalen Fernsehen übertragene Festival „Pirin-Folk“, aber auch andere Bühnen, ebenso die zahlreichen Sendungen auf den sich mehrenden privaten Radiosendern und die Rubriken in den Printmedien¹² lösten einen regelrechten Boom aus. Die Konzerte brachten die ersten Stars dieser Musikrichtung hervor. Und auch von prominenter Stelle aus bekundete man großes Interesse am neuen Phänomen: Folkloristen und Musikwissenschaftler der Bulgarischen Akademie der Wissenschaften¹³ gaben 1994 die erste spezialisierte, als monatliche Ausgabe geplante Zeitschrift „Folk panair. Zeitschrift für bulgarische und balkanische Folklore“ heraus, die ein breites Publikum erreichen sollte. Mit dem im Endeffekt allzu unbestimmt ausgefallenen Konzept trafen sie jedoch weder den Geschmack der Branche noch den der Rezipienten dieser Musik, sodass die Zeitschrift nach nicht einmal einem Jahrgang, genauer nach nur acht Heften, eingestellt werden musste. Ein ähnliches Schicksal ereilte auch die anderen Versuche, mit spezialisierten Ausgaben auf eher anspruchsvollem Niveau die vermeintlichen Interessenten auf dem Laufenden zu halten¹⁴. An längeren Artikeln, teilweise von Folkloristen und Musikwissenschaftlern verfasst, an Interviews mit Musikern, in denen es vordergründig um musikalische Ausbildung, Musikelemente und Genres ging, an professioneller Berichterstattung über Konzerte und Auftritte waren die Anhänger offenbar nicht interessiert.

Vom Äußeren der serbischen Vorbilder des Turbofolk wie etwa Lepa Brena oder Ceca Velicković waren die bulgarischen angehenden Stars zu diesem Zeitpunkt noch weit entfernt. Nicht nur die Anlehnungen an die Volkslieder, auch ihre Auftritte – Trachtenelemente in der Kleidung, traditionelle Musikinstrumente sowie die Darbietungsart – erinnerten an die etablierte, vom Sozialismus „gezähmte“ Folklore.

¹² Zu den verschiedenen Festivals, Konzerten, spezialisierten Radio- und TV-Sendungen und Rubriken in den Printmedien Mitte der 1990er Jahre s. Dimov 1994: 13-18 und Dimov 2001: 51-69.

¹³ Chefredakteur der Zeitschrift war der Direktor des Instituts für Folklore Prof. Todor Živkov, der zusammen mit anderen Wissenschaftlern und professionellen Journalisten den redaktionellen Beirat bildete.

¹⁴ So etwa die Zeitschrift „Folk Kalendar. Nationale Ausgabe für bulgarische Folklore“ von 1997 und die Zeitschrift „Folk Fiesta“, erschienen in wenigen Ausgaben 2000.

Aufgrund dieser zwar augenfälligen, im Grunde jedoch unterstellten Verwandtschaft, konnten die Kompilationen von den Rezipienten als eine Variante, als Nachfolger der früheren Hochkultur angesehen werden. Es dauerte aber nur wenige Jahre, bis diese Vorläufer in die nächste Phase der Entwicklung traten oder die Bühne räumen mussten für die anrückenden „echten“ Čalga-Stars. Die Folklore-Elemente verschwanden und wurden ersetzt durch knappe, aufreißende Outfits, grelles Make-up, immer obszönere Texte und Sound-Entlehnungen aus den modernen westlichen Tanzmusik-Genres wie Hip-Hop oder Techno. Hier eine Kostprobe von 1998:

Nein, ich will keine Rosen, gib sie mir in Geld.

*Ich geb dir einen Kuss, doch werd nicht weich
und flüstere mir keine Liebesworte zu.*

Am meisten liebe ich, mein Lieber, das Flüstern des Geldes [...].

Gib mir fremde Währung, echtes Geld,

mit Dollar und Mark läuft die Liebe gut (Bojka Dangova, „Šepot na pari“ [Geldgeflüster]).

Dominant blieben allerdings die balkanischen Klänge, die sich immer mehr in Richtung orientalische Musik bewegten. Zu verdanken war diese Transformation und die Etablierung der Musikrichtung als kultureller Komplex den eindeutigen Gewinnern der Wende, den Helden der neuen Zeit, den unter dem Sammelbegriff „Business Men“ in den Augen der Bevölkerung bis heute vereinten dubiosen Aufsteigern, die in der Schattenwirtschaft außerhalb des Marktes groß wurden. Fast ausnahmslos bäuerlicher Herkunft, brachten sie ihren Geschmack und ihre Kultur mit in die Stadt. Organisiert waren sie in Einheiten, die die sinnbildliche Bezeichnung „Kraft-Gruppierungen“ trugen, und rekrutierten sich größtenteils aus ehemaligen Kraftsportlern, die sich als überaus nützlich für die mit Nomenklatura-Kapital gegründeten Schutz- und Wachfirmen erwiesen¹⁵. Durch das Bewusstsein ihres neuen sozialen Status' gestärkt, demonstrierte die

¹⁵ Ihr Werdegang wirkt immer noch ausgesprochen faszinierend, sodass in den letzten Jahren zahlreiche dieser (ehemaligen) Gangster ihre Verbrecher-Laufbahn aufschrieben und damit echte Bestseller landeten; auch vermeintliche „Eingeweihte“ betätigen sich als Chronisten und Schriftsteller. Mittlerweile erscheinen diese „Memoiren“ und „Biografien“ sogar in spezialisierten Buchreihen, etwa unter dem Titel „Kollektion: «Die ermordeten Bosse»“. Einzelne Titel lauten z.B. „Der BG-Pate: Die wahre Geschichte von Madžo“ oder „BG-Oligarchen. Die Geheimnisse der reichsten Bulgaren“.

neureiche Kraft-Elite überall hemmungslos und selbstbewusst ihren Reichtum und ihre Vorlieben. Zum Status der Bosse gehörte auch das eigene Lokal – Restaurant, Bar oder Diskothek – mit Live-Musik. Ihre „Stars“ entdeckten sie oft selbst, formten sie nach ihrem Geschmack und ließen sich selbst bzw. ihre Lebensführung von ihnen besingen¹⁶. Repräsentativ sollen hier Ausschnitte aus zwei Liedertexten von 1994-1995 angeführt werden, die den Aufstieg bestimmter Bosse rühmen und auch einige Auskunft über die laufenden Geschäfte geben:

*Ich begann mit dunklen Geschäften, wurde Business Man,
für mich gibt es keine Hindernisse im Leben, Gott ist stets mit mir...
Reich bin ich, königlich werde ich leben jeden Tag und jede*

Stunde (Ilijan Mihov, „Barovec“)

und

*Ich kaufte mir einen BMW, ich kaufte mir yeah, feiern werde ich
in der, Domby‘-Bar...*

Es lebe das Holding, es lebe Sofia...

*Versichert alles bei uns – das Holding ist Symbol der Macht,
frag nicht wer ich bin, sondern wieviel Macht ich habe*
(Valdes, „Žega“).

Dafür, dass sie ihre Sänger wie Leibeigene behandelten, zahlten die Bosse überaus großzügig. Sie traten als Mäzene auf, zu denen die ausgehungerten Gesangtalente scharenweise liefen. Unter den Bedingungen allgemeiner Misere löste ihr Protzen zwar Abscheu, in viel höherem Maße aber Faszination aus. Ihre brutalen, rücksichtslosen Methoden hielten die Gesellschaft in Schach, was den Eindruck grenzenloser Freiheit und Autarkie erweckte. Ihre Laufbahn schien die einzig erfolversprechende zu sein und es dauerte nicht lange, bis das gesamte Paket ihres Erscheinungsbildes zum nachahmenswerten Vorbild wurde: rasierter Stiernacken, Gold, teure Autos und Handys, die Begleitung leichtbekleideter Frauen und Čalga-Musik.

¹⁶ Auch über diese inzwischen legendäre Verbindung zwischen den Mafia-Bossen und den Čalga-Stars sind Bücher geschrieben worden. Zwar können diese Berichte angeblicher „Augenzeugen“ nicht als Quellen dienen, bei den meisten Geschichten handelt es sich allerdings um allgemein bekannte, auch durch die Medien verbreitete Ereignisse und Beziehungen. Als Beispiele zu nennen wären „Das Imperium «Pajneroff» 1:1. Die wahre Geschichte der Čalga“ vom Čalga-Texteschreiber und ansonsten Theaterschauspieler Stefan Cirkov, erschienen 2009, und „Weiße Vögel und Kugeln“ (benannt nach einem der berühmtesten frühen Čalga-Hits) vom Journalisten Georgi Stojanov, erschienen 2008.

Ihre feste Vernetzung mit Politikern und Polizisten, die ja von Anfang an ihre Schirmherren waren, ließ den Funken überspringen: Die enge Zusammenarbeit bedingte auch die gemeinsamen Formen des geselligen Verkehrs. In besagten Lokalen fanden viele Geschäftsabwicklungen statt. Die Medien ließen auch nicht lange auf sich warten und begannen ab etwa 1998 mit aller Kraft an der Legitimierung der Čalga-Kultur, an deren Etablierung als legitime kulturelle Wahl zu arbeiten. Erfolgreiche Fernsehmoderatoren wetteiferten um die Freundschaft oder zumindest die Gunst der Bosse, um mit ihnen selbst ins Geschäft zu kommen. Was sie zu bieten hatten, war die breite Öffentlichkeit, vor der sie die Bosse rühmten, sie in ihre Sendungen einluden, Werbung für ihre Lokale machten, ihren Sängern Auftritte im Fernsehen ermöglichten. Manche von ihnen stiegen sogar selbst in das vielversprechende Business ein. Die Printmedien füllten immer mehr Seiten mit solchen Nachrichten und reichlich Fotos. Jeder Sender, jede Zeitung hatte ihre Rubriken über Popfolk, es mehrten sich die eigens dem Genre gewidmeten TV-, Radiosender und Zeitschriften. Mit der Zeit gab sich aber die inzwischen zur mächtigen Industrie angewachsene Branche mit der bloßen Präsenz nicht mehr zufrieden. Denn Rubriken, spezielle Sendungen und Seiten stellen immerhin geschlossene Einheiten dar, abgegrenzt von anderen Inhalten. In den letzten Jahren ist deshalb eine neue Tendenz zu beobachten: Die entsprechenden Themen werden nicht mehr als Extra-Sparten behandelt, sondern neben Nachrichten aus unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen als gleichwertig bzw. gleichgewichtig präsentiert.

Gleichzeitig sind die Medien bemüht, die Sängerinnen in möglichst vorteilhaftes Licht zu stellen. Die ihre Namen stets begleitenden, positive Assoziationen weckenden sprachlichen Attribute lauten „die Schönheit“, „die Folk-Diva“, „die Folk-Furie“, „die Folk-Ikone“, „Folk-Prima“ und ähnliches mehr. Ihr früheres Image als Sexsymbole bzw. Objekte der Begierde wird stets erweitert, sodass sie nun auch als Mütter, Modedesignerinnen, Studentinnen, Fitness-Trainerinnen, Parfüm-Schöpferinnen, Verfechterinnen der Wohltätigkeit, Buchautorinnen und vieles mehr, also als aktive Gestalterinnen der bulgarischen Öffentlichkeit dargestellt werden. Im Fernsehen treten sie nicht mehr nur als Gäste in Sendungen auf, sondern moderieren eigene Sendungen zur Hauptsendezeit und begrüßen als ihre Gäste Politiker, Sportler, Schriftsteller. Dass die Zusammenarbeit mit den Čalga-Stars ein einträgliches Geschäft verspricht, haben bereits

auch Kino-, TV-Produzenten und die Werbebranche entdeckt, und so tauchen die bekannten Gesichter bzw. Körper auch in Kinoproduktionen, Fernsehserien und Werbespots auf. Wichtig dabei ist allerdings, dass dadurch ihre Identität als Čalga-Stars nicht übertüncht wird, sondern ganz im Gegenteil: Geworben wird gerade mit der spezifischen, ausschließlich auf das Körperliche ausgerichtete Ästhetik ihrer Gesamterscheinung, sodass diese verschiedensten Sphären des gesellschaftlichen Lebens ihren Stempel aufgedrückt hat und durch die permanente Präsenz in der Öffentlichkeit geradezu zu einem Naturgesetz avanciert ist¹⁷. Die systematische Aufwertung dieser Präsenz wurde in den letzten Jahren auf unterschiedliche Art und Weise vollzogen. Hierzu beispielhaft einige dieser Strategien:

1. In jeder TV-Unterhaltungssendung des Typs „Reality Show“, an der Prominente teilnehmen, treten Seite an Seite mit Sportlern, Politikern, Schauspielern, Comedy-Stars und anderen Berühmtheiten obligatorisch auch Čalga-Stars auf. So zum Beispiel auch in der Jury der bulgarischen Variante von „Music Idol“, sodass ein Großteil der Kandidaten dazu ermutigt werden, sich mit Čalga-Liedern für den Titel „Bulgarischer Superstar“ zu bewerben. Zeigt sich einer der anderen Promis in diesen Shows unwillig, sich in eine Reihe mit den Čalga-Stars zu stellen, verzichtet die Sendung auf ihn. So zeigten sich einige der im Sozialismus groß gewordenen Schlagerstars Ende der 1990er Jahre empört über die immer größeren Raum erobernde Čalga. Bald darauf standen sie schon auf einer Bühne mit den neuen Stars, wenn sie auf ihre Meinenpräsenz nicht gänzlich verzichten wollten.¹⁸ Die Folge dieser Entwicklung ist eine allumfassende Anbiederung seitens aller die breite Öffentlichkeit suchenden Branchen an die Folk-Stars. Auch der zur Zeit renommierteste bulgarische Radiosender „Darik“ würdigte auf besondere Weise die Čalga, indem er anlässlich seines 16. Geburtstags am 21. Januar 2009 drei „Folk-Legenden“ einlud, damit sie an diesem Tag als Moderatoren durch die Sendungen führten, sich „kompetent“ zu politischen Fragen äußerten und ihre Musik spielten. Explizit genannt ist der Hit, mit dem einer dieser Sänger unvergesslich

¹⁷ Zum menschlichen Körper als Spiegel sozialer Werte und Selbstwunschild der Gesellschaft s. Bernard 1980: 107, 116.

¹⁸ So erging es etwa dem berühmtesten bulgarischen Schlagersänger Vasil Najdenov, der 1997 noch seinen Abscheu vor der Čalga offen zum Ausdruck brachte, diesen 2003 weitgehend relativierte und 2005 bereits an einem Konzert gemeinsam mit Čalga-Stars teilnahm. S. dazu Trud, 4.1.2006, nr. 2, S. 12.

bleiben werde, nämlich „Tiger, Tiger, hast du Geld, dann hast du schöne Frauen und schöne Autos“¹⁹.

2. Wer von den bulgarischen Pop- und Schlagersängern nicht in Vergessenheit geraten möchte, muss sich den Čalga-Stars wohlgesinnt zeigen und ihre Musik öffentlich loben. In zahlreichen Zeitungsmeldungen heißt es, Pop- und Schlagersänger würden die Folk-Konzerte besuchen oder sogar gemeinsam mit den Folk-Stars auftreten, und gemeinsame Fotos bestätigen es. Die entsprechenden Titel lauten etwa: „Der Folk bekam vom Pop eine Eins“²⁰, „Schlager-Prima würdigte den Folk“²¹ usw. Etablierte Schlagerkomponisten und Texteschreiber wetteifern darin, Folksänger zu loben, und zwar nicht nur für ihr Gesangstalent, sondern auch für deren Intellekt und darstellerischen Qualitäten²².

3. Auf den Zeitungsseiten für „Vermischtes“ bzw. für Klatsch und Tratsch über Prominente werden stets Bilder von Čalga-Stars neben solchen von Weltstars platziert und auf dieselbe Art und Weise kommentiert. Darüber hinaus erscheinen regelmäßig Meldungen, die Weltberühmtheiten mit dem bulgarischen Folk in direkte Verbindung bringen. So habe sich zum Beispiel Jean-Claude Van Damme von den bulgarischen Čalgotheken begeistert gezeigt²³, Preslava und Enrique Iglesias seien „die begehrtesten diesen Sommer“²⁴, „Folk-Diven“ hätten Madonna besucht (aus dem Inhalt wird klar, dass sie nur ihr Konzert besucht haben)²⁵, Paris reiße sich förmlich um den Auftritt eines Čalga-Stars (dem Artikel zufolge sei es jedoch aus unerklärlichen Gründen nicht dazu gekommen)²⁶, „Der Folk eroberte Las Vegas“ (die Lektüre verrät, dort wohnhafte Bulgaren hätten einen Saal gemietet und eine Čalga-Sängerin aus Bulgarien eingeladen)²⁷. Auch fallen direkte Vergleiche mit internationalen Stars als Legitimation, sodass der Folk-Sänger Vasil Petrov längst als „der bulgarische Sinatra“ und seine Kollegin Saška Vaseva als „Madonna aus Dupnica“ berühmt sind. Nach wie vor als größte Anerkennung und als Qualitätszeichen gilt jedoch das

¹⁹ Trud, 17.1.2009, nr. 15, S. 11.

²⁰ Trud, 7.8.2008, nr. 216, S. 38.

²¹ Trud, 1.11.2008, nr. 302, S. 40.

²² So etwa der produktivste bulgarische Schlager-Komponist Tončo Rusev, der zurzeit nur seltene Medienpräsenz genießt, in einem Interview in Trud, 19.2.2009, nr. 48, S. 17.

²³ Trud, 2.3.2009, nr. 59, S. 11; Trud, 8.3.2009, nr. 65, S. 12.

²⁴ Trud, 24.8.2008, nr. 233, S. 22.

²⁵ Trud, 3.9.2008, nr. 243, S. 38.

²⁶ Trud, 8.9.2008, nr. 248, S. 46.

²⁷ Trud, 26.11.2008, nr. 327, S. 38.

Interesse der anderen Balkan-Länder, die ja weiterhin die Vorbilder liefern, an den bulgarischen Stars: Ausgiebig berichtet wird über Konzerte serbischer Stars in Bulgarien, über gemeinsame Auftritte mit ihren bulgarischen Kollegen, und überaus euphorisch über bulgarische Auftritte in der Türkei, in Serbien, Mazedonien und Griechenland²⁸.

4. Die Čalga-Stars genießen mittlerweile freien Zutritt zu jeder Bühne im Land, und so ist längst auch der imposanteste Saal im Nationalen Kulturpalast in Sofia für Folk-Konzerte zu haben. Ebenso die Große Aula der renommierten Wirtschafts-Universität in Sofia, wo im November 2008 ein Čalga-Konzert stattfand, dem auch die damalige Sozialministerin und der Rektor der Universität beiwohnten. Kürzlich wurde auch im Gebäude des Bezirksgerichts in Sofia eine Čalgothek eröffnet²⁹.

5. Eine regelrechte Kampagne zur Steigerung des Images der Folk-Sängerinnen betreiben die Zeitungen intensiv seit ca. einem Jahr. Regelmäßig erscheinen Berichte und Interviews, die sie als besonders intelligent und begabt präsentieren. Neben der Hervorhebung ihres musikalischen Talents werden die Leser über immer mehr an der Universität immatrikulierte Stars informiert³⁰.

6. Die großen Feiertage, einschließlich Weihnachten, werden hauptsächlich mit Čalga-Konzerten begangen, von denen die größten auf den Fernsehkanälen laufen. Voller Mitgefühl berichten die Zeitungen über die übermüdeten Stars, die sich nicht einmal zu Weihnachten ein bisschen Ruhe gönnen können³¹.

²⁸ z.B. über bulgarische Auftritte in den Nachbarländern (Trud, 11.8.2008, nr. 220, S. 38; Trud, 19.2.2009, nr. 48, S. 11); über serbische Stars in der bulgarischen Hauptstadt (Trud, 10.11.2008, nr. 311), über den serbischen Superstar Lepa Brena in Bulgarien (Trud, 12.1.2009, nr. 10, S. 11; Trud, 16.1.2009, nr. 14, S. 11; Trud, 19.1.2009, nr. 17, S. 11); über gemeinsame Auftritte mit serbischen Stars (Trud, 5.10.2008, nr. 275, S. 22).

²⁹ Einen längeren Artikel darüber veröffentlichte die Internet-Nachrichtenagentur novinite.com am 9.10.2009.

³⁰ Dabei handelt es sich stets um die Neue Bulgarische Universität in Sofia, die schwer gegen Vorurteile zu kämpfen hat. Aufgrund der für bulgarische Verhältnisse enorm hohen Studiengebühren hat sich die Überzeugung durchgesetzt, dass gegen den entsprechenden Geldbetrag jeder aufgenommen werden könne. Artikel über intelligente bzw. studierende Čalga-Stars finden sich etwa in Trud, 2.10.2008, nr. 272, S. 38; Trud, 19.10.2008, nr. 289, S. 13; Trud, 15.11.2008, nr. 316, S. 40; Trud, 31.1.2009, nr. 29, S. 20-21; Trud, 1.3.2009, nr. 58, S. 12.

³¹ z.B. Trud, 16.11.2008, nr. 317, S. 22; Trud, 22.12.2008, nr. 353, S. 46; Trud, 31.12.2008, nr. 360, S. 36; Unter dem Titel „Balkan 2009: Čalga ohne Grenzen“ erschien am 9.1.2009 auf der Online-Seite der Zeitung „Dnevnik“ dnevnik.bg ein Bericht über das von Čalga dominierte TV-Programm in der Neujahrsnacht in verschiedenen Balkan-Ländern.

7. Die angesagten und teuersten Lokale im Land sind solche mit Čalga-Live-Darbietungen und gehören ausnahmslos dubiosen, aber sehr erfolgreichen Business Men. In den Medien werden diese Clubs und Restaurants als elitäre Lokalitäten präsentiert, wobei es sich beim häufigsten damit in Verbindung verwendeten Begriff um das Kürzel „VIP“ handelt. Alles um diese „Tempel der Čalga“ herum kann VIP sein: der Eingang, die Gäste, die Logen, die Einladungen, das Menü. So heißt es in einem Bericht anlässlich der Eröffnung einer Čalgothek, man habe persönliche Einladungen mit Wachsstempeln und folgendem Text verschickt: „Sie sind auserwählt“. Denn der Club sei dem Besitzer zufolge ein Ort, „der die Wünsche jener erfüllen werde, die auserwählt seien, ihn zu besuchen“³². Es werden auch Umfragen bezüglich des Sofioter Nachtlebens durchgeführt. So etwa befragte die Agentur „Best of Sofia“ 500 „VIP-Personen, Journalisten und zufällige Besucher“ eines solchen Clubs, welche die drei beliebtesten Lokale seien; das Ergebnis verkündete drei Čalgotheken, und als größter Vorzug habe man „den eingeschränkten Zutritt“ genannt³³. Euphorisch wurde auch eine weitere Eröffnung kommentiert: „Einzigartig auf dem Balkan! Vor dem riesigen roten Gebäude im Zentrum der Hauptstadt wird unsere ‚Walk of Fame‘ im Glanz erstrahlen. Genau wie in Hollywood werden unsere Stars leuchten“³⁴. Ein solcher „Tempel der Čalga“ gewann sogar den Preis des Architekturwettbewerbs „Gebäude des Jahres 2008“ in der Kategorie „Sport und Attraktion“. Ein Gebäude, das auf wunderbare Art und Weise Čalga und Patriotismus anschaulich verbindet: im Stil einer altbulgarischen Festung mit dem Namen des bulgarischen Zaren aus dem Mittelalter „Kalojan“³⁵.

8. Unmittelbar verbunden ist die Čalga mit der bulgarischen politischen Elite. Indem sie diese mittlerweile als „das Bulgarische schlechthin“ geltende Kultur selbst exponieren und fördern, gewinnen zahlreiche ansonsten kompromittierte Eliten-Vertreter die Sympathien großer Teile der Bevölkerung. Wie bereits angedeutet, rekrutiert sich ein wesentlicher Teil der VIP-Gäste der Čalgotheken aus den Reihen der Politiker. Gern zeigen sie sich auch neben den Folk-Stars in verschiedenen TV-Unterhaltungsformaten, etwa „Dancing Stars“, „VIP Brother“ u.a.³⁶ Die ehemalige stellvertretende Kulturministerin und

³² Trud, 1.12.2006, nr. 332, S. 31.

³³ Trud, 5.12.2006, nr. 336, S. 36.

³⁴ Trud, 25.10.2005, nr. 291, S. 36.

³⁵ z.B. Trud, 10.12.2008, nr. 341, S. 19.

³⁶ z.B. Trud, 28.12.2008, nr. 357, S. 22; Trud, 4.2.2009, nr. 33, S. 24.

Ehefrau eines der berühmtesten bulgarischen Dichter Nadežda Zaharieva ging sogar soweit, sich mit dem Verfassen von Texten für Čalga-Lieder einen lukrativen Nebenverdienst zu sichern³⁷. Mit Čalga-Konzerten warb für sich die bis vor einigen Monaten stärkste Partei der Sozialisten (BSP) während der ersten Wahlkampagne in Bulgarien für das Europa-Parlament im Sommer 2007³⁸.

Die ausgewählten Beispiele demonstrieren die entscheidende Rolle der bulgarischen Macht- und Deutungseliten bei der Legitimierung eines populären Phänomens als wichtiger sozialer Faktor und dominierende kulturelle Wahl. Seit Ende der 1990er Jahren arbeiten Presse, Radio und Fernsehen an der Kreierung des Bildes des Folk-Stars. Sie sind die Mitbegründer des Bildes, das den typischen Ausdruck der gegenwärtigen bulgarischen Medienkultur prägt, und diejenigen, die die Čalga-Kultur salonfähig machten. Klar erkennbar ist die Tendenz der bewussten Betonung der Differenz, der Distanz zum kulturellen Raum der EU, der Überbetonung des vermeintlich „Eigenen“. Das Aufkommen eines neuen Patriotismus habe Dičev zufolge seit Ende der 1990er Jahre die Gesellschaft im Griff, ein „Lifestyle-Patriotismus“, der durch die übermäßige Aufwertung des Nationalen die kaum herausgebildeten anderen Identitäten in Bulgarien kompensiere. Insofern stehe das national Eigene gleichzeitig auch für die regionale, ethnische und soziale Bestimmung (Dičev 2003: 10). Die flächendeckende Verbreitung der Čalga-Kultur in allen Bevölkerungsschichten als Symbol des Bulgarischen unterstützt diese Behauptung. Der Aufstieg eines kulturellen Randphänomens zu einem der wichtigsten Gemeinschaft begründenden, integrierenden und stabilisierenden sozialen Faktoren aufgrund der ihm zugesprochenen nationalen Bedeutsamkeit stellt eine einzigartige Entwicklung dar. Die Permanenz der Folk-Stars, die mit der Folklore verwandten Funktion ihrer Musik, ihre alltägliche Nähe, also der Werdegang und der gesellschaftliche Stellenwert der Čalga-Stars widersprechen nämlich zentralen Befunden der Star-Forschung. So etwa der „Inszenierung des Außerordentlichen“, der „Personifikation eines Utopischen“, dem Trend zum Individualismus und der „Außeralltäglichkeit“ als Bedingungen eines Star-Status (Faulstich 2000:

³⁷ „Der Popfolk ist schön, nur einige Leute weigern sich, seine Schönheit zu erkennen“, verkündete die stellvertretende Ministerin in einem Interview für die Zeitung „Novinar“: novinar.net, 24.8.2005.

³⁸ S. dazu den kritischen Artikel des bulgarischen Redakteurs der Deutschen Welle Alexander Andreev in Dnevnik, 26.4.2007, nr. 82, S. 13.

207), aber auch der vorausgesetzten Kategorisierung, der nach Stars sich nach Schichtenpräferenzen, Geschlechts- und Altersspezifik, nach bestimmten demografischen Merkmalen wie Bildungsgrad oder Wohnortsituierung (Stadt/Land) rubrizieren lassen (ebd.: 203)³⁹.

Unter den Bedingungen vorherrschender Desorientierung und fehlender Autoritäten sahen die Medien es als ihre Aufgabe an, zumindest teilweise die integrierende „eigene“ Perspektive wiederherzustellen und einen inneren kulturellen Raum zu konstruieren: Kreierung eigener Stars, Unterstützung der Eliten, vorwiegend interne Berichterstattung, jeweils möglichst nur eine Interpretation von Ereignissen und Sachverhalten, weitgehende Ignoranz sozialer Probleme. Vorangetrieben wurde somit der Prozess des Rückzugs in eine aus dem Sozialismus bekannte Homogenität des eigenen kommunikativen Raums⁴⁰. Kritische Stimmen melden sich in den auflagenstarken Printmedien und den TV-Sendern mit hohen Einschaltquoten nur selten zu Wort, und wenn, so gehen ihre Äußerungen völlig unter, zumal die Zeitungen grundsätzlich nicht auf die Situierung und Förderung von Diskursen in deren allgemeinem Sinn des Aushandelns von Bedeutungen angelegt sind. Die ihnen zufallende Funktion als „vierte Macht“ haben die bulgarischen Medien noch nicht wahrgenommen. Das Profil ist reine Informationsvermittlung mit intensiver Verwendung von herrschenden Stereotypen, Vorurteilen und Personentypisierungen⁴¹, charakteristisch ist die selektive Darstellung. Längere Artikel mit Ideengehalt, ausgeführter Position, auf Dialog, Tiefe und Analyse abzielend, fehlen. Es handelt sich stets um aneinandergereihte Statements, die in nicht konsequent geführten Rubriken oft willkürlich, in unpassender Nachbarschaft platziert wirken⁴². Allgemein kann man sagen, dass von den insgesamt 66 Jahren bulgarische Presse bis 1944 42 Jahre lang Zensur herrschte. Nach 1989 betrieben die Journalisten weiterhin Selbstzensur, orientieren sich immer noch an der Macht, denn die grobe Einmischung der politischen Kräfte in die Arbeit der Medien sowie die Übergriffe auf Journalisten sind an der Tagesordnung. Hinzu kommen die starke Abhängigkeit von den Werbeeinnahmen und die viel zu wünschen übrig lassende journalistische

³⁹ Vgl. dazu auch Hickethier 1997, Ludes 1997, Sommer 1997.

⁴⁰ Vgl. Daskalov 1998.

⁴¹ Vgl. dazu Daskalov 1998, Ivanova 2002, Ivanova 2002a.

⁴² So finden sich z.B. Meldungen von und über Čalga-Stars neben Interviews mit Interviews mit Politikern, Nachrichten aus Wirtschaft und Politik u.a.

Ausbildung⁴³. Von einer stabilen, professionellen journalistischen Elite kann noch nicht die Rede sein. Die Folge ist die allumfassende Boulevardisierung bzw. die Alleinherrschaft der Tabloid-Formate. Die Ausgaben sind voller fesselnder Überschriften, die häufig nicht viel mit dem Inhalt zu tun haben. Unter „Freiheit“ kann deshalb vor allem die Wahl der rhetorischen Mittel verbucht werden. Charakteristisch sind das niedrige intellektuelle Niveau, die Vorherrschaft von Jargon und Umgangssprache, die profane Verwendung der Vornamen und Spitznamen von Politikern und Prominenten allgemein, ebenso die von Kriminellen. Anzumerken ist allerdings, dass sich die Mediensprache an den Elitenvertretern orientiert, die sich in der Öffentlichkeit derselben Ausdrucksweise bedienen, und diese oft nur zitieren⁴⁴.

Die Čalga begünstigte die Neuaufwertung des Patriarchats und die Durchsetzung eines simplen, ausschließlich auf Äußerlichkeiten angelegten Wertekanon in der Öffentlichkeit. Während der Jahrzehnte des Sozialismus als häusliches Patriarchat weitergeführt, kehrte es nun wieder als legitimes gesellschaftliches Modell zurück, das, vom kommunistischen Regime abgelehnt, jetzt als eine Art „Normalisierung“, als Rückkehr zur eigenen Tradition betrachtet wird⁴⁵. In den zahlreichen Interviews geben Čalga-Sängerinnen, aber auch andere prominente Frauen offen ihre Vorlieben für Männer mit Macht und Geld preis und leben diese Einstellung auch voller Stolz vor. Die Aufwertung der Čalga-Kultur als autochthon bulgarisches (bzw. balkanisches), von der offiziellen Kultur des Sozialismus nicht anerkanntes kulturelles Erzeugnis bildet daher einen zentralen Pfeiler in dieser Kampagne zur Überbetonung des Eigenen. Insofern stellen sich die Medien als wichtigste Vertreter der Deutungsmacht dieselben Aufgaben wie die bulgarische Intelligenz im ausgehenden 19. Jahrhundert, als der „Weg nach Europa“ zum ersten Mal eingeschlagen wurde: die Kodifizierung einer nationalen Kultur bzw. Hochkultur. Zurückgegriffen wird dabei allerdings auf die nach der Wende weiterhin

⁴³ Zur rechtlichen Situation und dem Zustand der bulgarischen Medien s. Schindwein 2007, Daskalov 1998, Ivanova 2002.

⁴⁴ Direkte Beleidigungen unter Politikern, z.B. neueren Datums: „Schwuchtel“, „türkischer Speichellecker“ (Trud, 3.6.2009, nr. 149, S. 4-5) u.ä., durch die Printmedien übermittelt, gehören zur Normalität. Ebenso die Verwendung von Politiker-Spitznamen wie „der General“, „der Kommandeur“, „der Falke“ oder „der Große Mund“.

⁴⁵ S. dazu Luleva 2008.

für tauglich befundenen zustimmungsfähigen Ideologien einerseits und auf die breitenwirksamste Populärkultur andererseits. Um ihre Medienpräsenz zu behalten, bedienen in der Öffentlichkeit stehende Personen den Massengeschmack und legitimieren ihn durch ihren prominenten Status in der Gesellschaft.

Es vollzieht sich somit ein wechselseitiger Legitimationsprozess, bei dem allerdings der Massengeschmack die elitäre Position zu bestimmen scheint, und eine erneute Monopolisierung der Deutungsmacht. Auseinandersetzungen finden vor allem mit fremden, den westeuropäischen Eliten statt, sodass die Oppositionen hauptsächlich auf „eigen“ und „fremd“ reduziert werden. So etwa, wenn deutsche Historiker sich der bulgarischen historischen Mythologisierung annehmen, die Unvernunft besitzen, ihre wissenschaftlichen Ergebnisse auch im Zielland präsentieren zu wollen und unter Morddrohungen und tagelangem Rufmord im Fernsehen fluchtartig das Land verlassen müssen⁴⁶; oder wenn ein deutscher Journalist ein Buch über die Korruption und Kriminalität in den hohen Etagen der bulgarischen Macht verfasst und physische Gewalt seitens bulgarischer Politiker fürchten muss, übermittelt ihm durch die Medien⁴⁷; oder wenn eine deutsche Schriftstellerin bulgarischer Herkunft den Preis der Leipziger Buchmesse mit einem kritischen Roman über Bulgarien gewinnt und von den bulgarischen Zeitungen geschmäht wird⁴⁸. Die Reihe solcher Beispiele wäre fast beliebig fortzusetzen.

⁴⁶ Ende April 2007 geriet das deutsche historische Forschungsprojekt unter dem Titel „Batak – ein Erinnerungsort“, das für den Mai 2007 eine Ausstellung und eine wissenschaftliche Konferenz im Ethnografischen Institut mit Museum bei der Bulgarischen Akademie der Wissenschaften in Sofia plante, in den Fokus aller bulgarischen Medien und Institutionen. Die Ausstellung und die Konferenz fanden nicht statt, nachdem die bulgarische Öffentlichkeit außerordentlich heftig und emotional in Bezug auf die „Erinnerung an Batak“ reagierte: das brutale Massaker im Ort Batak im Frühling 1876, von irregulären osmanischen Truppen an der christlichen Zivilbevölkerung des Ortes verübt. Aus dem Projekt ging immerhin der reich illustrierte zweisprachige Sammelband *Baleva, Martina/Brunnbauer, Ulf (Hg.): Batak kato mjesto na pametta / Batak als bulgarischer Erinnerungsort, Sofia 2007* hervor. S. dazu *Baleva 2008, Bredekamp 2008*.

⁴⁷ Es handelt sich um das 2008 auf Bulgarisch publizierte, auf Deutsch nicht erschienene Sachbuch von Jürgen Roth „Die neuen bulgarischen Dämonen“.

⁴⁸ Gemeint ist der Roman von Sibylle Lewitscharoff „Apostolov“, erschienen 2008. Aufschlussreich bezüglich der einheitlichen, überempfindlichen Reaktionen von Bulgaren auf die Sicht von außen sind u.a. die zahlreichen Online-Kommentare zum Interview mit Lewitscharoff für „Die Zeit“ und zu ihrem Roman: zeit.de, 25.2.2009.

Infolge der zunehmenden Boulevardisierung und Aufwertung populärer Formen kam es zu einer bis heute andauernden Umschichtung sozialer und kultureller Ebenen: Unter Ausschluss von Gegenstimmen, nämlich durch die Verdrängung kritischer Intellektueller aus dem öffentlichen Raum, werden Stereotypen und Einstellungen vertreten, die eigentlich für die sogenannte „niedrige Kultur“ bzw. Populärkultur⁴⁹ charakteristisch sind. Diese werden nun als Modell in jenen Schichten der Kultur reproduziert, die im Grunde als „hohe“ zu betrachten wären. Durch das Entfallen einer Gegenposition und damit der notwendigen dialogischen Spannung zwischen Hoch- und Populärkultur wurde auch die Abgrenzung der Hochkultur vom Populären unhaltbar. Es findet eine Verwischung von Grenzen in unterschiedlichen Sphären der Öffentlichkeit statt: zwischen Boulevardpresse und seriöser Berichterstattung, zwischen den rhetorischen Mitteln von Schriftlichkeit und Mündlichkeit, zwischen Politik und Stammtischdebatte, zwischen Wissenschaft und Pseudowissenschaft, zwischen Hoch- und Trivalliteratur. Der Historiker Rumen Daskalov sieht die elitäre Kultur im „Zustand eines Kollapses“ angesichts der „vorwiegend orientalischen Kultur der ‚Čalga‘, des süßlichen Rhythmus und des Bauchtanzes, und beschreibt diese bis heute anhaltenden Verhältnisse folgendermaßen: „Vormoderne und Postmoderne koexistieren bei uns in einer wirklich unangemessenen Nachbarschaft. [...] Der Zustand unserer postkommunistischen Kultur – in erster Linie ihre populäreren, medialen Formen – charakterisiert sich allgemein durch das Fehlen jeglicher Organisation und Hierarchie, das Fehlen eines Zusammenhangs und einer Ordnung; es ist nicht der Zustand von kulturellem De-Zentralismus (der ja immerhin das Vorhandensein eines ‚Zentrums‘ voraussetzen würde) und Alternativmöglichkeiten, sondern der totalen Formlosigkeit und Heterogenität. Das ist kein ‚Kitsch‘, der bewusst den künstlerischen Effekt sucht, sondern ein kultureller Misch-Masch, der bis zum völligen Nonsens reicht“ (Daskalov 1999). Insofern reflektieren die Čalga-Sänger mit ihrem eigenartigen Startum, angesiedelt zwischen Super- und Pseudostar⁵⁰, die gesellschaftlichen Lebensbedingungen und spiegeln die gruppenspezifischen Werte, Normen, Einstellungen wider. Dieser aus globaler Sicht zweifelhafte, aus nationaler jedoch unangefochtene Star-

⁴⁹ Den Terminus „populär“ verwende ich synonym zu „unterschichtlich“ im Unterschied zu „populär“, das für in verschiedenen sozialen Schichten massenhaft verbreitete Phänomene steht (vgl. Warneken 2006: 10).

⁵⁰ Zur Typologie der Stars s. Faulstich 2000: 209.

Status entspricht Sommers These (1997: 114) vom relationalen Charakter der „Stars“: Sie stellen ein „soziales Konstrukt“ dar, das von der spezifischen Perspektive der jeweiligen Konstrukteure und vom je relevanten soziokulturellen Kontext abhängt.

Die in den Medien propagierte Lebensart der Čalga, verkörpert durch symbolische Objekte und Stars, getragen von antiintellektuellen Machteliten, die mittels populärer Ausdrucksformen ihre Legitimation suchen, führt von den vorgeblich angestrebten Werten und Normen der EU immer weiter weg. Es stellt sich die Frage, ob die EU-Integration in Bulgarien überhaupt erst zu einem Elitenprojekt werden kann, um sich in der Folge als ein Projekt auch der Bürger etablieren zu können.

Literatur

Baleva, Martina 2008: Nationalmythos Batak. Die Dekonstruktion eines Bildes und die Folgen. In: Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaften, Jg. 36, 2/2008, S. 21-30.

Bernard, Michel 1980: Der menschliche Körper und seine gesellschaftliche Bedeutung. Phänomen Phantasma Mythos. Kassel.

Bredenkamp, Horst 2008: Das Bild des bulgarischen Staatskörpers als Organ der Gewalt. In: Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaften, Jg. 36, 2/2008, S. 31-35.

Brunnbauer, Ulf / Höpken, Wolfgang 2007: Transformation als Dauerzustand? Bulgariens (Um-)Wege in die Moderne. Einleitung. In: Dies. (Hg.), Transformationsprobleme Bulgariens im 19. Und 20. Jahrhundert. München, S. 7-16.

Čolović, Ivan 2005: Warum sind wir stolz auf den Balkan? In: Online-Netzwerkmagazin der Alfred Toepfer Stiftung F.V.S.

Daskalov, Rumen 1998: Masmedii i obštvenni diskursi v promjanata [Massenmedien und gesellschaftliche Diskurse während der Transformation]. In: Ders., Neštata naokolo [Die Dinge drum herum]. Sofia, S. 89-113.

Daskalov, Rumen 1999: Kakvo se slučva s bălgarskata kultura? [Was geschieht mit der bulgarischen Kultur?]. In: Kultura, 22.1.1999, Nr. 3, S. 9-11.

Daskalov, Rumen 1999a: Politische Symbole und Rituale im postkommunistischen Bulgarien. In: Krämer/Stojanov (Hg.), S. 191-220.

Daskalov, Rumen 2008: Pro- und antiwestliche Diskurse in Bulgarien. In: Schubert/Sundhausen (Hg.), S. 77-86.

Dičev, Ivajlo 2003: Zapiski po bălgarskite identičnosti [Aufzeichnungen zu den bulgarischen Identitäten]. In: Nacionalnata identičnost v dialoga meždu kulturite [Die Nationale Identität im Dialog zwischen den Kulturen]. Pleven, S. 7-24.

Dimov, Vencislav 1995: Folkbumät i popharakteristikite mu. (Kăm sociokulturnija portret na săvremennata etnopopmuzika v Bălgarija) [Der Folk-Boom und seine Popcharakteristiken. Zum soziokulturellen Porträt der gegenwärtigen Ethnopopmusik in Bulgarien]. In: Bălgarski folklor, Heft 6/1995, S. 4-19.

Dimov, Vencislav 1999: Värhu njakoi ideologemni aspekti na bälgarskata etnopop muzika [Zu einigen ideologischen Aspekten der bulgarischen Ethnopop-Musik]. In: Bälgarsko muzikoznanie, Heft 1/1999, S. 45-58.

Dimov, Vencislav 2001: Etnopopbumät [Der Ethnopop-Boom]. Sofia.

Faulstich, Werner / Korte, Helmut (Hg.) 1997: Der Star. Geschichte, Rezeption, Bedeutung. München.

Faulstich, Werner 2000: Sternchen, Star, Superstar, Megastar, Gigastar. Vorüberlegungen zu einer Theorie des Stars als Herzstück populärer Weltkultur. In: Ders., Medienkulturen. München, S. 201-212.

Hickethier, Knut 1997: Vom Theaterstar zum Filmstar. Merkmale des Starwesens um die Wende vom 19. Zum 20. Jahrhundert. In: Faulstich/Korte (Hg.), S. 29-47.

Ivanova, Radost 2002: Masmedii i folklore [Massenmedien und Folklore]. In: Dies., Kultura na krizata – kriza v kulturata [Kultur der Krise – Krise in der Kultur]. Sofia, S. 35-46.

Ivanova, Radost 2002a: Junaci, borci, bodigardove, mutri... ili gerojat ot vestnicite [Junaken, Ringer, Bodyguards, Fratzen... oder der Held aus den Zeitungen]. In: Dies., Kultura na krizata – kriza v kulturata [Kultur der Krise – Krise in der Kultur]. Sofia, S. 47-63.

Kabakčieva, Petja 1999: Die neuen politischen Eliten. In: Krämer/Stojanov (Hg.), S. 117-145.

Krämer, Hans Leo / Stojanov, Christo (Hg.) 1999: Bulgarien im Übergang. Sozialwissenschaftliche Studien zur Transformation. Bergisch Gladbach.

Koleva, Albena / Tanev, Todor 1999: Historisches Gedächtnis und Veränderung der politischen Kultur in Bulgarien. In: Krämer/Stojanov (Hg.), S. 79-114.

Levy, Claire 2000: Producirane na poslanija v sävremennata „etničeska“ muzika [Die Produktion von Botschaften in der gegenwärtigen „ethnischen“ Musik]. In: Bälgarsko muzikoznanie, Heft 3/2000, S. 69-89.

Ludes, Peter 1997: Aufstieg und Niedergang von Stars als Teilprozess der Menschheitsentwicklung. In: Faulstich/Korte (Hg.), S. 78-98.

Luleva, Ana 2008: Krise der Männlichkeit und/oder die (Neu-)Erfindung des Patriarchats. Der Fall der bulgarischen postsozialistischen Transformation der Geschlechterverhältnisse. In: Scholz, Sylka / Willms, Weertje (Hg.), Postsozialistische Männlichkeiten in einer globalisierten Welt. Berlin, S. 195-214.

Novijat političeski elit [Die neue politische Elite]. Sofia 1994.

Petrov, Petăr / Gehl, Katerina / Roth, Klaus (Hg.) 2007: Fremdes Europa? Selbstbilder und Europa-Vorstellungen in Bulgarien (1850-1945). Berlin.

Roth, Klaus 2008: Von Europa schwärmen? ‚Europa‘ und die Europäische Union in den Vorstellungen der Menschen in Südosteuropa. In: Schubert/Sundhaussen (Hg.), S. 165-179.

Roth, Klaus 2009: Zivilgesellschaft in Südosteuropa? Beobachtungen aus ethnologischer Sicht. In: Sterbling, Anton (Hg.), Zivilgesellschaftliche Entwicklungen in Südosteuropa. München, S. 45-64.

Sch lindwein, Simone 2007: Zwischen Propaganda und Kommerz – Medien(un)freiheit in Südost-, Mittelost- und Osteuropa. Wiesbaden.

Schubert, Gabriella / Sundhaussen, Holm (Hg.) 2008: Prowestliche und antiwestliche Diskurse in den Balkanländern/Südosteuropa. München.

Sommer, Carlo Michael 1997: Stars als Mittel der Identitätskonstruktion. Überlegungen zum Phänomen des Star-Kults aus sozialpsychologischer Sicht. In: Faulstich/Korte (Hg.), S. 114-124.

Statelova, Rozemary 1999: Folkăt: kăm săštността na javlenieto i negovoto definirane [Der Folk: zum Wesen des Phänomens und dessen Definierung]. In: Bălgarsko muzikoznanie, Heft 1/1999, S. 5-43.

Sundhaussen, Holm 1998: Eliten, Bürgertum, politische Klasse? Anmerkungen zu den Oberschichten in den Balkanländern des 19. Und 20. Jahrhunderts. In: Höpken, Wolfgang / Ders. (Hg.), Eliten in Südosteuropa. Rolle, Kontinuitäten, Brüche in Geschichte und Gegenwart. München, S. 5-30.

Warneken, Bernd Jürgen 2006: Die Ethnographie populärer Kulturen, Wien/Köln/Weimar.

Živkov, Todor Iv. 1996: Folklor i medii [Folklore und Medien]. In: Bălgarski folklor, Heft 5-6/1996, S. 4-10.

Dictatura culturii Čalga. Spre o nouă idee de „balcanism” în cadrul actualului proces de EU-izare a Bulgariei

Rezumat

Așa numita „cultură Čalga” domină Bulgaria atât în spațiul privat, cât și în cel public încă de la sfârșitul anilor '90. Čalga e un adevărat complex cultural – deci cu propriile modele comportamentale, atitudini, sistem de valori, atribute, estetică – ce s-a dezvoltat pe un stil de muzică populară rudimentar (numit Folk, Popfolk sau Čalga), care în perioada socialistă reprezenta subcultura fără prezență în media și considerată emblematică pentru gustul celor din straturile de jos ale societății. Locul de origine al acestei culturi este cârciuma, serbarea populară sau contextul familial, unde este receptată în special în forma spectacolelor *live*. Cea mai importantă trăsătură a fenomenului Čalga este caracterul sincretic, amestecul între elementele de șlagăr, muzică pop și romanes, ritmurile orientale și cele balcanice. O imagine ideală a sa este muzica Turbo-Folk, apărută cu mult timp în urmă în fosta Iugoslavie.

Drumul ei victorios în cultura muzicală bulgară a început la mijlocul anilor '90. Pe de o parte, era promovată de proaspăt îmbogățiții șefi ai mafiei, toți de origine țărănească, care și-au impus gustul propriu ca învingători ai schimbării (de după '89) și care constituiau un model pentru numeroase categorii sociale; pe de altă parte, mulți bulgari vedeau în Čalga o muzică „dizidentă”, deoarece fusese respinsă de cultura socialistă oficială. Prin acest argument

apărea ca singurul curent muzical neinfluențat de comunism și care putea prelua, după schimbare, funcția unui nou fenomen reprezentativ identitar, al unei culturi bulgare autentice.

După 1989, atât cultura populară, cât și cea cultă a Bulgariei au intrat într-o criză profundă, criză care durează până în ziua de azi, astfel încât cultura Čalga, fără concurență și fără alternative pe măsură, a ocupat un spațiu din ce în ce mai mare. La sfârșitul mileniului, toate mijloacele media îi stăteau la dispoziție (în contrast cu perioada comunistă și cu începutul anilor '90, când nu era transmisă prin media). S-a afirmat că reprezintă cultura bulgară prin excelență, preferată de cca. 85% din populație. Astăzi, estetica starurilor Čalga modelează întreaga scenă a mediei. Chiar mai mult, ea a devenit treptat și cultura elitelor politice ale țării, care, prin finanțarea/suținerea ei, încearcă să se legitimeze în ochii populației.

Spațiul balcanic, cel care, în viziunea UE și a Vestului, este întotdeauna legat de diferite probleme și lipsuri, încearcă în prezent – din ce în ce mai mult – să-și păstreze propriile valori culturale printr-o atitudine de rezistență față de cele occidentale. Ca urmare a încercării de a păstra concepțiile culturale autohtone, are loc un fenomen de revalorizare a propriilor forme populare, o reînțoarcere la spațiile comunicative proprii și o redefinire a noțiunii familiare de „balcanic”, proces care duce și mai mult la îndepărtarea de normele și de valorile europene (**Mircea PĂDURARU**).