

Svijet (stranog) filma: kvalitativno istraživanje preferencija i standarda novog ukusa studenata Sveučilišta u Zadru

Meglić, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:921708>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-02**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru

Odjel za sociologiju

Preddiplomski sveučilišni studij sociologije (dvopredmetni)

Ana Meglič

**Svijet (stranog) filma: kvalitativno istraživanje
preferencija i standarda novog ukusa studenata
Sveučilišta u Zadru**

Završni rad

Zadar, 2021.

Sveučilište u Zadru

Odjel za sociologiju

Preddiplomski sveučilišni studij sociologije (dvopredmetni)

Ana Meglič

**Svijet (stranog) filma: kvalitativno istraživanje preferencija i
standarda novog ukusa studenata Sveučilišta u Zadru**

Završni rad

Studentica: Ana Meglič

Mentor: doc. dr. sc. Krešimir Krolo

Komentor: doc. dr. sc. Sven Marčelić

Zadar, 2021.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Ana Meglič**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Svijet (stranog) filma: kvalitativno istraživanje preferencija i standarda novog ukusa studenata Sveučilišta u Zadru** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 28. rujna 2021.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Ciljevi i svrha	3
3. Teorijska koncepcija rada	4
3.1. <i>Potrošnja</i>	4
3.2. <i>Kozmopolitizam</i>	5
3.3. <i>Estetsko- kulturni kozmopolitizam i novi standard dobrog ukusa</i>	5
3.4. <i>Istraživanje estetsko- kulturnog kozmopolitizma</i>	6
3.5. <i>Omnivorizam kao novi standard dobrog ukusa</i>	8
4. Istraživačka pitanja	10
5. Metodologija i uzorak	10
6. Rezultati istraživanja i rasprava	12
6.1. <i>Gledanje stranih filmova</i>	12
6.2. <i>Koncept omnivorizma</i>	18
6.3. <i>Jezici i kultura</i>	21
6.4. <i>Prikaz tema i multikulturalna tolerancija</i>	22
7. Zaključak	25
8. Popis literature	29
9. Prilozi	30
9.1. <i>Obavijest i suglasnost za istraživanje</i>	30
9.2. <i>Protokol</i>	31
9.3. <i>Popis sugovornika/ca</i>	33

Svijet (stranog) filma: kvalitativno istraživanje preferencija i standarda novog ukusa studenata Sveučilišta u Zadru

Sažetak

U ovom se završnom radu iznose rezultati kvalitativnog istraživanja na uzorku od osam studenata/ica Sveučilišta u Zadru koji prakticiraju gledanje stranih filmova. Cilj istraživanja bio je utvrditi razloge te prakse gledanja stranih filmova studenata Sveučilišta u Zadru. Također, ovo istraživanje težilo je istražiti standard novog dobrog ukusa, na temelju različitih filmskih preferencija te preferencija vezanih uz serije i televizijske programe te isto tako, istražiti povezanost između omnivorizma i multikulturalne tolerancije studenata Sveučilišta u Zadru. Istraživanje je provedeno kvalitativnom metodologijom, metodom polustrukturiranog intervjua. Iz rezultata se može dobiti uvid u mišljenja sugovornika/ca zašto gledaju strane filmove te kako prakticiraju isto, razlike u preferencijama između stranih, hollywoodskih te domaćih filmova, kako percipiraju ulogu jezika u stranim filmovima te kako je njihov standard novog dobrog ukusa moguće povezati s multikulturalnom tolerantnošću.

Ključne riječi: studenti, strani filmovi, estetsko-kulturni kozmopolitizam, omnivorizam, multikulturalna tolerancija

The world of (foreign) movie: a qualitative research of the preferences and standards of the new taste of the students of the University of Zadar

Abstract

This B.A. thesis presents the results of the qualitative research conducted on a sample of eight students of the University of Zadar who practice watching foreign movies. The aim of the research was to determine the reasons for this practice of watching foreign movies by students of the University of Zadar. Also, this research want to explore the standard of new good taste, based on different movie preferences and preferences related to tv series and television programs, and also, to investigate the relationship between omnivorism and multicultural tolerance of students at the University of Zadar. The research was conducted using a qualitative methodology, the method of semi-structured interview. The results provide insight into the opinions of interlocutors- why they watch foreign movies and how they practice the same, differences in preferences between foreign, Hollywood and native movies, how they perceive the role of language in foreign movies and how their standard of new good taste can be linked to multicultural tolerance.

Key words: students, foreign movies, aesthetico-cultural cosmopolitanism, omnivorism, multicultural tolerance

1. Uvod

Kozmopolitizam je definiran kao angažman prema otvorenosti prema drugim kulturama, vrijednostima i iskustvima (Woodward i Emontspool, 2018). Također, kozmopolitizam jest i društvena činjenica koja se dijelom može pripisati povećanim globalnim pokretljivostima te procesu društveno-kulturnih promjena. S druge strane, potrošački kozmopolitizam shvaćen je kao skup navika, praksi i ukusa koje utječu na odluke potrošača o potrošnji (Cleveland i suradnici, 2009, prema Woodward i Emontspool, 2018). Podložni široj difuziji, kulturne proizvode danas sve više konzumiraju (velikim dijelom mladi) ljudi koji su od tih kulturnih proizvoda geografski udaljeni (Cicchelli i Octobre, 2018).

Zasebna varijanta kozmopolitizma, koja je važna za ovaj rad jest estetsko-kulturni kozmopolitizam, kojeg Cicchelli i Octobre (2018) definiraju kao privlačnost i znatiželju prema različitim kulturnim praksama i stranim proizvodima s jedne strane te s druge strane, kao svojevrsnu hibridizaciju s nacionalnim kulturnim oblicima ili kao pojedinačna, lokalizirana prisvajanja koja oblikuju kulturne imaginarije prisutne diljem svijeta.

Navedena se varijanta kozmopolitizma može promatrati kao novi standard takozvanog dobrog ukusa, koji je povezan sa sveprisutnošću globalnih kulturnih proizvoda. Dobar ukus temelji se na samorefleksivnoj viziji svijeta proizašlog kroz estetsko-kulturnu potrošnju, kao i na stvaranju kulturnih imaginarija te njima pridruženih vrijednosti. Svaka konfiguracija estetsko-kulturnog kozmopolitizma različito odgovara na kulturnu globalizaciju, a za ovaj je rad najznačajnija konfiguracija takozvanih kozmopolitskih fanova, mladih ljudi koje karakteriziraju sljedeće odrednice: više investiraju u konzumaciju stranih proizvoda od ostalih mladih ljudi, preferiraju strane filmove te su najotvoreniji u vezi sadržaja, koriste strani jezik u svojim obrascima kulturne potrošnje, odnosno, izvoran jezik pri gledanju stranih filmova i serija, ne gledaju često televiziju, a kad je gledaju, najčešće odabiru kulturni i znanstveni program. Također, vole različite žanrove filmova i TV serija te su otvoreni prema svijetu. Uz to, imaju selektivniji ukus od ostalih grupa (Cicchelli i Octobre, 2018).

Navedena je konfiguracija estetsko-kulturnog kozmopolitizma dokaz kako se kulturni život mladih ljudi transformirao u smjeru omnivorizma (svejednosti), koju je prikazao Peterson 1992. godine u svojoj studiji. Njome je Peterson (1992) doveo u pitanje dotadašnju teoriju temeljenu na hijerarhijskom statusu, vezanu uz Pierrea Bourdieua te je donio drugačiji hijerarhijski koncept. Naime, Peterson omnivorizam shvaća kao novi standard dobrog ukusa,

uključujući ukuse koji prelaze klasne, etičke, spolne, vjerske, dobne i slične granice te naglašava odbacivanje snobizma (Peterson, 2005, prema Warde, Wright i Gayo-Cal, 2007). Dakle, moguće je u isto vrijeme prakticirati slušanje klasične glazbe kao i laganih ljetnih hitova te gledati art house filmove i hollywoodske blockbustere. Nadovezujući se na Petersona, Bryson je u svojoj studiji (1996) povezoao novi standard dobrog ukusa, odnosno, omnivorizam s multikulturalnom tolerantnošću, što je prikazano i u ovome radu.

Iz današnje perspektive, ideja omnivora (svejeda) kao pojedinaca koji su razvili ukus za sve, privukla je značajnu sociološku pozornost, jer je promijenila neke središnje pretpostavke o povezanosti socio-ekonomskog statusa i kulturne kompetencije (Warde, Wright i Gayo-Cal, 2007).

U nastavku teksta slijedi dio rada u kojem se iznose teorijske pretpostavke rada, pomoću informacija o (kulturnoj) potrošni, kozmopolitizmu i njegovoj estetsko-kulturnoj varijanti te istraživanju istoga, omnivorizmu kao novom standardu dobrog ukusa te povezanosti omnivorizma i multikulturene tolerancije. Nakon teorijskog dijela rada, slijede dijelovi posvećeni predmetu, ciljevima i svrsi te metodologiji istraživanja. Nadalje, slijedi rasprava o rezultatima dobivenima ovim istraživanjem podijeljenim u dijelove koji se bave objašnjavanjem razloga i praksi gledanja stranih filmova studenata zadarskog Sveučilišta i njihovim filmskim preferencijama, konceptom omnivorizma, ulogom jezika u filmovima te povezivanjem multikulturalne tolerancije s omnivorizmom. Rad završava zaključkom, popisom korištene literature te priložima.

2. Ciljevi i svrha

Cilj ovog istraživanja jest utvrditi zašto i kako studenti Zadarskog sveučilišta gledaju strane filmove te istražiti standard takozvanog novog ukusa, na temelju različitih filmskih preferencija te preferencija vezanih uz serije i televizijske programe. Također, ovo istraživanje teži istražiti povezanost između omnivorizma i multikulturene tolerancije studenata Sveučilišta u Zadru.

Svrha ovog rada jest istražiti, opisati i razumijeti takozvani standard novog ukusa s naglaskom na (strane) filmske preferencije te utvrditi je li standard novog ukusa povezan s multikulturalnom tolerantnošću.

3. Teorijska koncepcija rada

U sljedećem se dijelu rada iznose neke od temeljnih informacija o kulturnoj potrošnji, kozmopolitizmu te specifičnijoj vrsti kozmopolitizma; estetsko-kulturnom kozmopolitizmu, omnivorizmu kao novom standardu dobrog ukusa te povezanošću omnivorizma s multikulturnom tolerantnošću. Također, bit će predstavljeno istraživanje estetsko-kulturnog kozmopolitizma, koje je poslužilo kao okosnica ovome radu. Spomenute je informacije potrebno poznavati kako bi se rezultati istraživanja izneseni u nastavku teksta mogli bolje razumijeti.

3.1. Potrošnja

Jedna od najdubljih promjena koje donosi moderni svijet povezana je s činjenicom da ne postoji princip koji ograničava tko može što trošiti ni što se uopće može trošiti, jer se svi društveni odnosi, aktivnosti te objekti mogu komodificirati ili zamijeniti kao roba. Nadalje, pojam potrošačke kulture u modernom svijetu podrazumijeva da se osnovne društvene prakse, kulturne vrijednosti, ideje, aspiracije te identiteti definiraju i usmjeravaju prema potrošnji (Slater, 2004, prema Čolić, 2008). Govoreći o (liberalnoj verziji) modernosti, izbor je potrošača njegov privatni čin te je odnos između slobode i privatnosti ključan za ideju modernog pojedinca. Takva je privatnost individualnog izbora protutječna društvenom poretku, solidarnosti te identitetu (Slater, 2004, prema Čolić, 2008).

Ideja nezasićene potrebe povezuje se uz pojam kulturne modernizacije, kojom se povećana produktivnost moderne industrije shvaća kao reakcija i poticaj za sposobnost ljudskih želja da postanu osobnije, maštovitije i prepoznatljivije (Slater, 2004, prema Čolić, 2008). Naime, samo se u potrošačkoj kulturi nezasićenost za više stvari shvaća kao važna za socioekonomski poredak i napredak (Slater, 2004, prema Čolić, 2008). Shodno tome, potrošačka su dobra postala ključna za izgradnju društvenog izgleda, društvenih mreža, životnog stila, struktura društvenih vrijednosti i sličnoga. Prema tome se može zaključiti da je „potrošačka kultura postala povlašteni medij za posredovanje identiteta i statusa u posttradicionalnom društvu“ (Čolić, 2008: 960). Uz to, smatra se kako stvari veće od pojedinca, kao što su zajednica, nacija, priroda, duh i ideal umjetnosti, jedine mogu stvoriti one vrijednosti koje će pojedinca učiniti autentičnim (Taylor, 1999, prema Čolić, 2008).

Nadalje, govoreći o potrošnji, Baudrillard, koji odbacuje teoriju potreba te definira potrošnju kao proces samoidentifikacije, objašnjava potrošnju pomoću koncepta razlike. Naime, trošimo kako bismo se razlikovali od drugih, što se pretvara u cjeloživotni proces

jer potreba za razlikovanjem nikada nije do kraja zadovoljena (Ritzer, 2012, prema Stanić, 2016).

3.2. Kozmopolitizam

Koncept kozmopolitizma ideja je drevnog filozofskog podrijetla te je prisutna u raznim društvenim i humanističkim znanostima. Unutar svog širokog okvira, kozmopolitizam se sastoji od mnoštva intelektualnih praksi, uključujući i filozofske te etičke navike, načine transnacionalnog upravljanja te socio-kulturnih procesa i kulturnih praksa (Beck, 2006, Beck i Sznaider, 2006, Vertovec i Cohen, 2002, Woodward, Skrbis i Bear, 2008, prema Woodward i Emontspool, 2018). S jedne strane, kozmopolitizam možemo shvatiti kao političku filozofiju te etički ideal otvorenosti i povezanosti s drugima od kojih smo udaljeni ili od kojih smo različiti u smislu nacionalnosti, etničke pripadnosti, religioznosti i sličnoga. Shodno tome, kozmopolitizam je kao kulturalni fenomen definiran kao angažman prema otvorenosti prema drugim kulturama, vrijednostima i iskustvima (Woodward i Emontspool, 2018). Također, prema Woodward i Emontspool (2018), kozmopolitizam jest i društvena činjenica koja se dijelom može pripisati povećanim globalnim pokretljivostima te procesu društveno-kulturnih promjena. S druge strane, potrošački kozmopolitizam shvaćen je kao skup navika, praksi i ukusa koje utječu na odluke potrošača o potrošnji i kupnji (Cleveland i suradnici, 2009, prema Woodward i Emontspool, 2018). Konstrukt takvog, potrošačkog kozmopolitizma čine tri ključne dimenzije: otvorenost, raznolikost i potrošnja koja nadilazi granice (Riefler, Diamantopoulos i Siguaaw, 2012, prema Woodward i Emontspool, 2018). Podložni široj difuziji, kulturne proizvode danas sve više konzumiraju (velikim dijelom mladi) ljudi koji su od tih kulturnih proizvoda geografski udaljeni (Cicchelli i Octobre, 2018).

3.3. Estetsko- kulturni kozmopolitizam i novi standard dobrog ukusa

Dosada izloženim, dolazi se do posebnog oblika kozmopolitizma, takozvanog estetsko-kulturnog tipa, kojeg Cicchelli i Octobre (2018) definiraju kao privlačnost i znatiželju prema različitim kulturnim praksama i stranim proizvodima s jedne strane te s druge strane, kao svojevrsnu hibridizaciju s nacionalnim kulturnim oblicima ili kao pojedinačna, lokalizirana prisvajanja koja oblikuju kulturne imaginarije prisutne diljem svijeta. Također, estetsko-kulturi kozmopolitizam povezan je sa željom razumijevanja Drugoga, kako bi se bolje razumijelo i sebe (Cicchelli, Octobre i Riegel, 2016, prema Cicchelli i Octobre, 2018).

Estetsko kulturni kozmopolitizam može se promatrati kao novi standard takozvanog dobrog ukusa, koji je povezan sa sveprisutnošću globalnih kulturnih proizvoda. Dobar ukus temelji se na samorefleksivnoj viziji svijeta proizašlog kroz estetsko-kulturnu potrošnju, kao i na stvaranju kulturnih imaginarija te njima pridruženih vrijednosti. Svaka konfiguracija estetsko-kulturnog kozmopolitizma različito odgovara na kulturnu globalizaciju: uranjanjem bez posebne namjere (nenamjerni kozmopoliti), općom otvorenosti prema raznolikosti (specifični kozmopoliti i kozmopolitski fanovi), odbijanjem (nacionalni kozmopoliti) te povlačenjem (nenamjerni kozmopoliti) (Cicchelli i Octobre, 2018). Navedene će konfiguracije u kasnijem dijelu teksta biti detaljno objašnjene, pri čemu je konfiguracija kozmopolitskih fanova najznačajnija za ovo istraživanje. Također, važno je naglasiti kako oblici estetsko-kulturnog kozmopolitizma imaju mnoštvo razvojnih mogućnosti te niti jedan "čisti" oblik ne može poslužiti kao mjerni standard (Cicchelli i Octobre, 2018).

Zahvaljujući cirkulaciji kulturnih proizvoda, estetsko-kulturni kozmopolitizam jedan je od najrasprostranjenijih oblika otvorenosti prema drugima. Uz navedeno, smatra se kako se takozvani dobar ukus povezuje s raznolikim osobnim interesima, čak ako je konzumiranje kulturnih proizvoda s vremena na vrijeme relativno ograničeno (Cicchelli i Octobre, 2018).

3.4. Istraživanje estetsko- kulturnog kozmopolitizma

Društveno znanstvene studije koje istražuju kozmopolitizam i potrošnju vrlo često uzimaju pojedinačnog potrošača kao polazišnu točku istraživanja (Woodward i Emontspool, 2018). Zadnja dva desetljeća sociološka istraživanja kozmopolitizma ukazuju na značajan pomak u kvalitativnim istraživanjima istoga (Kipnis, 2018).

Jedno od istraživanja estetsko-kulturnog kozmopolitizma jest ono Cicchellija i Octobre, provedeno 2014. godine te će ono biti okosnica ovom istraživanju. Cicchelli i Octobre (2018) objašnjavaju kako se u svom istraživanju estetsko-kulturnog kozmopolitizma odlučili usredotočiti na izbor svakodnevne potrošnje, koja se između ostalog, bazira i na gledanju filmova, TV serija i televizije općenito. Smatraju kako upravo ti elementi kulturne potrošnje mogu pomoći pri shvaćanju odnosa većine mladih prema kulturi, a time i njihovog pogleda na svijet. Također, naglašavaju kako konzumacija kulturnih proizvoda nikako nije banalan i nevažan proces, jer upravo on angažira mlade ljude emotivno i kognitivno (Josh, 2007, prema Cicchelli i Octobre, 2018).

Mješavinom kvalitativne i kvantitativne metode, u svome su istraživanju estetsko-kulturnog kozmopolitizma Cicchelli i Octobre (2018) isti ispitali kroz jedanaest aspekata potrošnje: TV serije, ostale TV programe, filmove, glazbu, video igre, knjige, stripove, novine i časopise, web stranice i blogove, radio i društvene mreže te niz umjetničkih i kulturnih imaginarija. Nadalje, konstruirali su pet različitih stavova, u rasponu od temeljne otvorenosti prema promjeni do snažne sklonosti prema nacionalnim proizvodima te nekonzumiranja kulturnih proizvoda bez obzira na njihov izvor. Spomenuti će stavovi biti predstavljeni u nastavku teksta.

Prva, najbrojnija grupa su nemarni kozmopoliti (*inadvertent cosmopolitans*). Podjednako gledaju strane TV serije i domaće (francuske, budući da je istraživanje provedeno u Francuskoj) te podjednako slušaju stranu i domaću (francusku) glazbu. Kada gledaju filmove ili TV serije, preferiraju sinkronizirane verzije (većinom francusku sinkronizaciju). Najviše od svih grupa gledaju *mainstream* televizijsku zabavu, najčešće reality showove, zabavne emisije (npr. glazbena natjecanja) te filmove i TV serije (najčešće sinkronizirane ili s titlovima). Također, konzumiraju veliki udio animiranih proizvoda te preferiraju horor filmove i akcijske TV serije (Cicchelli i Octobre, 2018).

Drugu grupu po veličini čine specifični kozmopoliti (*specific cosmopolitans*). Mladi iz spomenute grupe cijene strane proizvode, posebice literaturu, web stranice i blogove. Značajnu važnost pridaju domaćoj (francuskoj) televiziji te aktivnostima vezanim uz čitanje, dok manje ulažu u potrošnju filmova i TV serija od ostalih grupa. Medijske su preferencije u ovoj grupi podijeljene: neki pojedinci preferiraju strane TV emisije, ali nacionalne TV programe. Također, njihov način potrošnje vezan je uz francuski jezik (bilo to sinkronizirano ili titlovano). Općenito govoreći, mladi iz spomenute grupe pokazuju jednaki omnivorizam (svejednost): vole dramu, znanstveno-fantastične i povijesne filmove, detektivske serije i serije povezane s bolnicama, političke, znanstveno-fantastične serije te *sitcome* (humoristične serije). Što se tiče ostalih televizijskih programa, nastoje gledati vijesti, kulturne i znanstvene programe te turističke emisije (Cicchelli i Octobre, 2018).

Treću grupu čine kozmopolitski fanovi (*cosmopolitan fans*). Mladi iz te grupe više investiraju u konzumaciju stranih proizvoda. Više od ostalih grupa preferiraju stranu glazbu i strane filmove te su najotvoreniji u vezi sadržaja. Preferiraju gledati strane TV programe, ali i čitati strane stripove i literaturu. Također, više preferiraju strane web stranice i blogove.

Isto tako, najveći broj pojedinaca koji koriste strani jezik u svojim obrascima kulturne potrošnje nalazi se u ovoj grupi. Dakle, preferiraju izvoran jezik pri gledanju stranih filmova i serija, a ne sinkroniziranu verziju. Nadalje, kozmopolitski su fanovi strastveni kulturni potrošači, ali ne i najčešći gledatelji televizije, a kad gledaju televiziju, najčešće odabiru kulturni i znanstveni program. Vole različite žanrove filmova i TV serija: akcijske, animirane, dokumenarne filmove, horore, znanstveno-fantastične filmove, ali i političke, akcijske, fantasy-povijesne i animirane serije. Otvoreni su prema svijetu (što se vidi iz praćenja dnevnih vijesti te čitanja kulturnih časopisa). Također, imaju selektivniji ukus od prethodnih grupa (Cicchelli i Octobre, 2018).

Četvrtu grupu čine nacionalni fanovi (*national fans*) koji odbijaju kulturnu globalizaciju. Ukratko, iako su izloženi internacionalnoj *mainstream* kulturi, selektivni su pri odabiru kulturnih proizvoda te favoriziraju domaće (francuske) kulturne proizvode. Zaključno, petu grupu čine nemogući kozmopoliti (*impossible cosmopolitans*), koji konzumiraju manje kulturnih proizvoda od prosjeka (Cicchelli i Octobre, 2018).

Valja naglasiti kako su za ovo istraživanje najvažniji takozvani kozmopolitski fanovi. Nadalje, Cicchelli i Octobre (2018) objašnjavaju kako se širenje estetsko-kulturnog kozmopolitizma može objasniti dvama različitim načinima: prvo, promatranjem strukturne transformacije svijeta u kojem mladi ljudi žive. Naime, svijet je postao urbaniji, obrazovaniji, mobilniji te multikulturalniji. Kao drugo, kulturni život mladih ljudi se transformirao, u smjeru omnivorizma, koji će biti objašnjen u nastavku teksta.

3.5. Omnivorizam kao novi standard dobrog ukusa

Tijekom posljednja dva desetljeća (Peterson i Simkus 1992, prema Peterson i Kern 1996, prema Cicchelli i Octobre 2018), brojne su studije argumentirale postojanje kulturnih omnivora (svejeda), odnosno, pojedinaca koji konzumiraju različite popularne te elitističke kulturne proizvode.

Kako bi se shvatile novije studije kulturnih praksi te ukusa, potrebno je spomenuti prijašnje teorijske prakse. U tom smislu, valja spomenuti doprinos Pierrea Bourdieua, čija je jedna od glavnih teza njegove *Distinkcije* određenje klase na temelju kulturnih praksi. Prema Bourdieu, društvene skupine žive u različitim, ali trajnim svjetovima koje karakterizira specifično kombiniranje kulturnih praksi, dok je društveni identitet klase određen razlikom

od drugih klasa (Bourdieu, 1996 (1979), prema Stanić, 2016). Nadalje, Bourdieu klasne razlike pronalazi u sferi potrošnje i potrošačkih navika, pri čemu roba i prakse potrošnje postaju distiktivni znakovi društvenih položaja (Bourdieu, 1996 (1979), prema Stanić, 2016).

S druge strane, Petersonova (1992) studija dovodi u pitanje dotadašnju teoriju temeljenu na hijerarhijskom statusu te donosi drugačiji hijerarhijski koncept. Govoreći o kulturnim ukusima, na vrhu su se statusne piramide nalazili elitistički kulturni ukusi koji su sačinjavali društveni kulturni kapital o kojem govori Bourdieu, dok se ispod vrha nalazilo sve više različitih kulturnih ukusa koji su se kretali niz statusnu piramidu. U okrenutoj piramidi koja predstavlja konkretne pojedince ili skupine, na vrhu se nalaze omnivori (svejedi), koji manipuliraju statusom na način da biraju određene ukuse ovisno o situaciji. S druge strane, na dnu se piramide nalaze univori (jednojadi) koji su vezani uz samo jedan određeni ukus, za razliku od omnivora (Peterson, 1992). Dakle, estetika elitističkog statusa redefinirana je uvažavanjem svih karakterističnih slobodnih aktivnosti, kreativnih oblika te klasične umjetnosti. Sudjelujući, to jest, konzumirajući navedene oblike, pojam omnivora prikladan je za one koji se nalaze na vrhu tada nastajuće hijerarhije (Peterson, 1992). Kasnije, Peterson omnivorizam shvaća kao standard dobrog ukusa, uključujući ukuse koji prelaze klasne, etičke, spolne, vjerske, dobne te slične granice te naglašava odbacivanje snobizma (Peterson, 2005, prema Warde, Wright i Gayo-Cal, 2007). Prema navedenom, moguće je slušati klasičnu glazbu kao i glazbu pop zvijezda te gledati art house filmove i hollywoodske blockbustere. Upravo se takva vrsta kulturnog repertoara koristi pri opisivanju promjena u kulturnom ponašanju koje su zahvatile mlade ljude od druge polovice dvadesetog stoljeća (Cicchelli i Octobre, 2018).

Iz današnje perspektive, ideja omnivora kao pojedinaca koji su razvili ukus za sve, privukla je značajnu sociološku pozornost, jer je promijenila neke središnje pretpostavke o povezanosti socio-ekonomskog statusa i kulturne kompetencije (Warde, Wright i Gayo-Cal, 2007).

Također, valja spomenuti Brysonovu (1996) studiju kojom je razvio te analizirao ideju da bi omnivori mogli biti kulturno tolerantni te pokazao da uz to što omnivori u SAD-u imaju širi ukus, jesu liberalniji u pogledu rasnih i političkih pitanja, čime dolazi do povezanosti omnivorizma i multikulturne tolerancije (Warde, Wright i Gayo-Cal, 2007).

4. Istraživačka pitanja

Istraživačka pitanja relevantna za ovo istraživanje su sljedeća:

a) opća

1. Objasniti zašto studenti Sveučilišta u Zadru gledaju strane filmove.
2. Istražiti standard takozvanog novog dobrog ukusa na temelju različitih filmskih, serijskih i televizijskih preferencija studenata Sveučilišta u Zadru.
3. Istražiti multikulturalnu toleranciju studenata Sveučilišta u Zadru pomoću doživljaja tema filmova.

b) specifična

1. Opisati na koji način studenti Sveučilišta u Zadru gledaju strane filmove.
2. Razumijeti razlike u preferencijama između stranih, hollywoodskih i domaćih filmova.
3. Utvrditi ulogu jezika u stranim filmovima.

5. Metodologija i uzorak

Kao što je prethodno spomenuto, Woodward i Emontspool (2018) ističu kako društveno-znanstvene studije koje istražuju kozmopolitizam i potrošnju vrlo često uzimaju pojedinačnog potrošača kao polazišnu točku istraživanja te je stoga ovo istraživanje kvalitativne građe, dok je korištena metoda polustrukturirani intervjua. Navedena metoda omogućila je kontrolu nad onime što se željelo saznati intervjuiranjem te je isto tako ostavila slobodu za nova pitanja tijekom samog intervjua ili s druge strane, omogućila izbacivanje onih pitanja na koja su sudionici istraživanja već dali odgovor. Također, za razliku od strukturiranog intervjua, ovakav intervjua podrazumijeva otvorena pitanja, pri kojima nema grubih odgovora s "da" ili "ne" te omogućuje sudionicima odgovaranje na pitanja dužinom kojom sami žele.

Budući da broj sudionika ovisi o temi, istraženosti teme, istraživačkoj metodi, dostupnosti sudionika te vremenu koje zahtijeva određena metoda, uzorak je činilo osam sudionika/ca. Sudionici su bili studenti Sveučilišta u Zadru te pratitelji stranih filmova, što je bio glavni

kriterij za njihovo uključivanje u istraživanje. Isti su bili voljni sudjelovati u istraživanju, javivši se istraživačici nakon njezine objave na Facebook grupi *Sveučilište u Zadru (studenti)* o traženju sudionika u istraživanju. S druge strane, neki su sudionici bili izabrani metodom sniježne grude, koja omogućuje da odabrani sudionici u istraživanju upute istraživača na druge moguće sugovornike koji bi se uklapali u uzorak.

Prije samog intervjua sudionici su bili obaviješteni o snimanju intervjua diktafonom te su im objašnjena njihova prava i omogućena zaštita identiteta. Također, sudionici su obaviješteni o svrsi istraživanja, pri čemu je ta obavijest bila formalno izvedena.

Intervjui su bili provedeni drugom polovicom svibnja 2021. godine te je većina intervjua, zbog tadašnje epidemiološke situacije, bila provedena online, pomoću videopoziva na različitim platformama. Također, dva su intervjua bila provedena uživo, na prigodnim mjestima za razgovor. Raspon trajanja provedenih intervjua varira između 30 i 50 minuta te je u istraživanju sudjelovalo četiri sugovornika iz područja humanističkih znanosti, dvoje iz društvenih znanosti, jedan iz društveno-humanističkih znanosti te jedan sugovornik iz područja prirodnih znanosti. Pritom je podjednaka zastupljenost sudionika i sudionica.

Sudionici su odgovarali na pitanja otvorenog tipa, koja su proizašla iz prethodno pročitane literature. Pitanja su bila podijeljena u četiri tematske cjeline: strani filmovi, koncept omnivorizma u okviru filmova/serija/televizije, važnost jezika i kulture u filmovima te multikulturalna tolerancija. Intervjui su kasnije bili transkribirani u program MS Word, pomoću programa Express Scribe Transcription Software za transkripciju. Zvučni zapisi te transkripti intervjua pohranjeni su na siguran način te su sugovornici anonimizirani, kako bi se očuvala istraživačka etika.

6. Rezultati istraživanja i rasprava

6.1. Gledanje stranih filmova

U ovome će poglavlju rada biti prikazani razlozi zbog kojih studenti Sveučilišta u Zadru gledaju strane filmove te načini pomoću kojih prakticiraju isto. Također, ovo će poglavlje predstaviti razlike u preferencijama između stranih, hollywoodskih te domaćih filmova. Pritom je važno napomenuti kako se termin *strani filmovi* odnosi na art filmove nacionalnih kinematografija.

Što se tiče samog otkrivanja stranih filmova, sudionici su ih otkrili na različite načine i u različitom razdoblju života, međutim, većina sugovornika ističe kako je strane filmove otkrila u sklopu svog obrazovanja, bilo u osnovnoj školi ili pak na fakultetu. Također, dva su sugovornika istaknula IMDB platformu kao spojnicu sa stranim filmovima, dok je jedna sugovornica istaknula kako je strane filmove otkrila pomoću HRT3 televizijskog programa.

Strane filmove sam otkrila još u osnovnoj školi i to na način da smo na satovima njemačkog i engleskog znali dobivat, ne znam, neke kraće crtane filmove, video isječke i slično...

(sugovornica_5)

Pa strane filmove sam otkrila... davno... preko IMDB-a, platforme za filmove, a tako reći, tijekom gledanja... tada... top 250 najboljih filmova, tako sam zapravo otkrila da je dosta stranih filmova (sugovornik_4)

Spomenuvši IMDB, upravo je on jedan od načina kako sugovornici saznaju za određene filmove.

(...) i onda ima na onoj stranici IMDB ... e, onda tamo ima veliki popis svih takvih filmova...

(sugovornik_2)

Znam nekad otić na IMDB i tamo znam potražiti neki film ili neku seriju ... (sugovornica_3)

Uz IMDB, sugovornici navode kako za strane filmove saznaju pomoću drugih filmova, glumaca i redatelja koji im se sviđaju te preko Netflix platforme.

ili preko dobro ocjenjenih filmova ili preko novih filmova koji su izašli pa su dobili dobru ocjenu... na dobrom su glasu, imaju potencijala ili preko... u pravilu samo preko redatelja i glumaca koje volim, ono, gledam njihove filmove. (sugovornik_4)

pogledam koji su među popularnijim filmovima, koji su neki kulturni filmovi...recimo španjolski, latinoamerički i tako (sugovornica_1)

Paa preko Netflix-a uglavnom (smijeh), preko Netflix-a ili kad recimo istražujem glumce koji mi se sviđaju, idem u njihovu povijest, je li, filmografija, što su radili pa pogledam u kojim su sve filmovima sudjelovali, odnosno, glumili (sugovornica_6)

Jedna je sudionica izjavila kako joj u pronalasku stranih filmova pomaže profesorova knjiga, dok je jedan sudionik istaknuo kako pronalazi filmove pomoći različitih Facebook i Instagram stranica, a jedan sudionik prati filmske kritičare. Cicchelli i Octobre (2018) objašnjavaju kako je uloga medija višeznačna: s jedne strane, industrija kulturnih medija preoblikuje kulturni legitimitet, posebno među mladima, što se može vidjeti u strasti prema televizijskim serijama (Glévařec, 2012, prema Cicchelli i Octobre, 2018) te s druge strane, digitalna tehnologija i Internet povezuju različite grupe i kulture.

i još pratim dost po Twitteru ljude koji su baš filmski kritičari za strane filmove... (sugovornik_7)

a sad sam našla (ime profesora) knjigu (smijeh), onu (naziv knjige) i onda sam išla gledat po tom pa mi je sad to više zanimljivo...da (sugovornica_1)

Ipak, najviše je sugovornika istaknulo kako za strane filmove saznaju pomoću preporuka, najčešće prijatelja.

nešto mi kaže ovoga prijateljica, na primjer (ime prijateljice), ona je isto u tim filmovima pa mi onda ona preporuči neke filmove (sugovornik_2)

Paaa prijatelj mi ih preporuča (...) on baš jako voli gledati filmove i onda mi on to preporuči (sugovornica_3)

budući da dosta mojih prijatelja s kojima sam u svakodnevnoj komunikaciji, su zaljubljenici u strane filmove i dost pričamo o filmovima općenito, ne samo o stranim... onda svatko piše preporuke šta je gledao... (sugovornik_7)

Govoreći o učestalosti gledanja stranih filmova, sudionici ovog istraživanja ističu kako strane filmove ne gledaju svaki dan već ovisno o obavezama, odnosno, o slobodnom vremenu te raspoloženju. Većina sugovornika pogleda po jedan strani film tjedno. Naime, potrošnja stranih kulturnih sadržaja nije sustavno povezana s najaktivnijim potrošačima, kako često sugeriraju

sociološka istraživanja, osobito ona koja povezuju omnivorizam, mlade te otvorenost prema drugim kulturama (Peterson 1992, prema Peterson i Kern 1996, prema Cicchelli i Octobre, 2018). U istraživanju estetsko-kulturnog kozmopolitizma Cicchelli i Octobre (2018) navode kako njihovi rezultati pokazuju da ljubitelji filma nisu nužno i oni koji gledaju najveći broj stranih filmova. Naime, mladi koji pogledaju jedan film tjedno najvjerojatniji su pratitelji i stranih filmova.

do prije sam stvarno gledao dosta, a sad kako i ja imam posla za faks, u zadnje vrijeme puno manje općenito gledam filmove, pa tako i strane filmove, ali recimo do prije godinu dana sam ajmo reć, znao pogledat sigurno jedan u tjednu (sugovornik_7)

to bi bilo hmmm.... tri filma mjesečno...četiri možda... (sugovornik_2)

Pa u zadnjih kako bi rekao, možda zadnjih... to sve o tim nekim... kako bi reka, raspoloženjima koje imam za gledanje filmova. (sugovornik_4)

Što se tiče načina gledanja filmova, svi su sugovornici osim jedne odgovorili kako strane filmove gledaju s engleskim titlovima, najčešće zbog dostupnosti istih te zbog dosljednosti prijevoda. Kao razlog zašto ne prakticira gledanje stranih filmova sa stranim titlovima, sugovornica objašnjava kako se želi potpuno uživjeti u jezik. Prema istraživanju Cicchelli i Octobre (2018), rezultati prikazuju kako je engleski najčešći strani jezik koji se koristi pri konzumaciji kulturnih proizvoda. Također, naglašavaju kako je engleski primarni jezik komunikacije i razmjene za mlade u dobi od 18 do 29 godina, kada se bave svojim aktivnostima u slobodno vrijeme.

Da, engleski, zato što kod tih stranih filmova... uglavnom, dostupniji su puno više engleski titlovi nego hrvatski pa zato. A i gledam većinu stvari s engleskim titlovima. (sugovornik_7)

jednostavno sam navika uvijek na engleskim titlovima i.. to je najčešće, uvijek, ne znam... najviše uspijevaju u tom prijevodu... (smijeh) (sugovornica_1)

pa iskreno da ti kažem, ne bi meni bio problem gledati bez titlova, ali, nekako se baš želim uživiti u radnju (...) (sugovornica_6)

Također, dvije su sugovornice istaknule kako strane filmove gledaju bez titlova, ako razumiju jezik.

engleski uvijek gledam bez titlova, njemački si stavim titlove, ali ono, ako mi trebaju (sugovornica_1)

Nadalje, govoreći o načinu gledanja filmova, svi sugovornici izbjegavaju sinkronizaciju, koju smatraju neprirodnom te ističu kako se njome gubi određena čar filma. U tom smislu, Cichelli i Octobre (2018) objašnjavaju kako je globalno prisvajanje povezano s užitkom slušanja izvornog jezika određenog kulturnog proizvoda. Također, navode kako su titlovi središnji element konzumacije stranih jezika: 40% mladih u starosti od 18 do 29 godina koriste titlove dok gledaju filmove u izvornoj verziji. Također, svojim su istraživanjem estetsko-kulturnog kozmopolitizma Cicchelli i Octobre (2018) zaključili kako većina mladih konzumira mnogo stranih kulturnih proizvoda te iste konzumiraju u njihovim izvornim verzijama.

to mi uopće ne paše jer nije prirodno gledat film i onda vidim usta kako govore jedno, a onda slušam drugo, to mi je nekako... nije mi jednostavno nekako ugodno za oči... (sugovornik_2)

da, nikad, stvarno izbjegavam sinkronizirano u apsolutno svemu, čak i u animiranim filmovima izbjegavam sinkronizirano (...) znači ono, baš i zato što studiram jezik, znam koliko se toga izgubi u prijevodu (...) (sugovornik_7)

Što se tiče konkretnog gledanja stranih filmova, većina sugovornika gleda strane filmove na raznim platformama, ističući pritom Netflix. Također, neki ih sugovornici gledaju online, na određenim stranicama ili na Youtubeu.

tako da sam gledao preko tih nekih stranica.... streaming... alii onda sam kasnije bio nabavio Netflix i onda sam uspio pogledati sve koje sam htio preko Netflix-a (...) ustvari cijelo vrijeme gledam preko interneta, znači online. (sugovornik_2)

gledam ih na Netflixu, gledam ih preko interneta, znači ne znam na Youtubeu (...) isto tako, imaju... ima dva... dvije stranice slične Netflixu s time da se jedna odnosi na ruske filmove (...) i isto to za njemački. (sugovornica_5)

Međutim, neki sugovornici ističu kako strani filmovi nisu uvijek lako dostupni na određenim platformama te se stoga odlučuju na varijantu "skidanja" filmova.

(...)idući dan ga skinem, mislim, ako ga nema na Netflixu, onda uglavnom gledam na internetu ili znam i skinut (sugovornica_3)

kod tih nekih stranih filmova je problem što nisu lako dostupni ii čak sam par puta filmove koje sam htio pogleda nisam mogao nać (...) (sugovornik_7)

Nadalje, govoreći o stavkama koje utječu na odabir gledanja stranih filmova, većina je sugovornika pod utjecajem istih čimbenika. Na većinu utječu preporuke, bile od strane prijatelja

ili recenzija, glumci i redatelji s čijim su radom upoznati te zaključno, kritike i ocjena filma, koje će biti detaljnije objašnjene u nastavku.

u pravilu gledam filmove ili po preporukama (...) ili preko dobro ocijenjenih filmova ili preko novih filmova koji su izašli pa su dobili dobru ocjenu... na dobrom su glasu, imaju potencijala ili preko... u pravilu samo preko redatelja i glumaca koje volim, ono, gledam njihove filmove.
(sugovornik_4)

rijetko kad ću sad na svoju ruku ići tražiti nešto i gledati, nego po nekoj preporuci dosta ili po komentarima nekim (sugovornik_7)

Također, ono što nekolicina sugovornika ističe kao važno za odabir filma su popularnost filma, kratki sadržaj, trailer, žanr, trajanje te jezik.

Osvrnuvši se na utjecaj filmskih kritičara te ocjena filmova na raznim platformama, ali i na mrežnoj bazi podataka kao što je IMDB, mišljenja su sugovornika podjeljena. Naime, sugovornici koji ističu kako im je mišljenje kritičara važno, objašnjavaju kako izbjegavaju pogledati one filmove koji imaju loše kritike. Također, ističu kako nastoje ne se navoditi mišljenjima kritičara, međutim, ona ipak utječu na njihov odabir i percepciju o filmu. S druge strane, smatraju kako kritičari mogu biti pristrani te im je zbog toga važnija ocjena laika.

(...) ako ljudi nešto pišu da je užasan... onda ga čak izbjegnem.... zato što... i samo volim gledati što ljudi pišu(...) (sugovornica_3)

Pa ocjena mi je bitna jer ako je, bubam, 50 000 ljudi reklo da je taj film dobar, to jest, ako mu daju visoku ocjenu, onda pretpostavljam da je dobar. (sugovornik_8)

Čitam kritike, ali ih puno manje doživljam od ocjene ljudi, jer u pravilu kritičari znaju biti vođeni određenim mišljenjima i stajalištima... tako da znaju bit dosta... pristrani.
(sugovornik_4)

Spomenuvši pristranost filmskih kritičara, neki sugovornici upravo zato izbjegavaju čitanje filmskih kritika te se ne oslanjaju na iste. Također, ističu kako postoji doza subjektivnosti pri odabiru i mišljenju o određenom filmu te se u tom smislu, ono što se sviđa kritičarima, ne treba sviđati i njima te obratno.

ne razmišljam puno što kritičari misle, ako se meni sviđa film, naravno da ću definitivno gledati....tako da, ne oslanjam se potpuno na Akademiju i neke njihove odbire...
(sugovornica_1)

Što se tiče filmskih preferencija, neki sugovornici ističu kako nemaju omiljenu kinematografiju, već im je važnija kvaliteta i radnja filma od samog podrijetla.

kad istražujem filmove, ne obazirem previše na kinematografiju nego na sam sadržaj filma
(sugovornica_3)

nisam točno taj tip gledatelja koji će se fokusirat na (promjena intonacije) jooj sad mi je ono, ne znam, korejska kinematografija super, meksička... zapravo, onako kupim ajmo reć, od svake ponešto, od svake pogledam nešto što je onak, otprilike vrijedno gledat. (sugovornik_7)

S druge strane, neki sugovornici imaju omiljenu kinematografiju, a među njima se ističu španjolska, latinoamerička i južnokorejska te u sklopu omiljenih kinematografija imaju i omiljene redatelje, odnosno, glumce. Također, žanrovi koji se ističu među omiljenima su drame, romantični (romantične komedije), trileri, kriminalistički filmovi te misteriji. Razlog odabira drama sugovornici objašnjavaju pomoću tematike koja obuhvaća različite socijalne i psihološke probleme te smatraju kako se mogu poistovjetiti s likovima. Shodno tome, sviđa im se što drame obuhvaćaju teme suvremene problematike te jedan sugovornik smatra kako u drami gluma najbolje dolazi do izražaja. S druge strane, sugovornici koji odabiru romantične komedije, svoj odabir objašnjavaju kroz smijeh te ističu kako kako vole upravo taj filmski žanr zbog ne preozbiljne radnje. Nadalje, sugovornici koji preferiraju trilere, misterije te kriminalističke filmove, smatraju kako su isti zanimljivi i najnapetiji od ostalih filmskih žanrova.

Žanrovska različitost svojstvena je kozmopolitskim fanovima te tako, kako navode Cicchelli i Octobre (2018), kozmopolitski fanovi vole različite žanrove: akcijske, animirane, dokumenarne filmove, horore, znanstveno-fantastične filmove, ali i političke, akcijske, fantasy-povijesne i animirane serije. Također, imaju selektivniji ukus od prethodnih grupa.

tipa južnokorejska kinematografija mi je dosta dobra, mogu reć čak i japanska, od Akire Kurosawe (...) mislim da on baš... da se najviše trudi napraviti dobar film i ima dosta drama,
što je meni dobar žanr (sugovornik_8)

drame (...) volim kako se portretira taj nekakav.... Doživljaj čovjeka u nekakvoj lošoj, tragičnoj situaciji i mogu se vjerojatno poistovjetiti s tim... (smijeh) i ne znam, zato mi je to nekako zanimljivo.... (sugovornica_1)

(smijeh) ja volim jako romantične filmove (smijeh)... hmm...da... zašto točno njih, iz kojeg razloga, ne bih znala (...) zato što mi je... radnja nije uglavnom ozbiljna (sugovornica_5)

misterij, jednostavno... zaboravim uopće koliko dugo traju ako je kvalitetan misterij... triler je li... ako je kvalitetan, stvarno zaboravim koliko traje, ako su napeti i to... tolko me uvuču u film... puno više nego ostali žanrovi (sugovornik_4)

Zaključno, kao razlog zbog kojeg uopće gledaju strane filmove, sugovornici (koji pripadaju jezičnim studentskim grupama) navode fakultet, dok drugi sugovornici razlog pronalaze u originalnosti i estetici stranih filmova, koje smatraju boljima od američke kinematografije, o čemu će više riječi biti u nastavku.

kako sam počeo gledat te filmove, ustvari, isto tako kad sam počeo studirat (studijske grupe), onda sam isto počeo zbog toga... pa da gledam te filmove i slušam te jezike pa da se upoznam više s filmskom kulturom tih zemalja. (sugovornik_2)

Znači prije svega, razlikuje se... strani film se dosta razlikuje od ovih popularnih filmova, pogotovo blockbuster filmova koji u Americi prolaze... (sugovornik_7)

6.2. Koncept omnivorizma

Nakon prikazanih preferencija, razloga i načina gledanja stranih filmova, ovo će poglavlje prikazati rezultate istraživanja standarda takozvanog novog dobrog ukusa na temelju različitih filmskih, serijskih i televizijskih preferencija studenata Sveučilišta u Zadru.

Na pitanje što sve gledaju općenito, najviše se sugovornika izjasnilo kako gledaju *sitcome* (humoristične serije) te serije engleskog govornog područja. Shodno tome, većina sudionika nije upoznata sa stranim serijama. Također, neki sudionici ističu kako vole pogledati dokumentarne filmove i serije, dok su dva sudionika odgovorila kako vole gledati sve. Upravo je takva raznolikost ukusa svojstvena ideji omnivora, pojedinaca koji su razvili ukus za sve (Warde, Wright i Gayo-Cal, 2007).

na TV-u sitcome... kad je bio Raymond i takve nekakve serije... (sugovornica_3)

*... na Netflixu dokumentarce kad me uhvati, uglavnom (...)o prirodi, ako mi nešto zanimljivo izađe... što znam gledat.. jedno vrime mi je bila ta faza.. o serijskim ubojicama (smijeh)
(sugovornik_4)*

gledam doslovno sve, domaće ne baš, serije isto tako gledam američke, strane baš i ne, jer nisam previše upoznat s njima, ne znam kako doć do njih... (sugovornik_8)

Osvrćući se na hrvatsku televiziju, svi su sugovornici odgovorili kako je rijetko gledaju, ako je uopće gledaju. Međutim, kada gledaju hrvatsku televiziju, najčešće su to *sitcomi*, vijesti koje

prate radi informiranosti te emisije političkog sadržaja. Također, troje je sugovornika istaknulo kako gledaju kvizove, specifičnije, Potjeru i Milijunaša. Uz navedeno, neki sugovornici gledaju emisije o filmovima, dokumentarce, emisije zabavnog karaktera te sportske prijenose, dok jedna sugovornica prati turske serije. Takve se prakse vežu uz kozmopolitske fanove, koji su strastveni kulturni potrošači, ali ne i najčešći gledatelji televizije. Ipak, kad gledaju televiziju, najčešće gledaju kulturni i znanstveni program te su otvoreni prema svijetu, što se vidi iz praćenja dnevnih vijesti (Cicchelli i Octobre, 2018).

Pa na našoj televiziji... evo... (smijeh) pa mislim da sam pogledao, skoro ništa... znam ulovit recimo neku ono, na RTL-u 2 te neke sitcome, ali to je stvarno jako rijetko (...) Našu televiziju, to ono, jako, jako rijetko (sugovornik_7)

Našu televiziju baš i ne gledam previše, ne znam kad sam zadnji put pogleda film na našoj televiziji... ali tipaa na našoj televiziji gledam sport, gledam prijenose, jer to je uživo, to je sad, snimke mi se ne da gledat. Osim toga, gledam Potjeru i Milijunaša (sugovornik_8)

gledam u zadnje vrijeme dnevnik... na Novoj, tako da... ne možeš da ti dan prođe a da dnevnik ne pogledaš, baš ga ima previše (sugovornica_6)

Nadalje, govoreći o domaćim filmovima, svi sudionici vežu uz njih negativne konotacije. Neki sugovornici smatraju kako se u hrvatsku kinematografiju ne ulaže mnogo, dok neki smatraju kako gluma u hrvatskim filmovima nije dovoljno dobra. Također, ističu kako nisu očarani hrvatskom kinematografijom te kako filmovi nisu kvalitetni, dok ih jedan sugovornik povezuje s ratnom tematikom, koja mu se ne sviđa. S druge strane, jedan sugovornik ističe kako mu se, za razliku od novijih, sviđaju stari domaći filmovi. Uz navedeno, troje sugovornika izrazilo je želju da pogleda više hrvatskih filmova, međutim, prepreku u tome nalaze u njihovoj teškoj dostupnosti.

ne znam, nikad me nisu previše privlačili... ne znam... mislim da je to... možda zbog glume, nekako mi se hrvatska gluma ne čini baš najbolja (sugovornica_3)

da, volim uglavnom hrvatske, uvjetno kao rečeno.... sve koji su puno stariji, ove nove, ne znam (...) bezveze su mi (...) nekak mi se čini... ko da kopiraju ili mainstream ili potpuno ono, žele biti pre originalni pa onda izvode nekakve gluposti koje nemaju smisla. (sugovornik_2)

Možda stvarno jesam stvorija neku vrstu male predrasude pa me to blokira.... a i teži su za nać za gledat, tako da ono, možda da su malo dostupniji, bi ih gleda... (sugovornik_4)

Slično kao i s domaćim filmovima, sudionici povezuju negativne konotacije i s hollywoodskim filmovima. U tom smislu, smatraju kako hollywoodski filmovi nisu realni kao art filmovi nacionalnih kinematografija te kako se radnja u hollywoodskim filmovima može „provući“ ako su filmovi dobro snimljeni. Također, neki ih sugovornici smatraju predvidljivima, dok dvoje sudionika smatra kako je hollywoodskim filmovima važna samo zarada. Slično kao i sugovornici, Cicchelli i Octobre (2018) navode kako jedna od kritičnije interpretacije uspjeha američkih filmova tvrdi kako Hollywood namjerno odlučuje producirati filmove s narativnim strukturama koje se mogu lako interpretirati od strane različite publike (Pang 2005, prema Cicchelli i Octobre, 2018). Prema tome, hollywoodski filmaši u svojim filmovima nadilaze nacionalne kulturne granice te posuđuju iz različitih kultura te kao primjer navedenog navode film *Mulan* (1998). Također, hollywoodski filmaši u svojim filmovima nude moderne, zapadne reinterpretacije posuđenih elemenata te se služe visoko standardiziranim elementima (Pang 2005, prema Cicchelli i Octobre, 2018).

kad mi kaže neko Hollywood, ono, prve asocijacije su mi ono... ne znam, ono... slava, ljudi se prodaju zbog slave, ono, sve je u vezi novca, hmmm baš nekakve ono... loše asocijacije što ja opće ne povezujem s filmom i filmskom kulturom.. (sugovornik_2)

Nadalje, sudionici smatraju kako strani filmovi, u odnosu na Hollywoodske, bolje prikazuju određeni mentalitet, kako su njihove radnje dublje od hollywoodskih te im pridaju značenje. Isto tako, jedan sugovornik smatra kako u hollywoodskim filmovima nedostaje element eksperimeniranja, dok jedna sugovornica smatra kako je gluma u stranim filmovima bolja od hollywoodske.

različiti su u smislu da u stranim filmovima nema toliko klišeja koliko ima u hollywoodskim filmovima i općenito... primijeti se... ne znam to toliko objasniti (smijeh) ali... jednostavno se primijeti razlika. (sugovornik_8)

Međutim, većina sudionika priznaje kako su pogledali više (ili jednako) hollywoodskih filmova u odnosu na strane, čemu pripisuju lakšu dostupnost hollywoodskih filmova.

što se tiče hollywoodskih filmova, mislim da je najbitnija dostupnost, jer ono, više su servirani nego strana kinematografija. Recimo, više se priča o tome i Netflix otkupljuje prava od isključivo filmova koji su hollywoodski, to je to (sugovornik_7)

6.3. Jezici i kultura

Budući da je pitanje jezika u središtu je otvorenosti prema stranim kulturnim proizvodima, u ovom će se poglavlju rada utvrditi uloga jezika u stranim filmovima. Govoreći o mladima, jezične su vještine ključni element njihovih potencijalnih načina prisvajanja. Čitanje knjiga na stranom jeziku ili u manjoj mjeri, gledanje filmova u izvornoj verziji (sa ili bez titlova) zahtijeva određenu razinu jezičnog znanja (Cicchelli i Octobre, 2018).

Što se tiče jezika u filmu, odnosno, jezika koje su sugovornici učili ili uče, gotovo svi su sugovornici naveli kako gledaju filmove na jezicima koje su učili, odnosno, uče. Kao razlog tome, neki navode učenje stranog jezika te razumijevanje kulture upravo pomoću gledanja stranih filmova. Ovdje rečeno potvrđuje i istraživanje Cicchelli i Octobre (2018), kojim zaključuju kako mladi koriste strane kulturne proizvode kako bi pomoću njih usavršavali svoje jezične vještine.

zato da bih zapravo, ne znam, pod navodnicima, živjela taj jezik, s obzirom da već ne živim u toj državi, da sam okružena s njima i da budu dio moje svakodnevnice... da ih nekako ponavljam, možda malo usavršavam i slično, osim toga, isto mislim da se može, ne iz svih, puno toga naučiti o načinu razmišljanja tih kultura na kojem se ti jezici pričaju...
(sugovornica_5)

S druge strane, dvije sugovornice navode kako ne gledaju filmove na jezicima koje su učile, jer ih ti jezici odbijaju te imaju određene predrasude.

mislim da je to svakako utjecalo bilo kad sam ga krenula učiti, nisam ga baš voljela (...) i onda mi se baš nije sviđao talijanski pa sam onda nekako i filmove počela izbjegavati...
(sugovornica_3)

njemački recimo, nikako, njemački mi je toliko ružaaan, imam toliko tih nekih predrasuda prema Njemačkoj daaa ono apsolutno me ne zanima (sugovornica_6)

Nadalje, dvoje sugovornika ne gleda filmove na jezicima koji im se ne sviđaju.

Mislim da ako mi neki jezik baš ne zvuči lijepo, meni subjektivno, onda opće ne gledam filmove na tom jeziku, da (sugovornik_2)

Također, dvije sugovornice navode kako ne gledaju filmove na jezicima koje ne razumiju ili koje nisu prethodno učile, dok ostatak sugovornika objašnjava kako im nijedan jezik ne predstavlja odbojnost te neki od njih priznaju kako im jezik u filmu ne igra ulogu. U tom smislu,

Cicchelli i Octobre (2018) objašnjavaju kako se važnost jezičnih vještina s obzirom na potrošnju međunarodnih kulturnih proizvoda ne može zanemariti te navode kako pojedinac koji ne zna strani jezik vjerojatno neće ni gledati filmove na tom jeziku. Međutim, s druge strane, navode kako mladi ipak konzumiraju strane proizvode bez svladavanja jezika proizvodnje.

zapravo, jako rijetko gledam filmove na jezicima koje ne znam, zbog toga jer mi je jako neobično slušati jezik kojeg ne razumijem uopće (sugovornica_5)

imaš titlove... nije mi ništa toliko odbojno da ne mogu pogledat. Ako je dobar film, jezik mi nije prepreka. (sugovornik_7)

6.4.Prikaz tema i multikulturalna tolerancija

Zadnje poglavlje ovog dijela rada prikazat će rezultate utvrđivanja multikulturalne tolerancije studenata Sveučilišta u Zadru pomoću doživljaja tema filmova.

Odbojnost prema određenoj kinematografiji javlja se kod sudionika koji su istaknuli i odbojnost prema nekom jeziku, odnosno, prema filmovima u kojima se govori jezikom kojim ne vladaju ili koji im se auditivno ne sviđa. Uz navedeno, jedna je sugovornica istaknula kako ne gaji simpatije prema turskoj kinematografiji, zbog predrasuda o turskim serijama. S druge strane, četvero sugovornika ističe kako ne postoji kinematografija koja bi ih odbijala.

ne znam, možda turska (smijeh). Ne znam, zbog tih... mislim da su u hrvatskom društvu definitivno jedno vrijeme te turske sapunice bile jako popularne i zapravo još uvijek jesu i nekako zbog tih stereotipa (...) (sugovornica_5)

ne postoji neka kinematografija koja me odbija, ali većinom me odbijaju mainstream filmovi iii da... više bi tak reko... ne postoji neka zemlja, neki jezik, nego neki više mainstream, to me... da, to me odbija nekako... (sugovornik_2)

Cicchelli i Octobre (2018) objašnjavaju kako mladi mogu estetski stil pripisivati različitom geografskom i kulturnom podrijetlu. Tako na primjer, mange povezuju s japanskom kulturom, dok u ovom slučaju sugovornica poistovjećuje "sapunice" s Turskom.

Nadalje, na svakog sugovornika određeni filmovi djeluju emotivno. Pritom kao takve filmove izdvajaju drame, dok neki sugovornici otkrivaju kako ih posebno potresaju teme siromaštva te prikaz ostalih teških životnih situacija. Također, neki sugovornici ističu kako ih filmovi potiču na razmišljanje i moguće osobne promjene.

onda razmišljam o tom filmu dugo vremena i baš ima smisla, nije to sam film, neg baš ima smisla ii.... utječe na moje razmišljanje o životu, o određenim stvarima... (sugovornik_2)

i razmišljam o nekim stvarima koje se događaju u tim filmovima... primijenim nešto na sebe, tako da svakako su bili utjecali na mene... (sugovornica_3)

Shodno tome, svi sugovornici smatraju kako je potrebno prikazivati (suvremenu) problematiku u filmu te vide film kao dobro edukacijsko sredstvo. Uz navedeno, neki sugovornici zamijećuju drugačiju kulturu u odnosu na svoju. Upravo je zamijećivanje druge kulture jedno od svojstava omnivorizma.

mislim da je potrebno i da je to dobro, jer... filmovi bi trebali ispitivati neke probleme i ... ne ih pokušat riješit nego da se bar zna kakva je... što je u nekoj državi, kulturi... (sugovornik_8)

definitivno me zaintrigira ta kultura iii njihovo ponašanje, ono... stvorim neku vrstu... a na primjer, dosta sam kroz gledanje indijskih filmova... dosta mi je postala draga njihova kultura i ponašanje (sugovornik_4)

Kako je Akademija postavila određena pravila prema kojima bi filmovi koji će se natjecati za nagradu Oscar trebati ispunjavati kriterije poštivanja različitosti društva, sugovornicima je postavljeno pitanje što misle o istome. Iako je pitanje prvenstveno bilo namijenjeno ispitivanju multikulturalne tolerancije, ono je za sobom povuklo i drugačiji odgovor. Naime, svi su se sugovornici složili s mogućnošću da ljudi različite nacionalnosti, vjerske pripadnosti, spola, roda te seksualne orijentacije rade na bilo koji način na filmu. Međutim, svi sudionici smatraju kako takva pravila narušavaju slobodu umjetničkog izražavanja te da se time gubi sama svrha i originalnost filma. Smatraju kako navedena pravila nemaju smisla te im je najvažnija kvaliteta samog filma i glumaca.

tako da definitivno mislim da se to sve više onako.... gura (smijeh), da se sve više ide na to, da uključuju uspjeh svih ljudi, pa onda to nekako utječe možda na... to koji će filmovi biti odabrani i to mi se ne sviđa... ne sviđa mi se što utječe... nije da ne želim da... da ljudi budu uključeni, mislim da trebaju biti uključeni, ali ne da to utječe na odabir filmova koji će bit pobjednici (...) (sugovornica_1)

Mislim da svatko ima pravo na sve to, ali održavanje tih postotaka je nepotrebno, mislim da bi se Oscari trebali baviti kvalitetom filmova, a ne ostaloga. (sugovornica_5)

nek to bude političko pitanje... Mogu filmovi prikazivat takve teme, ali sad ako Oscarima trebaju osobe crne boje kože... da osvoje nagrade samo zbog toga, a ne jer su to zaslužili... a imam osjećaj da je to tako u zadnje vrime ili da barem naginju prema tome... mislim da to nema smisla, jer bi se trebalo gledati koliko je film dobar, a ne ko glumi u njemu i da se treba ono, po tome ravnati. (sugovornik_8)

Na posljednje pitanje koju bi temu odabrali da mogu snimiti film, većina je sugovornika odgovorila kako bi ekranizirali određenu problematiku. Jedna bi sugovornica ekranizirala knjigu koja tematizira društveno i političko stanje Republike Hrvatske, dok bi jedan sugovornik prikazao situaciju nerazumijevanja koju je sam iskusio. Nadalje, jedna bi sugovornica prikazala odnose na fakultetu s naglaskom na edukativni karakter, dok bi jedna sugovornica ekranizirala te podigla svijest o ekonomski ugroženim zajednicama. Također, jedan bi sudionik prikazao unutarnju obiteljsku problematiku, dok bi drugi sudionik napravio dramu koja obrađuje određene probleme.

mislim da bi bilo zanimljivo snimit film... adaptirat tu knjigu u film, jer ona recimo, ta knjiga tematizira i Rome i općenito neko ajmo reć stanje u državi... sve povezuje... (sugovornica_1)

na kraju bih stvorila film socijalne tematike da podignem svijest o nečem što je stvarno bitno... a to je recimo ekonomska ugroženost (...) jer općenito, ekonomija i ekonomska ugroženost je nešto zbog čega je svijet u teškom kaosu jer neki imaju previše, a neki imaju premalo. (sugovornica_6)

Iz prikazanog se odabira tema za vlastiti film uočava osjetljivost sugovornika prema različitim problemima. Naime, sugovornici ovog istraživanja, koji se uklapaju u koncept omnivorizma, također su i empatični prema određenim skupinama te problemima, čime se Brysonova (1996) studija kojom je potvrdio ideju da bi omnivori mogli biti kulturno tolerantni, i u slučaju ovog istraživanja pokazala istinitom.

7. Zaključak

Cicchelli i Octobre (2018) zaključuju kako je kozmopolitizam glavni generacijski fenomen u odnosu mladih prema kulturi u globalnom svijetu. Svojim su istraživanjem zaključili kako kozmopolitizam utječe na većinu mladih ljudi (83%) te kako je estetsko-kulturna otvorenost postala demokratičnija i kako se upravo kod mladih javlja omnivorizam, što je potvrdilo i ovo istraživanje.

Budući kako sudionici ovog istraživanja svjedoče obrazovnom procesu gdje je nastavni materijal vezan uz filmove te kako žive u svijetu u kojem je digitalna tehnologija primarni pristup informacijama, iz razgovora s njima je vidljivo kako su čimbenici poput obrazovanja, tehnologije te društvenog kapitala ključni za njihovo razvijanje i razumijevanje ukusa prema stranim filmovima.

Nadalje, sugovornici ovog istraživanja strane filmove gledaju u prosjeku jednom tjedno, što je specifično za konfiguraciju kozmopolitskih fanova u istraživanju Cicchellija i Octobre (2018). Također, kao i u spomenutom istraživanju, gotovo svi sugovornici ovog istraživanja strane filmove gledaju s engleskim titlovima, što objašnjavaju dostupnošću i dosljednošću u prijevodu te u originalnoj verziji, odnosno, bez sinkronizacije za koju svi sugovornici misle kako je neprirodna i kako se njome gubi čar filma. Govoreći o titlovima, razlog opisanog načina gledanja filmova povezan je sa svepristupnošću engleskog jezika, dok se odabir originalne verzije filmova može povezati sa željom pasivnog učenja jezika i kulture, što je još jedno obilježje kozmopolitskog, odnosno, omnivorskog ukusa.

Kako živimo u društvu u kojem je napredak informatičke tehnologije za sobom doveo i promjene u području kulture, ne čudi činjenica kako većina sugovornika strane filmove gleda na različitim platformama, ističući pritom Netflix te online, preko različitih stranica predviđenih za isto te preko Youtube platforme. S druge strane, neki sugovornici ističu kako strani filmovi nisu uvijek lako dostupni na određenim platformama te se stoga odlučuju na varijantu „skidanja“ filmova.

Kako svjedočimo novim obilježjima komunikacije, koja uključuju interaktivnost i individualizaciju, možemo uočiti kako je (filmska) publika postala sve aktivnija, u smislu kako se ne zadovoljava samim konzumiranjem proizvoda, već pomno bira, kritički sagledava te preporučuje određene proizvode. U tom smislu, što se tiče odabira gledanja stranih filmova, većina je sugovornika pod utjecajem istih čimbenika. Na većinu utječu preporuke prijatelja ili pročitane recenzije, glumci i redatelji s čijim su radom već upoznati te kritike i ocjena filma.

Sudionici kojima je važna ocjena i kritika filma, svoj odabir objašnjavaju kako izbjegavaju pogledati one filmove koji imaju loše kritike, iako se nastoje ne navoditi mišljenjima kritičara, jer vjeruju kako kritičari mogu biti pristrani. Zbog toga im je važnija ocjena ljudi na određenim platformama namijenjenim za gledanje filmova ili na IMDB bazi podataka. Spomenuvši pristranost filmskih kritičara, neki sugovornici upravo zato izbjegavaju čitanje filmskih kritika te se ne oslanjaju na iste. Isto tako, smatraju kako postoji doza subjektivnosti pri odabiru i mišljenju o određenom filmu te se u tom smislu, ono što se sviđa kritičarima, ne treba svidjeti njima i obratno. Nadalje, govoreći o filmskim preferencijama, neki sugovornici ističu kako im je važnija kvaliteta i radnja filma od samog podrijetla te zbog toga nemaju omiljenu kinematografiju. S druge strane, među sugovornicima koji imaju omiljenu kinematografiju, većina ističe španjolsku, latinoameričku i južnokorejsku kinematografiju te u sklopu njih ima i omiljene redatelje i glumce. Uz to, žanrovi koji se ističu među omiljenima su drame, romantični filmovi (romantične komedije), trileri, kriminalistički filmovi te misteriji. Navedene preferencije dokaz su individualizacije sadržaja medija. Nadalje, sugovornici koji vole drame svoj odabir objašnjavaju zanimanjem za različite socijalne i psihološke probleme koje takav žanr prikazuje te smatraju kako se mogu poistovijetiti s likovima, dok drugi sugovornici biraju romantične komedije zbog ne preozbiljne radnje, a trilere, kriminalističke filmove i misterije odabiru zbog zanimljive i napete radnje. Naime, žanrovska raznolikost specifična je za konfiguraciju kozmopolitskih fanova, kojima pripadaju i sugovornici ovog istraživanja. Isto tako, preferiranje drama, koje tematiziraju različitu problematiku, povezano je s omnivorskom multikulturalnom tolerantnošću.

Nadalje, razlog zbog kojeg sugovornici uopće gledaju strane filmove povezan je s njihovom fakultetskom (jezičnom) grupom, čime je vidljiv utjecaj obrazovanja na formiranje kozmopolitskog, to jest, omnivorskog ukusa. S druge strane, ostatak sugovornika u stranim filmovima vidi originalnost, koja prema njima, nedostaje hollywoodskim filmovima. Naime, u današnje smo vrijeme svjedoci standardizacije kulturnih proizvoda, pa tako i (hollywoodskih) filmova, koji su u zadnje vrijeme sve sličniji, dok se ta sličnost prikriva procesom pseudoindividualizacije.

Na pitanje što sve gledaju općenito, najviše se sugovornika izjasnilo kako gledaju sitcome te serije engleskog govornog područja, dok sa stranim serijama nisu upoznati, što je bio slučaj i u istraživanju kozmopolitskog ukusa Cicchellija i Octobre (2018). Uz navedeno, neki sugovornici vole pogledati dokumentarne serije i filmove, čime je njihova raznolikost ukusa svojstvena ideji omnivorizma. Isto tako, svi su sugovornici odgovorili kako rijetko gledaju domaću televiziju,

a ako je gledaju, najčešće biraju sitcome, vijesti, emisije političkog sadržaja i kvizove, što je svojstveno konfiguraciji kozmopolitskih fanova, koji su strastveni kulturni potrošači, ali ne i najčešći gledatelji televizije. Nadalje, govoreći o domaćim filmovima, svi sudionici uz njih vežu negativne konotacije, smatrajući ih nekvalitetnima, dok troje sugovornika želi pogledati više hrvatskih filmova, međutim, smatraju kako u tome postoji prepreka zbog teže dostupnosti istih. Naime, za razliku od hrvatskih filmova, hollywoodski su filmovi lako dostupni te je većina sudionika priznalo kako je pogledalo više (ili jednako) hollywoodskih filmova u odnosu na strane. Kao i s domaćim, sudionici povezuju negativne konotacije i s hollywoodskim filmovima, smatrajući ih manje realnima od art filmova nacionalnih kinematografija, predvidljivima te željnima zarade. Za razliku od hollywoodskih filmova, sudionici smatraju kako strani filmovi bolje prikazuju određeni mentalitet te kako su njihove radnje dublje i drugačije od hollywoodskih. Njihovim je odabirom još jednom vidljiva promjena u aktivnosti publike te proces individualizacije.

Faktor obrazovanja dolazi do izražaja u razmatranjima sudionika o ulozi jezika u filmu. Naime, što se tiče jezika kojeg su sugovornici učili ili još uvijek uče, gotovo su svi naveli kako gledaju filmove na jezicima koje poznaju. Kao razlog tome, neki navode učenje stranog jezika te razumijevanje kulture upravo pomoću gledanja stranih filmova, što opravdava ideju kako je omnivorski ukus povezan s multikulturnom tolerantnošću. S druge strane, sugovornici kojima je jezik kojim se u filmu govori nepoznat, objasnili su kako takav film neće ni pogledati, što je bio slučaj i u istraživanju kozmopolitskog ukusa Cicchellija i Octobre (2018). Isto tako, neki su sugovornici objasnili kako im nijedan jezik ne predstavlja odbojnost te ne pripisuju jeziku značajnu ulogu pri odabiru filma. Nadalje, govoreći o odbojnosti prema određenoj kinematografiji, ista se javila kod sudionika koji su istaknuli i odbojnost prema nekom jeziku, to jest, prema filmovima u kojima se govori jezikom kojim ne vladaju ili koji im se ne sviđa, čime je još jednom vidljiva značajna uloga jezika u filmu. S druge strane, ostale sugovornike niti jedna kinematografija ne odbija.

Kao što je već prethodno obrazloženo, ideja kako su omnivori multikulturno tolerantni, pokazala se još jednom istinitom u ovom istraživanju. Naime, na svakog sugovornika određeni filmovi djeluju emotivno, pri čemu prikazuju empatiju prema ljudima pogođenima raznim nedaćama. Također, sudionici ovog istraživanja u filmovima prepoznaju emancipacijsku ulogu jer ih potiču na razmišljanje i moguće buduće promjene. Shodno tome, svi sugovornici smatraju kako je u filmovima potrebno prikazivanje suvremene problematike. Uz navedeno, tolerancija se sudionika učitava i u odabiru teme njihova filma: na posljednje pitanje koju bi temu odabrali

da mogu snimiti film, većina je sugovornika odgovorila kako bi ekranizirali određenu problematiku. Svojim kozmopolitskim pogledom, sudionici provedenog istraživanja priznaju važnost svake individue te poštuju kulturno različite Druge.

Zaključno, valja napomenuti kako ovakva tema iziskuje daljnja te opširnija istraživanja, pogotovo u kontekstu Hrvatske, na što upućuje činjenica kako su sva spomenuta istraživanja u ovome radu pisana engleskim jezikom..

8. Popis literature

Cicchelli, V., Octobre, S. (2018). *Aesthetico-Cultural Cosmopolitanism and French Youth The Taste of the World*. Cham: Springer Nature

Čolić, S. (2008). Sociokulturni aspekti potrošnje, potrošačke kulture i društva. *Društvena istraživanja*, 98 (6): 953-974.

Emontspool, J., Woodward, I. (2018). *Cosmopolitanism, Markets, and Consumption A Critical Global Perspective*. Cham: Springer Nature

Peterson, R. A. (1992). Understanding audience segmentation: from elite and mass to omnivore and univore. *Poetics*, 21 (4): 243-258.

Stanić, S. (2015). "Temeljne značajke teorije potrošnje u djelima Jeana Baudrillarda, Peirrea Bourdieua i Georgea Ritzera", *Revija za sociologiju*, 46 (1): 33-60

Warde, A., Wright, D., Gayo-Cal, M. (2007). "Understanding cultural omnivorousness: Or, the Myth of the Cultural Omnivore", *Cultural sociology*, 1 (2): 143-164

9. Prilozi

9.1. Obavijest i suglasnost za istraživanje

Suglasnost za sudjelovanje u istraživanju u sklopu pisanja završnog rada na Odjelu za sociologiju Sveučilišta u Zadru u akademskoj godini 2020./2021.

Obavijest o istraživanju:

Poštovani/ a,

Bila bih Vam zahvalna da pristanete sudjelovati u istraživanju koje provodim za potrebe pisanja svog završnog rada na preddiplomskom studiju sociologije Sveučilišta u Zadru. Istraživanje provodim tijekom ljetnog semestra akademske godine 2020./2021., pod vodstvom mentora doc. dr. sc. Krešimira Krole. Intervju koji bi trajao okvirno sat vremena, bio bi tonski sniman te kasnije transkribiran. Ukoliko želite, audio zapis našeg razgovora kao i kasniji transkript, možete dobiti. Također, ako želite, moći ćete dobiti na uvid moj pisani završni rad. Nadalje, Vaše ime i prezime kao i povjerljivost Vaših odgovora bit će u potpunosti zaštićeni. U pisanim materijalima koji će se temeljiti na razgovoru s Vama, bit će predstavljani pseudonimom.

Za bilo kakve daljne informacije, možete me kontaktirati na broj mobitela: 0992023979 ili elektroničkom poštom: ana.meglic123@gmail.com

Ime sugovornika/ce: _____

Istraživačica: Ana Meglič

1. Pristajem sudjelovati u istraživanju. Obaviješten/a sam o pojedinostima istraživanja te o njima posjedujem odgovarajuće informacije.
2. Ovlašćujem istraživačicu da koristi podatke dobivene intervjuiranjem na način opisan u ovoj suglasnosti.
3. Potvrđujem:
 - a) Da je moje sudjelovanje dobrovoljno i da razumijem da se mogu u bilo koje vrijeme povući bez navođenja razloga i snošenja posljedica.
 - b) Da će podaci dobiveni intervjuem biti korišteni isključivo u svrhu izrade završnog rada.
 - c) Da mi je povjerljivost podataka zajamčena prema etičkim pravilima znanstvenog rada.
 - d) Da sam obaviješten/ a da će intervju biti sniman te kasnije transkribiran.
 - e) Da razumijem da nijedan dio razgovora koji će biti korišten za pisani rad neće sadržavati podatke koji bi mogli ukazivati na moj identitet.
 - f) Da razumijem da će podaci iz razgovora (transkripti i audio snimke) biti sigurno pohranjeni na primjeren način.

Potpis sugovornika/ce: _____ ili
kvačicom označiti pristanak: _____

Potpis istraživačice: _____

Mjesto i datum: _____

9.2. Protokol

Prvi dio- strani filmovi

1. Kako i kada si otkrio/la strane filmove?
2. Zašto ih gledaš?
3. Kako saznaš za određene filmove?
4. Možeš li mi objasniti kako i koliko često gledaš strane filmove ?
5. Što utječe na tvoj odabir stranih filmova?
 - 5.1 Možeš li objasniti, je li ti bitno mišljenje kritičara/ ocjena filma?
6. Možeš li mi objasniti koji ti je omiljeni filmski žanr?
7. Imaš li omiljenu kinemafografiju? (Zašto baš ona)
 - 7.1 Imaš li omiljenog stranog redatelja/ glumca/ glumicu ?

Drugi dio- koncept omnivorizma u okviru filmova/ serija/ televizije

1. Što gledaš osim stranih filmova (u okviru televizije, streaming servisa itd.) ?
 - 1.1 Što gledaš na našoj televiziji?
2. Što misliš o domaćim filmovima?
3. Što misliš o hollywoodskim filmovima?
4. Možeš li mi objasniti koje filmove više gledaš; strane, to jest, one koji ne spadaju pod hollywoodske ili hollywoodske?

Treći dio- jezici i kultura

1. Koje jezike si dosad učio/la?
 - 1.1 Što misliš, s kojima od njih dobro barataš?
 - 1.2 Budući da si upoznat/a s tim jezicima, gledaš li filmove na tom jeziku?

2. Možeš li mi objasniti je li ti neki jezik predstavljao problem pri gledanju filma?
- 2.1 Jesi li osjetio/la odbojnost prema nekom filmu zbog jezika na kojem je film?
3. Kako te se dojmio jezik/ kultura prikazana u filmu?

Četvrti dio- multikulturalna tolerancija

1. Budući da si gledao/ la strane filmove, jesu li ti izazvali kakve emocije? (proširenje prethodnog pitanja)
 - 1.1 Kako doživljavaš teme gledanih stranih filmova?
 - 1.2 Kako vidiš prikaz tema koje obrađuju suvremene probleme (rasna pitanja, pitanja seksualnosti, kriminal, siromaštvo itd.) ?
2. Možeš li mi objasniti, postoji li koja kinematografija koja ti je odbojna? (slično pitanje kao 2.1 u trećem djelu)
3. Što misliš o tome da je Akademija postavila određena pravila za Oscare, to jest, da se mora poštovati ravnopravna zastupljenost (žena, "rasa", LGBTQ) u stvaranju filma ili u samom filmu?
4. Da možeš snimiti film, kako bi izgledao, koja bi bila tematika?

9.3. Popis sugovornika/ca

Šifra sugovornika/ca	Studijski smjer sugovornika/ca	Istraživač/ica	Datum provođenja intervjua	Način provođenja intervjua	Dužina trajanja intervjua
Sugovornica_1	Humanističke znanosti	Ana Meglič	15.5.2021.	online	41 minuta
Sugovornik_2	Humanističke znanosti	Ana Meglič	15.5.2021.	online	50 minuta
Sugovornica_3	Društvene znanosti	Ana Meglič	17.5.2021.	online	32 minute
Sugovornik_4	Prirodne znanosti	Ana Meglič	17.5.2021.	uživo	30 minuta
Sugovornica_5	Humanističke znanosti	Ana Meglič	18.5.2021.	online	33 minute
Sugovornica_6	Humanističke znanosti	Ana Meglič	18.5.2021.	online	46 minuta
Sugovornik_7	Društveno-humanističke znanosti	Ana Meglič	19.5.2021.	online	36 minuta
Sugovornik_8	Društvene znanosti	Ana Meglič	20.5.2021.	uživo	32 minute