

МЕДИИТЕ НА ПЪРВОКУРСНИКА 2011/12

*Изследване, осъществено от студентите Ана Андонова, Дорейд ал Хафид, Елена Пирузе, Емилия Димова, Катя Миткова, Пламена Ганчева, Розен Иванов, Траяна Калейчева, Христомира Бочкова**

1. Профил на първокурсника

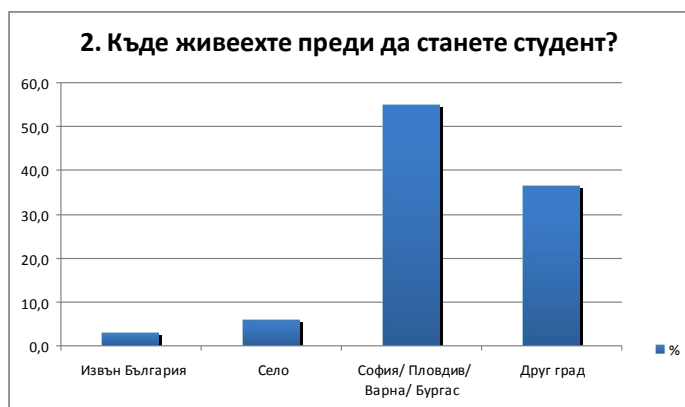
Митовите или по-точно предубежденията нерядко намират място в медийното пространство и в обществения дебат. Едно такова циклично предубеждение е, че всяко следващо поколение чете по-малко и е по-апатично от предходното. В съзвучие с традицията и днешните млади са обвинявани в тези две „прегрешения”. Но напоследък се появява и нов мит – „Заради интернет младите са по-информирани/по-неинформирани. Те потребяват медийното съдържание по по-различен начин от предишното поколение. Освен това предпочитаната от младите медия е базирана в интернет”.

Верни ли са горепосочените твърдения и как изглеждат медиите на днешния първокурсник?

Отговор на тези въпроси търсим в настоящото изследване, което няма претенции за представителност. В него взеха участие **103 студенти от два различни университета**. Стремяхме се да имаме както представители на хуманитарното, така и на точното знание – заради твърдението, че все пак между едните и другите съществуват различия в използването на информация и медии.

На въпросите в анкетата ни отговориха 75 първокурсници в Софийския университет, от специалностите политология, европеистика, психология и предучилищна педагогика, и 28 от Университета по архитектура строителство и геодезия. Жените сред тях са 70%, а мъжете 30¹.

Преди да станат студенти, 55% от анкетираните са живели в големи градове (София, Пловдив, Варна и Бургас). 49% са учили в профилирана гимназия, 25,5% – в професионална гимназия и също толкова в СОУ.

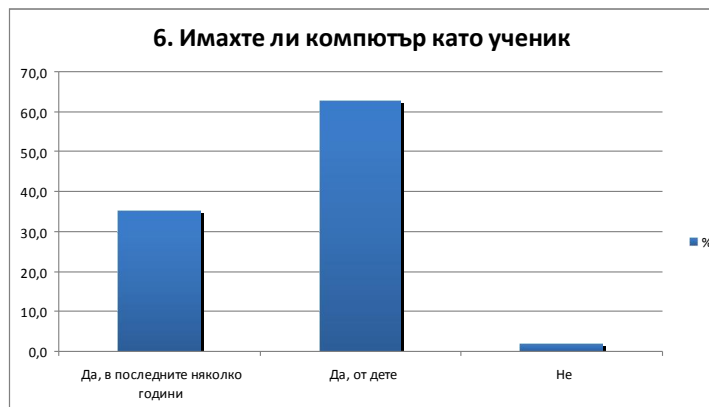


¹ При приемането на първокурсниците за всяка специалност е практикувано различно поделение по квоти мъже-жени. За учебната 2011/12 година в УАСГ (за специалностите като цяло) има лек превес на мъжете (55:45), а в СУ – на жените (40:60, с изключение на специалност „Предучилищна педагогика” – 20:80). Не можем да сме сигурни, че съотношението на нашите респонденти отразява реалните пропорции на студентите по пол, поради което в коментара на данните се въздържахме от несигурни съпоставки и навсякъде уточняваме броя на мъжете и на жените, отговорили по един или друг начин.

Сред извънкласните дейности, с които анкетираните студенти са предпочитали да се занимават като ученици, първо място заема спортът – 38% от отговорите, следван от езиковите курсове – 30%; художествената самодейност (хор, театър и т. н.) заема трето място с 22% от отговорите.

В средното училище анкетираните преобладаващо са изучавали западен език – 64%, следват тези, които са изучавали западен и славянски език – 31%, а в графата „друг език” попадат 5% от отговорите.

Голям е броят на запитаните студенти, които отговарят, че са имали компютър още от деца. Тези данни говорят, че новите технологии са нещо нормално, достъпно и познато за повечето анкетирани.



С убеждение, че медийната култура се формира още в семейството, в анкетната ни карта сме предвидили и въпроси за медийните предпочитания на родителите. 51% от първокурсниците заявяват, че родителите им не четат вестник редовно, но пък остават твърди привърженици на телевизията; 12% от анкетираните твърдят, че за родителите им предпочитана медия е интернет.

Важно за портрета на нашите респонденти е да добавим, че те декларират определена независимост от чуждото мнение по въпросите, засягащи бъдещето им: 68% от анкетираните първокурсници заявяват, че са избрали специалността, която учат, заради личен интерес към нея (6% споделят, че са го направили заради родителите си, а 7% – заради престижа на професията).

2. Младежките принадлежности

В изследването се интересувахме и от това дали първокурсниците се чувстват част от субкултурни групи и общности. Известно е, че подобни принадлежности предлагат на младежите възможност за личностна идентификация, а също и поведенческа сигурност. Знаем също, че субкултурите разполагат със свои отличителни белези, различаващи ги както от останалите субкултури, така и от масовата. Музиката, дрескодът и аксесоарите са едни от основните свързващи елементи. Всичко това е валидно за „традиционните” субкултури, казано с други думи – за подкултурите от 80-те и 90-те години на 20 век.

С навлизането на новите технологии обаче наблюдаваме изменения както в доминиращата култура, така и в нейните “бунтуващи се” подразделения. Вече **говорим за формирането на пост-субкултури**, които биват разглеждани във връзка с факторите на пораждането си и могат да бъдат открити най-вече в моделите на потребление на масовата култура – музика, филми, игри, мода и т.н. Иначе казано, понятието субкултура променя значението си на съпротивляваща се различност: **водещ вече е не стремежът да се отличаващ, а да се приобщаващ.**

Точно такава констатация бихме могли да направим и като гледаме данните от нашето изследване. На въпроса: „*Чувствате ли се част от някаква субкултура (от типа на скейтъри, метъли, ултраси и т.н.)*” над 80% от анкетираниите първокурсници са отговорили отрицателно². Този факт може да бъде обяснен в някаква степен с лишените от актуалност разновидности на субобществата, подсказани във въпроса. Скейтърите, пънкарите и хард техно групите остават в периферията на т. нар. пост-субкултура – те носят духа на миналото, когато животът е бил офлайн. Към тях можем да добавим и групата на „моторджиите”, които до голяма степен се припокриват с „метълите” (или поне са част от тях). Освен това при тълкуването на резултата не бива да пропускаме превеса на жените сред анкетираниите: представителките на нежният пол много по-рядко участват в „традиционни” подобщества от типа на тези, подсказани във въпроса.

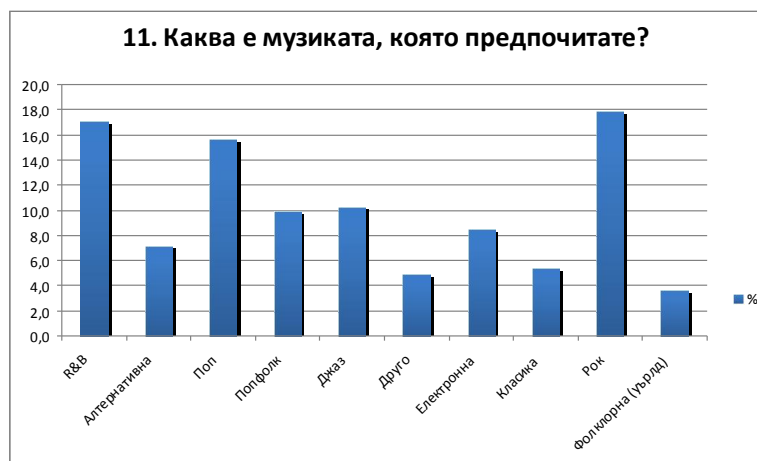
„Нърдовите”, от друга страна, са типични представители на онлайн обществото, което избира интернет като начин на живот. Но тук проблемът е по-скоро в значението, което носи понятието „нърд”, а именно „зубър” и „сдуханяк” – трудно е да повярваме, че някой се определя на сериозно като такъв, макар и в анонимна анкета.

Отсъствието на групи като „хипстъри”, „геймъри”, „бро-та”, зрители на различни филми/сериали и т.н. (миниобщества, възникнали въз основа на потреблението на масова култура) във формулировката на въпроса до голяма степен предопределя липсата на идентификация на младите с изброените субкултури. Можем да заключим, че сред причините младежите да не декларираат принадлежност към определена подкултура е и **тяхната представа за субобщества**, която може да се предполага като различна от поднесената в анкетата.

3. Музикалните предпочитания

Музиката е важна част от младежката култура и съпътства всекидневието на младите хора, като същевременно е израз на светогледа, ценностната система, вкуса и интелигентността им. Затова отговорите на въпросите „*Каква е музиката, която предпочитате?*” и „*Кой е любимия ви музикант (или група)?*” заслужават внимателен анализ.

Първият въпрос е затворен, като на респондентите е дадена възможност да изберат един или повече от един отговор измежду девет предложени музикални направления. В резултат на това 103-мата анкетирани са отбелязали 224 предпочитания, които очертават следната обща картина:



² Положително отговорилите уточняват: метъли, скейтъри, пънк, хард техно, хип хоп, моторджии, нърдове и др.

Най-предпочитан музикален стил е рокът (с 40 отговора), следван от R&B (с 38) и поп музиката (35). Изненадващо джазът (23) практически получава внимание колкото попфолка (22); следват електронната музика и алтернативните музикални стилове. На края на класацията са класическата (12) и фолклорната/уърлд музика (8), като 11 студенти са заявили, че предпочитат друг (непосочен в картата) стил.

Тук е добре да уточним, че **горните понятия носят със себе си и известни условности**, които биха могли в една или друга степен да повлияват получената картина и изводите, които правим. Така например R&B стилът включва класическия ритъм енд блус, който чувствително се отличава от съвременният танцуваел R&B стил. Понятието „електронна музика” включва отделни музикални жанрове, всеки от които има авангардни и комерсиални течения. Обединяването на фолклорната и уърлд музиката, на пръв поглед съвсем логично, може да скрива съвсем различна мотивация и чувствителност. В последните години рокът (както се вижда и от анкетата) трайно се утвърждава като един от мейнстрийм стиловете в музиката и в бъдещи по-детайлни изследвания е добре да бъде разделен на стилове като инди рок, алтернативен рок, попрок и класически рок.

Ако съберем резултатите на по-популярните музикални стилове (R&B, поп, попфолк), ще установим, че 42% от анкетираните са увлечени от по-повърхностните музикални направления. Една по-детайлна разбивка на електронната и рок музиката би ни позволила да прибавим към този процент и дела на попрока и комерсиалната електроника – в отговорите на въпроса за любим музикант/група има над 10 посочени артиста, изпълняващи подобна музика, от което можем смело да предположим, че „посредствената музика” е предпочитана от над 50% от анкетираните.

На въпроса „*Кой е любимият ви музикант (или група)?*” отговор дават 85 анкетирани. Силно впечатление прави **огромното разнообразие на отговорите**: посочени са 75 фаворити! Така например единственият „любимец”, събрал „цели” три посочвания, е Еминем. С по две посочвания са Alicia Keys, Bon Jovi, Kanye West, Rihanna, Whitesnake, Галена, Ку-ку бенд и Металика. Всички останали 66 групи и музиканти са посочени по веднъж.

Ако „сумираме” любимите музиканти/групи и ги поставим във връзка с предпочитаните музикалните стилове, можем да прибавим още коментари³. (Това разпределение отново има своите условности поради факта, че има изпълнители, които се изявяват в повече от един жанр или ги смесват.)

Стил	Брой изпълнители
Рок	34
Поп	12
Попфолк	6
R&B	5
Електронна	4
Хип-хоп	4
Джаз	3
Алтернативна	3
Класика	1
Джазова/New age	1

³ Една четвърт от споменатите любими музиканти и групи принадлежат към културата на 90-те, 80-те, 70-те и 60-те години, което може да бъде преценявано като приемственост с музикалните вкусове на родителите.

Фолклорна	1
Общо	75

Категорично може да се отбележи **силното присъствие на рока**: младежите отчетливо припознават конкретни рок музиканти и групи за свои любимци. Това може да се обясни със силната персонификация на рок звездите и индивидуализма на рок културата, от една страна, но и с музикалната осведоменост на рок феновете, от друга. Въпреки постепенното си залитане към мейнстрима, рокът продължава да предлага алтернативи за търсещите стойностна музика младежи и пример за това могат да бъдат назованите в анкетата Chris Cornell, Florence and the Machine, Muse и Pink Floyd.

Вижда се **рядкото назоваване на джаз изпълнители** (само 3), на фона на заявените предпочитания към стила (от 22 респонденти). Това би могло да се дължи на принципното харесване на стила за фонова музика, но свидетелства същевременно и за слабо познаване на жанра (като може да се предполага, че в декларираните предпочитания към джаза се крие и известно желание за изтъкване на изискан вкус). Подобно е положението и с електронната музика, където се очертава списък от четирима изпълнители, а същевременно налице са 18 човека, посочили стила като предпочитан. Такива разминавания са налице и при класиката, R&B и попфолка.

Буди смущение фактът, че от 85-те отговорили **само 9 сочат български музиканти** и групи за свои фаворити, като става дума основно за попфолк изпълнители. Ако погледнем към текстовете на въпросните попфолк звезди, можем да изпитаме и известно притеснение за културното равнище на кандидат висшистите.

Прави впечатление също така, че не се посочват изпълнители, пеещи на други европейски езици (с единично изключение на македонците Nokaut), което говори за поне две неща: Първо, езиковите гимназии и тези с разширено изучаване на чужд език не успяват да възпитат забележим за нашето изследване интерес към културите, чиито езици преподават. Второ, свидетели сме на своеобразна хегемония на англезичната попкултура.

4. Медията като мебел-паметник на навика

В този раздел ще разгледаме декларираното от първокурсниците отношение към телевизии, радиостанции, интернет издания.

Респондентите в нашата анкета отговарят от позицията на човек, който съвсем скоро се е сблъскал с университета. От една страна се предполага, че първокурсникът вече има ясно определени предпочитания, формирани от досегашната му среда. От друга – приемът в университет обикновено води до промяна на тази среда, **и, вероятно, на предпочитанията.**

Прави впечатление, че при формирането на доверие по отношение на медийното съдържание безспорен фаворит е телевизията. Повече от половината анкетирани посочват, че вярват на БТВ. По надолу този факт се разглежда доста подробно, затова тук само ще споменем, че той е тревожен от поне няколко гледни точки.

Така зададен, въпросът *На коя медия имате най-голямо доверие?* **би трябвало да породии натрупвания не само при телевизиите, а също и при радиостанциите и интернет.** За нас като екип беше изключително изненадващо, че нито един новинарски сайт не печели преднина пред първата частна национална телевизия. Нещо повече – 44 от 84 души, отговорили на отворения въпрос, посочват сами именно нея. Втори по популярност, на огромно разстояние от първия, е отговорът „на никоя“ медия (13 човека). От една страна виждаме лидерството на БТВ, но немалък процент събира и липсата на каквото и да е доверие. Едва на трето място се нарежда друг от ефирните национални оператори – Нова ТВ (4 посочвания), а дългогодишният лидер във

формирането на мнение БНТ присъства само веднъж. Едва два гласа има уеб кросмедията на Икономедиа – dnevnik.bg.

Изненадващите резултати за информационните фаворити на първокурсника намират вероятни обяснения в общата рамка на анкетата. Генералните изводи от нея свидетелстват за **ясна връзка между медийната консумация в семейна среда** и извън нея. 79% от първокурсниците заявяват, че родителите им предпочитат телевизията, а не радиото или интернет изданията. Това би могло да обясни фаворизирането на БТВ – заложена в „климата“ на семейството като микросоциум. Резултатите позволяват тя да бъде разглеждана като позахабена **мебел, станала неделима част от интериорния дизайн**. Присъствието ѝ може би е по-скоро фамилна привычка при избора на обичаен фонов шум за всекидневната, отколкото съзнаван заради предимствата си избор.

Високата степен на доверие в една точно определена телевизия отправя към взаимовръзката между потребността от и наличието на медиен плурализъм на иначе демократичния пазар в България. Фактът, че избираме едно нещо сред много други, не значи непременно, че то е най-доброто. Би могло да означава също че реално **нямаме особен избор, или пък че не умеем да го правим**.

Контрастни на дотук анализираните резултати дава друг въпрос. Запитани по-конкретно – *Кой журналист харесвате най-много?*, 61 от 89 отговорили заявяват, че не харесват нито един. Излиза, че **студентите вярват само на медията като съвкупност, но не и на персонифицираната журналистика**.

Това оставя отворен друг въпрос, който не присъства в нашата анкета: има ли тогава персонифицирана журналистика в България? Има ли лидери на мнение с човешки, а не корпоративни имена? В анкетата ни единственото скромно натрупване отбелязва Мартин Карбовски. То обаче трудно може да се нарече значимо – 5 „мажоритарни“ гласа на доверие срещу 61 на общо недоверие. Показателното в случая обаче е очевидното разминаване – персоналният лидер на доверие работи не в БТВ, а в Нова ТВ.

В списъка с любимците все пак срещаме и имената на Антон Хекимян и Миролюба Бенатова от телевизията-фаворит (по 3 гласа). Незначителна, но пък леко тревожна, е появата на Емил Чолаков (2 гласа, БТВ) и Даниел Петканов (1 глас, Нова ТВ) в „класацията“ на журналистите. Първият е лице на метеорологичната прогноза, а вторият е репортер в „Часът на Милен Цветков“. И двамата обаче не са журналисти, в смисъла на хора, отразяващи и разследващи проблематика. Вероятните причини за присъствието им са две: лекомислен подход от страна на тримата респонденти или **неосъзнаване същността на журналистическата професия**. В случая можем само да се надяваме, че към въпроса просто не е подхождено с нужната сериозност.

В анкетата за медийните предпочитания на първокурсника включихме и въпроси за радиото. Знаем, че и до днес то е най-бързият източник на информация сред класическите медии. Причините са чисто технологични – необходимото време за реакция при събитие е минимално, за мигновено предаване на информацията и превръщането ѝ в новина журналистът се нуждае само от телефон... Въпреки това една трета от анкетираните не слушат радио, а 58% от останалите слушат за развлечение, срещу едва 14% (18 души) – заради информацията. Ако се съди от отговорите, дори за поколението на родителите на първокурсниците радиото като източник на информация се класира едва на трето място (с 9%), след телевизията и интернет.



Информацията за предпочитаните способи за приемане на сигнала се съдържа в показаната графика. Можем да добавим, че в това отношение очакванията ни във висока степен се оправдаха.

5. Защо родителският избор пада върху БТВ ?

Трудно бихме могли да дадем еднозначен отговор.

БТВ предлага от всичко по малко. Тя беше от първите телевизии, които започнаха да лансират български продукции и създадоха добри заглавия, които успешно се утвърдиха на пазара („Столичани в повече”, „ Седем часа разлика”, „Съсклен дом”). Тези сериали може би задоволяват една важна потребност на българския родител пред екрана – да среща истории, които кореспондират с проблемите на собственото му всекидневие на езика на собствената ни народопсихология. Героите от сериалите на БТВ са хора с профил и социален статус като този на родителите на анкетираните студенти.

В отговор на въпроса „*Защо гледате телевизия*” около 40% от първокурсниците посочват като водещ мотив развлечението. Вероятно това се дължи не само на сериалите, но и на реалити форматите, които предложиха по-добра алтернатива от Нова ТВ: вместо да събере едни хора в една къща, БТВ предпочете да търси таланти, например. Музикалните й формати също се налагат като по-гледани. На второ място с 30% от респондентите се нарежда мотивът „за информация”. БТВ има публицистични предавания, които се заемат с различни разследвания. Телевизията залага много и на репортажите, които се стремят да обхванат теми от различно естество и области, които очевидно вълнуват българския зритель. Прякото включване е за всичко и по всякакъв повод. Темата на сутрешния блок (който се бетонира от радиото на медийната група) обичайно е подбрана съобразно реалностите в страната (пример: „Чувствате ли се сигурни в дома си?” – за сигурността на сградите и адекватните мерки по време на земетресение, 31 май 2012 г., ден след земетресението край Перник), като се търси и гледната точка на гражданите, която зрителите могат да споделят на сайта на телевизията. На страницата на медията зрителите коментират също така структурата и тематичния подбор на „Тази сутрин”.

Друга възможна причина за резултатите в нашата анкета можем да потърсим в програмната схема на телевизията, изградена от серия **предавания, които се стремят да спечелят интересите на аудитория във възрастовия диапазон 40-60 години**. Има предложения за свободното време, като се започне от по-културно ориентираните „Търси се” и „Нека говорят... с Росен Петров” и се стигне до двучасовите светски предавания на Лора Крумова „Тази събота” и „Тази неделя”. Има дори мода в „Модерно” и лайфстайл във „Високи токчета”.

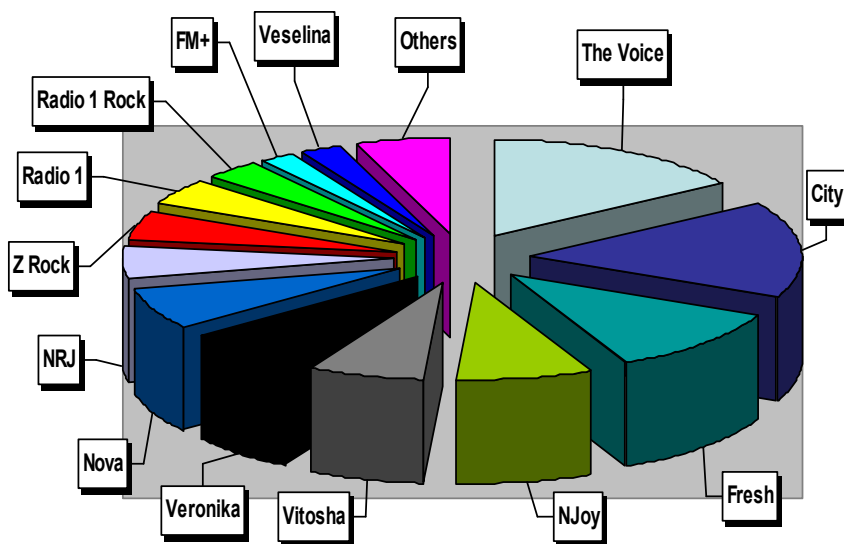
Вероятно е също така за родителите на днешните първокурсници частната национална телевизия да е била алтернатива на БНТ, възприемана като официозна медия във времето на тяхната младост. Освен това БТВ реши да **запази повечето медийни лица**,

с които стартира излъчването си, и това се оказа печеливш ход, осигурил разпознаваемост и стабилност на марката сред българската аудитория от различни поколения.

БТВ предлага новини, спорт и поп-култура, тя е място, където всеки човек може да научи и да види много неща, независимо дали положителни или отрицателни. Като цяло продукцията, както вътрешната, така и външната, е насочена точно към целевата група на **консервативния семеен българин**, който вероятно я чувства близка. Но ако обобщим факторите, които предполагаме като повлияващи родителския избор, то ще забележим, че повечето от тях могат да въздействат и на самите анкетирани първокурсници.

6. И все пак, кое радио?

Анкетата ни показва, че младото поколение в България предпочита музикалното радио пред останалите формати, в които се усъвършенства този тип електронна медия. От това косвено може да се заключи, че форматното музикално радио все пак съществува, въпреки усещането, от едно известно време насам, че у нас за strong image не може да се говори.



Интересният извод тук се отнася до българската музика и до нейната разновидност в стила „попфолк“. Както се вижда, БГ радио не е предпочитана от младежите станция (може би защото няма ясно изчистен музикален формат), а пък попфолкът не съпровожда младежите във всекидневието им (може би защото нашите анкетирани са преобладаващо жени, но може би и защото част от студентите не признават гласно влечението си към този музикален жанр).

Изследването ни показва още нещо интересно: **жените малко по-трудно променят веднъж избраното за слушане радио**. В анкетата ни 60 (от общо 72) студентки съобщават, че продължават да слушат радиото, което са слушали в гимназията. В същото време студентите, останали верни на своя ученически избор, са 21 (от общо 31). Иначе таргетът, към който е насочена най-предпочитаната станция The Voice, може да се счита за постигнат, тъй като медията работи за аудитория 12-24. Това е радиото, което излъчва най-много музика и никаква сериозна информация. Ролята на водещите е

да налагат и популяризират новите хитове, а емисиите новини са съставени изцяло от showbiz клюки. Станцията е динамична, ненатоварваща и неангажираща. Същото важи и за следващите по слушаемост City и Fresh: в първата изобщо няма говор, а във втората – е сведен до минимум. Останалите радиостанции, предпочетени от първокурсниците (показани в графиката по реда на предпочитанията), също са форматно-музикални – в тях **говорът отново е доста редуциран, а в случай, че присъства, неговата основна цел е забавлението.**

За съжаление е трудно да се каже дали медията трябва да провокира аудиторията към мислене или аудиторията трябва да покаже пасивност спрямо медията, ако осъзнава, че е редно да бъде подтиквана да мисли, да изразява отношение към случващото се и т.н. и т.н. По-скоро, към настоящия момент, станциите имат по-голяма нужда от аудиториите си и снижават критериите (не образоват, не провокират, не будят размисъл). Младата публика, от друга страна, вече разполага с много канали и опции за задоволяване на своите нужди – интернет, online станциите от цял свят, различните видове плейъри и т.н.

7. Филмите

Влиянието на киното в много случаи е определящо за личностното изграждане на тийнейджърите. Те задължително имат свои кумири – актьори, герои или известни личности, на които да подражават било в стила на обличане, било в цялостното поведение. Затова е важно какви филми гледат младежите още от ранна възраст – дали пълни с насилие и секс или пък с „телетъбиси”...

В разрез с разпространеното мнение, че тийнейджърите гледат „само вампирски филми”, в анкетата ни няма посочен нито един такъв.

На въпроса „*Имате ли любим филм и кой е той*” са отговорили 72 души, което води към мисълта, че останалите (31) или нямат любим филм, или просто имат прекалено много.

Посочените от младежите филми са 58, като само някои от тях са отбелязани повече от веднъж. Нито един от анкетираните младежи не е изписал година на излизане на изборния от него филм, нито пък е уточнил част, когато филмът се развива в самостоятелни части. Една трета от заглавията са изписани на английски, като някои са с правописни грешки, а други са непълни.

Повече от половината филми са **американски** – 44 на брой, а 6 от останалите 14 са съвместна продукция на САЩ с други държави. Има по един френски, италиански, испански, китайски и български филм (!); два са съвместни продукции на Франция (с Великобритания и с Германия). Това по-скоро потвърждава твърденията, че младата българска аудитория предпочита американското кино пред европейското, както и комерсиалното пред некомерсиалното и качественото. Българският зрител изглежда вече е свикнал всичко във филма да бъде обяснено, казано и показано, а не да има нещо скрито, нещо, над което да размишлява и което да интерпретира, за да вникне в същността на филма по свой собствен начин и да разбере какво точно е искал да „каже” режисьорът.

Жанровите пропорции на посочените от първокурсниците филми може би са свързани с преобладаването на жените в нашата анкета: **около половината от филмите спадат към жанра „драма”**. „Екшъните” са едва няколко, малко повече са комедиите. В списъка присъстват и жанровете „фентъзи”, документални, трилъри. Има два късометражни филма, три сериала и една анимация. Романтичните филми са съответно разпределени в категориите „драма” и „комедия”. Присъства и един филм на ужасите, но той е от късометражните. Изненадата тук е появата на „сериалът на сериалите” – „Дързост и красота”. Вероятно интересът към него е породен от нечия баба, защото

годината на излизането му е 1987 и е практически невъзможно анкетираният да е следил развитието на филма от началото му.

Като цяло **филмите са от последните две десетилетия**, с много малки изключения. „Най-старият“ е „Полет над кукувиче гнездо“ (1975), следван от „Роки“ (1976)⁴. Всички останали са заснети след 1990 г. Единствените режисьори, чийто филми се споменават повече от веднъж, са Франк Дарабонт, Джеймс Камерън, Райдли Скот и Кристофър Нолан. Сред имената на актьорите, които се извяват в повече от един филм, са Леонардо Ди Каприо, Том Ханкс, Антъни Хопкинс, Брад Пит. Това са „любимци“ на много поколения и не мисля, че тяхното присъствие тук изненадва някого.

Ако трябва да разположим филмите в **класация**, то на челните места се нареждат „Форест Гъмп“, „Три метра над небето“ и „Гладиатор“ – с „убедителните“ три гласа. С по два гласа ги следват „Титаник“, „Генезис“, „Властелинът на пръстените“, „Цар Лъв“, „Да срещнеш Джо Блек“, „Детски игри“ и „Мълчанието на агнетата“. Интересно е да се отбележи, че сред посочените повече от веднъж филми **присъстват две неамерикански заглавия**. „Три метра над небето“ (Испания, 2010) и „Детски игри“ (Франция, 2003) са изключителни филми, които не са толкова популярни в България, колкото останалите горепосочени, затова е приятно да се констатира, че се нареждат наравно с тях.

Заслужава отбелязване също така липсата на български филми (като изключим сериала „Седем часа разлика“, който се появява в списъка веднъж). Българските студенти вероятно не харесват българското кино, само че в последните години както производството, така и качеството му се повишиха доста. Загадка остава и липсата на азиатски, балкански или пък руски заглавия в списъка на филмите, съставен от анкетираните.

В заключение можем да кажем, че образованите млади българи са силно **повлияни от „макдонализацията“ и „американската мечта“**. Мисля, че ако в анкетата ни присъстваше въпросът „Кои са любимите филми на родителите ви?“, щяхме да имаме съвсем конкретна информация за това как традиция на няколко поколения българи постепенно е отстъпила място на американската масова култура.

8. Книгите

Съществува мнение, че всяко следващо поколение чете все по-малко. Настоящият анализ няма да допринесе за укрепването на този извод, тъй като данните ни не позволяват подобни обобщения. Резултатите, с които разполагаме, дават само обща информация за литературните ориентации на младежите⁵.

Първото впечатление, разглеждайки резултатите от анкетата, е видовото разнообразие. Ще започна с психологическите романи, които заемат значителна част от него. Много са младежите, сочещи като последна прочетена книга творби на Хорхе Букай, Пауло Куелю, Стивън Кинг, Виктор Е. Франкъл. Първите трима автори, много популярни на книжната сергия, фигурират с по няколко произведения.

Сред романите със социална проблематика анкетираните първокурсници споменават книги на Джон Стайнбек и Ерих Мария Ремарк, сред военните – Джеймс Клавел („Цар плъх“). Вижда се също, че младежите четат класиците, независимо от съмненията, че стойностната литература все по-често събира прах в библиотеките: „Ана Каренина“ и

⁴ Тук правя уговорката, че, както споменах и в текста по-горе, за нито един от филмите с продължения и повече от една част не се уточнява година на излизане, затова ги „датирам“ по първия филм от „поредицата“, какъвто е и случаят с „Роки“.

⁵ Данните ни са получени в отговор на въпроса „Коя е последната книга, която прочетохте?“.

Целта ни е да покажем вкусовете на първокурсниците. Не вземаме отношение към каквито и да било спорове около категоризацията на романите.

„Война и мир“ на Толстой, „Червено и черно“ на Стендал, „Спасителят в ръжта“ на Селинджър, „1984“ на Джордж Оруел. Присъстват и предизвикателни автори като Чарлз Буковски и Джек Керуак.

Дали защото обичат да препочитат, голям процент от анкетираните сочат като последна прочетена някоя детска книга. Това са или книги, които всички знаят („Пипи Дългото чорапче“, „Пиноккио“), или отделни приказки от книги на големи и вечни разказвачи (напр. „Малката кибритопродавачка“).

Интересът на младежите към фентъзи романите ми се струва напълно обясним: предимството тук е за книгите на Толкин („Властелинът на пръстените“) и Адамс („Пътеводител на галактическия стопаджия“). Криминалните романи също са предпочитано четиво: наред с класическите „кримки“ на Агата Кристи, студентите сочат романи на Мери Хигинс Кларк, както и заглавия като „Намисли си число“ от Джон Вердън.

Внимание прави един от малкото романи (4 на брой), които се появяват в списъка на книгите повече от един път – „Метро 2034“, съвременен роман, на базата на който е създадена видеоигра със същото име. „Metro 2034“ от руския автор Дмитри Глуховски е продължение на неговия фантастичен сюжет от „Metro 2033“, публикуван под формата на постинги в блога на автора и издаден впоследствие като роман. Българските първокурсници показват чувствителност към новата форма, както е впрочем и сред връстниците им извън страната.

В сравнение с чуждестранните заглавия, българските определено не са в полза на българското – въпросните заглавия са обидно малко. За да има уважение към българската литература, според мен, важно е едновременно да се върне интересът към класиците и да се популяризира стойностната съвременна българска книга.

Ако дръзнем да направим все пак някакъв извод за четивата, които младите хора у нас предпочитат, то бихме могли да кажем, че изборът им говори за едно **премерено уважение към класическото, както и за балансиране между „старата“ и „нова“ литература**. Младите търсят в книгите или реалности, които да кореспондират със собствената им, или пък тотално различни действителности, които да компенсират недоволството и несъгласието им с настоящето.

* Авторство на разделите в текста, както следва: Ана Андонова (1), Дорейд ал Хафид (3), Емилия Димова (7), Катя Миткова (6), Пламена Ганчева (5), Розен Иванов (4), Траяна Калейчева (2), Христомира Бочкова (8).

Изследването е курсов проект по дисциплината „Медиен анализ“, специалност „Журналистика“, учебна 2011/12, преподавател проф. д-сн Снежана Попова.