

Filmski ukus, kulturni kapital i vrijednosne orijentacije studenata: rezultati kvantitativnog istraživanja

Polančec, Nino

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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:162:193465>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-06-30**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

Sveučilište u Zadru

Odjel za sociologiju

Diplomski sveučilišni studij sociologije (dvopredmetni)

Nino Polančec

**Filmski ukus, kulturni kapital i vrijednosne
orijentacije studenata: rezultati kvantitativnog
istraživanja**

Diplomski rad

Zadar, 2022.

Sveučilište u Zadru

Odjel za sociologiju

Diplomski sveučilišni studij sociologije (dvopredmetni)

Nino Polančec

**Filmski ukus, kulturni kapital i vrijednosne orijentacije
studentata: rezultati kvantitativnog istraživanja**

Diplomski rad

Student: Nino Polančec

Mentorica:

Izv. prof. dr. sc. Željka Tonković

Zadar, 2022.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Nino Polančec**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Filmski ukus, kulturni kapital i vrijednosne orijentacije studenata: rezultati kvantitativnog istraživanja** 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, 2022.

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Ciljevi i svrha	4
3. Teorijska koncepcija rada	5
3.1. <i>Kulturni kapital</i>	5
3.2. <i>Filmski ukus</i>	8
3.3. <i>Vrijednosne orijentacije</i>	16
4. Istraživačka pitanja i hipoteze	21
5. Metodologija istraživanja	23
6. Rezultati i rasprava	24
6.1. <i>Sociodemografska obilježja uzorka</i>	24
6.2. <i>Filmske preferencije</i>	26
6.3. <i>Kulturni kapital</i>	35
6.4. <i>Vrijednosne orijentacije</i>	38
6.5. <i>Testiranje hipoteza</i>	41
6.6. <i>Rasprava</i>	56
7. Zaključak	60
8. Prilozi	62
9. Literatura	73

Filmski ukus, kulturni kapital i vrijednosne orijentacije studentata: rezultati kvantitativnog istraživanja

Sažetak

Ovaj se rad bavi filmskim preferencijama i načinom na koji su one povezane s razinom kulturnog kapitala i s vrijednosnim orijentacijama, polazeći od teorije kulturnog kapitala Pierrea Bourdieua. U sklopu rada provedeno je kvantitativno istraživanje na uzorku od 337 studenata, a rezultati analize prikupljenih podataka pokazali su kako postoji statistički značajna povezanost između afiniteta prema legitimnim filmskim žanrovima i afiniteta prema inovativnim estetskim značajkama, kao i povezanost između afiniteta prema popularnim filmskim žanrovima i afiniteta prema sadržajnim značajkama. Analiza podataka je pokazala kako ne postoji statistički značajna povezanost između gledanja legitimnih filmskih žanrova i više razine institucionaliziranog kulturnog kapitala roditelja, dok postoji značajna korelacija između broja knjiga u kućanstvu, odnosno objektiviranog kulturnog kapitala s gledanjem legitimnih filmskih žanrova. Također, istraživanje je pokazalo kako ne postoji statistički značajna povezanost između gledanja legitimnih filmskih žanrova i postmaterijalističkih vrijednosnih orijentacija, kao ni između gledanja popularnih filmskih žanrova i materijalističkih vrijednosnih orijentacija. Najvažniji nalazi ovog istraživanja su podaci da je filmski ukus povezan s objektiviranim kulturnim kapitalom te podatak da su filmske žanrovske preferencije dobar indikator estetskih dispozicija ispitanika.

Ključne riječi: filmske preferencije, kulturni kapital, vrijednosne orijentacije, studenti

Film taste, cultural capital and value orientations of students: results of quantitative research

Abstract

This paper researches film preferences and the way in which they are related to the level of cultural capital and to value orientations, starting from Pierre Bourdieu's theory of cultural capital. A quantitative research was conducted on a sample of 337 students, and the results of the analysis of the collected data showed that there is a statistically significant correlation between affinity for legitimate film genres and affinity for innovative aesthetic features, as well as between affinity for popular film genres and affinity according to content features. The data analysis showed that there is no statistically significant correlation between watching legitimate film genres and higher levels of institutionalized cultural capital of parents, while there is a significant correlation between the number of books in household, i.e. objectified cultural capital with watching legitimate film genres. Also, this research showed that there is no statistically significant correlation between watching legitimate film genres and postmaterialist value orientations, nor between watching popular film genres and materialistic value orientations. The most important findings of this research are that film taste is correlated with objectified cultural capital and the fact that film genre preferences are a good indicator of the aesthetic dispositions of the respondents.

Key words: film preferences, cultural capital, value orientations, students

1. Uvod

Filmski ukus i filmske preferencije mogu poslužiti kao indikator kulturnog kapitala koji ljudi posjeduju, kao i njihovih vrijednosnih orijentacija. Brojna istraživanja upućuju na to kako različiti filmski žanrovi privlače različite grupacije publike, odnosno gledatelja, a u suvremenim sociološkim pristupima jedna od osnovnih polazišnih točaka za određivanje kulturnih preferencija bilo koje društvene grupe i klase jest kulturni kapital.

Kulturni kapital je koncept koji se najčešće veže uz francuskog sociologa Pierrea Bourdieua koji je u drugoj polovici 20. stoljeća proučavao različite vrste kapitala u francuskom društvu. Tri vrste kapitala koji pojedinci posjeduju i koje je Bourdieu definirao i istražio su društveni, kulturni i ekonomski kapital. Konkretno, kulturni kapital predstavlja inkorporirana znanja, ukus i ponašanje pojedinca te se također odnosi na posjedovanje kulturnih dobara kao što su knjige i umjetnička djela (Bourdieu, 1986). Nadalje, Bourdieu (1986) dijeli kulturni kapital na utjelovljeni kulturni kapital koji čine ljudske dispozicije poput ukusa, znanja i ponašanja, zatim objektivirani kulturni kapital koji čine kulturna dobra koja pojedinac posjeduje, poput slika, knjiga i instrumenata; i institucionalizirani kulturni kapital koje se očituje u obliku postignutog stupnja obrazovanja i obrazovnih titula.

Budući da i sam Bourdieu u definiciji kulturnog kapitala spominje riječ ukus, može se zaključiti kako je filmski ukus jedan oblik kulturnog kapitala te se on, preciznije, svrstava u utjelovljeni kulturni kapital. Polazeći od te činjenice, ovaj će se rad u nastavku baviti povezivanjem filmskog ukusa s ostalim vrstama kulturnog kapitala (objektivirani i institucionalizirani kulturni kapital) koji su, uz sam filmski ukus, ispitani na uzorku studenata.

Sudeći prema prethodno objavljenim teorijskim znanstvenim radovima, kao i rezultatima empirijskih istraživanja kojima će se ovaj rad baviti, kulturni je kapital u značajnoj mjeri povezan s brojnim aspektima života pojedinaca kao što su, na primjer, glazbeni ukus, filmski ukus i afiniteti prema sadržajima visoke kulture, kao što su kazališne predstave i posjećivanje muzeja. Spoznajama dobivenima kroz brojna empirijska istraživanja također je utvrđeno da kulturni kapital nije isključivo povezan samo s vrstom sadržaja koje kulturni potrošači konzumiraju u slobodno vrijeme, već i s određenim aspektima života koji se odnose na najelementarnije životne preferencije, kao što su preferencije pri odabiru hrane i preferencije pri uređenju vlastitog doma.

Nadalje, još jedan vrlo važan sociološki koncept koji se može povezati s filmskim ukusom i drugim oblicima kulturnog kapitala koji ljudi posjeduju, vrijednosne su orijentacije pojedinaca. Ukoliko se vrijednosti proučavaju iz sociološke perspektive, može se reći kako su vrijednosti koje osoba posjeduje u značajnoj mjeri vezane za kulturu i društvo u kojem taj pojedinac živi. Različita društva sa sobom nose i različite vrijednosne orijentacije, a osobit utjecaj na vrijednosne orijentacije društvenih aktera ima ekonomska razvijenost nekog društva.

Za početak je važno spomenuti da su se još klasici sociologije poput Emilea Durkheima i Karla Marxa bavili vrijednostima kao jednom od osnovnih karakteristika modernog društva. Konkretno, Durkheim se bavio proučavanjem vrijednosti kao bitnih odrednica ljudskog ponašanja te je objasnio na koji način vrijednosti dovode do kreiranja određenih normi koje naposljetku upravljaju ponašanjem ljudi (Spates, 1983). U suvremenijoj sociologiji 20. stoljeća, brojni važni sociolozi poput Talcotta Parsonsa, Jürgena Habermasa i Ronalda Ingleharta bavili su se daljnjim objašnjavanjem vrijednosti modernih društava. Parsons je ljudske vrijednosne orijentacije objasnio kao neku vrstu društvenog sporazuma između ljudi, odnosno kao niz moralnih uvjerenja kojima se ljudi vode u svakodnevnom životu i koja im služe kao određeni moralni kompas (Spates, 1983). Nadalje, od posebne važnosti za ovaj rad je teza koju je izložio Inglehart, a koja kaže kako su građani razvijenih zapadnih društava, zbog socijalizacije u vrijeme ekonomskog obilja u drugoj polovici 20. stoljeća, postali nositelji postmaterijalističkih vrijednosti (Inglehart i Welzel, 2005). Postmaterijalističke vrijednosti stavljaju se u kontrast s materijalističkim, odnosno vrijednostima opstanka koje su karakterizirale zapadna društva prije njihovog ekonomskog procvata, a te tradicionalne vrijednosti još uvijek se mogu pronaći u društvima koja nisu doživjela ekonomsko obilje i koja su još uvijek obilježena nestabilnom društveno-ekonomskom situacijom.

Ovaj će se rad u nastavku baviti istraživanjem filmskog ukusa kao oblika utjelovljenog kulturnog kapitala, zatim istraživanjem objektiviranog i institucionaliziranog kulturnog kapitala te vrijednosnih orijentacija, i to u kontekstu populacije hrvatskih studenata. U svrhu pisanja rada provedeno je kvantitativno istraživanje u obliku *online* ankete na uzorku hrvatskih studenata čija je svrha bila prikupiti podatke o filmskom ukusu studenata (pitanja koja su istraživala omiljene filmske žanrove, omiljene filmske redatelje, glumce i glumice), zatim podatke o institucionaliziranom kulturnom kapitalu studenata (stupanj obrazovanja ispitanika, stupanj obrazovanja očeva i majki ispitanika), objektiviranom kulturnom kapitalu (podaci o posjedovanju objektiviranih kulturnih dobara kao što su knjige i umjetnička djela) te naposljetku podatke o

vrijednosnim orijentacijama ispitanika, kao što su pitanja u vezi životnih ciljeva i vrijednosti do kojih ispitanici najviše, odnosno najmanje drže.

U nastavku ovog rada bit će izloženi neki od najvažnijih teorijskih koncepata koji se odnose na kulturni kapital te zatim na filmski ukus kao oblik utjelovljenog kulturnog kapitala i naposljetku na vrijednosne orijentacije. Na temelju prethodno provedenih istraživanja koja su istraživala navedene koncepte, izložit će se temeljne pretpostavke provedenog anketnog istraživanja. Nakon toga će uslijediti obrada podataka dobivenih anketnim istraživanjem te rasprava u kojoj će se prihvatiti, odnosno odbaciti hipoteze postavljene u ovom istraživanju. Cilj ovog istraživanja bio je istražiti na koji je način filmski ukus studenata povezan s razinom kulturnog kapitala koju posjeduju te na koji je način filmski ukus povezan s vrijednosnim orijentacijama i životnim ciljevima studenata.

2. Ciljevi i svrha

Uzevši u obzir činjenicu da je filmski ukus jedan od indikatora utjelovljenog kulturnog kapitala, cilj ovog rada bio je istražiti povezanost filmskog ukusa (konkretno omiljenih filmskih žanrova, redatelja i glumaca i glumica) i kulturnog kapitala ispitanika (konkretno će se istražiti stupanj obrazovanja roditelja i objektivirani kulturni kapital). Taj dio istraživanja polazi od pretpostavke da ispitanici s višom razinom kulturnog kapitala preferiraju filmove koji pripadaju legitimnom ukusu, poput starih holivudskih filmova i stranih nezavisnih filmova, dok ispitanici s nižom razinom kulturnog kapitala preferiraju popularne, *mainstream* filmove koje karakterizira jednostavniji sadržaj i forma.

Nadalje, cilj ovog rada bio je istražiti na koji je način filmski ukus ispitanika povezan s njihovim vrijednosnim orijentacijama i životnim ciljevima. Polazi se od pretpostavke da ispitanici s višom razinom kulturnog kapitala teže postmaterijalističkim vrijednosnim orijentacijama te da su orijentirani ka ekspresivnim i individualističkim životnim vrijednostima poput samoostvarenja, jednakosti prava za sve ljude i slobode izražavanja, dok se pretpostavlja kako su ispitanici s nižom razinom kulturnog kapitala orijentirani ka materijalističkim životnim ciljevima i vrijednostima, poput mira, sigurnosti, stjecanja sigurnog radnog mjesta i zasnivanja obitelji. Ovo istraživanje može poslužiti kao jedna od polazišnih točaka za buduća istraživanja povezanosti filmskog ukusa i kulturnog kapitala pojedinaca, kao i za istraživanja o povezanosti filmskog ukusa s vrijednosnim orijentacijama i životnim ciljevima pojedinaca, budući da u Hrvatskoj još uvijek ne postoji velik broj znanstvenih istraživanja koja su istraživala povezanost između filmskog ukusa i vrijednosnih orijentacija.

3. Teorijska koncepcija rada

3.1. *Kulturni kapital*

Kako bi se precizno i uspješno definiralo shvaćanje kulturnog kapitala koje je pružio Pierre Bourdieu, potrebno je uvrstiti kulturni kapital u cjelokupno Bourdieuovo poimanje kapitala kao mehanizma razmještanja pojedinaca unutar društvene strukture. Za početak, potrebno je naglasiti kako su sve društvene strukture koncipirane i izgrađene na temelju nejednakosti raspodjele svih društveno važnih resursa, kao što su novac, moć, društveni kontakti i posjedovanje informacija.

Ukoliko se osvrnemo na klasične sociološke pristupe koji bi mogli pripomoći u razumijevanju samog koncepta kapitala, najznačajniji doprinos razumijevanju raspodjele različitih vrsta kapitala unutar društvene strukture zasigurno je pružio klasični njemački sociolog Karl Marx. Marx je pružio osnove razumijevanja raspodjele različitih vrsta kapitala u društvu u svojoj teoriji o razlikama u obrazovnom uspjehu djece (Ferenčak, 1993). Unutar te marksističke teorije radnička je klasa predstavljena kao inferiorna i zakinuta za brojne društvene resurse i to na način da se pretpostavlja kako se najnižoj, radničkoj klasi, takozvanom proletarijatu, uskraćuju najvažniji društveni resursi kao što su novac, društveni kontakti i pristup ključnim informacijama i mehanizmima koji bi im mogli omogućiti vertikalnu društvenu mobilnost, poput prelaska iz radničke klase u visoku, posjedničku klasu, takozvanu buržoaziju (Albritton, 2013). Drugim riječima, marksistička teorija počiva na pretpostavci da je društvena nejednakost posljedica duboko ukorijenjene hijerarhije i raspodjele moći kojom upravlja najviša klasa, buržoazija, koja posjeduje sredstva za proizvodnju te samim time posjeduje svu ekonomsku i simboličku moć, dok je radnička klasa potlačena i onemogućena joj je svaka mogućnost vertikalne mobilnosti.

Međutim, ta marksistička klasna teorija koja pretpostavlja postojanje samo dvije klase – buržoazije i proletarijata, nije primjenjiva na suvremenom društvu zato što su u međuvremenu, od 19. stoljeća do danas, nastupili procesi društvene modernizacije. Također, društveno-ekonomski razvoj i porast životnog standarda u 20. stoljeću kao jednu od osnovnih pretpostavki imao je mogućnost da svaki pojedinac ima priliku pokušati postići vertikalnu društvenu mobilnost i napredovati unutar klasnog sustava. U svakom slučaju, marksističke su klasne teorije i teorije moći u značajnoj mjeri doprinijele kasnijem razvitku suvremenih socioloških teorija koje su uspjele

objasniti raspodjelu moći i kapitala u suvremenom, postmodernom društvu kakvo poznajemo danas.

Suvremeni sociološki pristupi donijeli su nove spoznaje u kontekstu razumijevanja kapitala kojim ljudi raspolažu u svijetu društvene razmjene materijalnih i simboličkih dobara. Dok su se mnogi sociolozi bavili stratifikacijom i nejednakostima u društvima 20. stoljeća, najrelevantniji doprinos proučavanju samog koncepta klase u modernom društvu i karakteristikama svake klase donio je Pierre Bourdieu. Bourdieu je bio francuski sociolog i antropolog koji je u drugoj polovici 20. stoljeća proširio dotadašnja znanja o klasama, definirajući tri vrste kapitala koji određuju položaj pojedinca ili grupe na ljestvici društvene hijerarhije, odnosno kako ga on naziva: „položaj koji pojedinac zauzima u društvenom prostoru“ (Backović, 2018: 105). Bourdieu razlikuje ekonomski, društveni i kulturni kapital. Kako bi se razumjela njegova podjela kapitala, potrebno je definirati sam pojam kapitala. Kapital jest svaki resurs koji može biti koristan u društvenom svijetu, koji se može razmjenjivati i koji donosi profit onom pojedincu koji ga posjeduje (Kalanj, 2002). Ekonomski kapital odnosi se na posjedovanje materijalnih resursa, kao što su dohodak i financijski kapital. Društveni kapital se odnosi na raspoloživost društvenih odnosa, to jest umreženost pojedinca kroz trajnu mrežu više ili manje institucionaliziranih veza uzajamnog priznavanja (Swartz, 1997). Naposljetku, kulturni kapital predstavlja inkorporirana znanja, ukus i ponašanje, zatim posjedovanje kulturnih dobara kao što su knjige i umjetnička djela, te također institucionalizirani oblik kulturnog kapitala koji se manifestira u obliku akademskih titula i razine obrazovanja (Swartz, 1997).

Dakle, kada se govori isključivo o kulturnom kapitalu, Bourdieu (1986) ga je podijelio na tri podtipa: prvi je utjelovljeni kulturni kapital koji pojedinac stječe socijalizacijom i koji definira njegove kulturne preferencije, ukus i afinitete pri odabiru kulturnog sadržaja koji konzumira. Druga podvrsta kulturnog kapitala jest objektivirani kulturni kapital koji se očituje kroz materijalne predmete koje pojedinac posjeduje u svome kućanstvu, kao što su knjige, umjetnine i glazbeni instrumenti (Bourdieu, 1986). Treća podvrsta kulturnog kapitala jest institucionalizirani kulturni kapital koji se odnosi na oblike kulturnog kapitala koje pojedinac stječe kroz formalno obrazovanje, kao što su diplome i akademski uspjeh (Bourdieu, 1986).

Naposljetku, koncept kojim Bourdieu na najbolji način povezuje klasnu pripadnost i kulturni kapital jest koncept habitusa. Prema Bourdieu (1984), habitus je subjektivni, ali ne

individualni sustav internaliziranih struktura mišljenja i djelovanja koja je zajednička svim pripadnicima neke društvene grupe ili klase. Drugim riječima, habitus pojedinca je niz mišljenja i ukusa koja pojedinac posjeduje, a koji nastaju kao rezultat društvene okoline kojom je osoba okružena tijekom formativnih godina. Neki od osnovnih odrednica habitusa su društvena i povijesna inkorporiranost društvenih aktera, kao što su spol, dob, rasa i etnička pripadnost. Najveći utjecaj na habitus imaju roditelji, obrazovni sustav te vršnjaci i habitus se stječe kroz socijalizaciju u društvenoj okolini te ostaje relativno nepromijenjen kroz čitav život (Bourdieu, 1984). Upravo je koncept habitusa povezan s kulturnim preferencijama koje ljude imaju te je on relevantan za proučavanje distinkcija između različitih ukusa koji ljudi imaju te on, između ostalog, određuje i filmske preferencije pojedinaca.

Kada je riječ o empirijskim istraživanjima kulturnog kapitala kod mladih u Hrvatskoj, jedan od najvažnijih radova objavili su 2020. godine Krolo, Tonković i Marčelić te su iznijeli rezultate istraživanja provedenog na uzorku srednjoškolskih učenika iz šest najvećih jadranskih gradova. Rezultati su pokazali kako postoje statistički značajni prediktori kod ispitanika koji utječu na navike gledanja televizijskih sadržaja. Rezultati istraživanja su pokazali kako je spol relevantan indikator razlike u navikama gledanja televizijskog sadržaja, točnije pokazalo se kako žene u 40% više slučajeva gledaju *reality* programe od muških ispitanika (Krolo, Tonković i Marčelić, 2020). Nadalje, pokazalo se kako obrazovanje roditelja ispitanika nema značajan utjecaj na odabir televizijskog sadržaja, ali zato broj knjiga u kućanstvu (objektivirani kulturni kapital) i afiniteti roditelja prema pop-folk glazbi imaju značajan utjecaj na navike gledanja televizijskih sadržaja ispitanika (Krolo, Tonković i Marčelić, 2020). Nadalje, rezultati su pokazali kako afiniteti prema stranoj glazbi negativno koreliraju s gledanjem *reality* programa, a najveća negativna korelacija utvrđena je između visoke razine kulturnog kapitala i gledanja *reality* programa (Krolo, Tonković i Marčelić, 2020). To znači da kulturni kapital roditelja u značajnoj mjeri utječe na kulturni kapital njihove djece, te viši kulturni kapital roditelja znači da njihova djeca imaju profinjenije preferencije kad su u pitanju odabir televizijskog sadržaja i odabir glazbenih žanrova koje slušaju. Autori to objašnjavaju na način da djeca roditelja s višom razinom kulturnog kapitala tijekom svog odgoja i socijalizacije usvajaju razrađenije mehanizme za „dekodiranje“ kulturnog sadržaja, što znači da imaju dovoljno razrađen kulturni ukus da razumiju kompleksnije kulturne sadržaje; dok djeca roditelja s nižom razinom kulturnog kapitala usvajaju jednostavnije kodove koji im omogućuju da „dekodiraju“, odnosno razumiju, samo jednostavnije kulturne sadržaje dok im

složeniji kulturni sadržaji predstavljaju prevelik izazov te ih ne preferiraju (Krolo, Tonković i Marčelić, 2020).

3.2. Filmski ukus

Rad Pierrea Bourdieua tijekom druge polovice 20. stoljeća, posebice njegovo najznačajnije istraživanje o kulturnom kapitalu u francuskom društvu objavljenom u knjizi „Distinkcija: društvena kritika suđenja“ iz 1979. godine, nije se fokusirao na filmski ukus ispitanika. Međutim, značajnost i svezremenska dimenzija njegovih znanstvenih spoznaja samo su potvrđene kroz mnoštvo znanstvenih radova koji su se kasnije bavili primjenom Bourdieuovih spoznaja na različite društvene aspekte. Prije nego što su provedena suvremenija istraživanja koja su se bavila distinkcijama unutar žanrovskih preferencija pojedinaca, televizijski, ali i filmski sadržaji nerijetko su svrstavani u popularnu kulturu. Međutim, brojna empirijska istraživanja provedena tijekom posljednjih nekoliko desetljeća pokazala su kako postoje žanrovske distinkcije unutar sadržaja koji ljudi gledaju te da te distinkcije mogu poslužiti kao dobri indikatori brojnih drugih karakteristika ispitanika, poput razine kulturnog kapitala.

Blewitt (1993) naglašava kako Bourdieuova teorija kulturnog kapitala dolazi do punog izražaja kada se govori o odabiru filmova koje pojedinci gledaju, budući da se radi o vrlo raširenom i lako dostupnom obliku umjetnosti. Osoba s visokom razinom kulturnog kapitala će pri gledanju nekog Fellinijevog, Bergmanovog ili Jarmanovog filma biti oduševljena inovativnim elementima, poput nekronološkog tijeka radnje, razbijanja filmskih konvencija, nedorečenih scena i referenci na druge filmove. S druge strane, osoba s niskom razinom kulturnog kapitala najvjerojatnije će biti zbunjena, dosađena, čak i iznervirana zbog nelogičnosti unutar filmske radnje (Blewitt, 1993).

U svome članku iz 1993. godine, Blewitt je pružio značajne spoznaje koje su pripomogle pri razumijevanju činjenice da ljudi koji posjeduju različite razine kulturnog kapitala mogu isti film shvatiti na potpuno različite načine. Blewitt (1993) objašnjava kako ekonomska ograničenja (niska primanja i posljedično, niski ekonomski kapital) nerijetko sprječavaju pojedince od konzumiranja sadržaja visoke kulture, kao što je posjećivanje umjetničkih galerija, koncerata, kazališnih predstava i filmskih projekcija u kinu. Budući da je već spomenuta Bourdieuova spoznaja da su količine kapitala koje pojedinci posjeduju vrlo često u međuzavisnom odnosu,

može se zaključiti kako ljudi s niže rangiranim zanimanjima, a samim time i niskim primanjima, nerijetko nemaju priliku širiti svoje vidike u kontekstu visoke kulture i nadograđivati svoj kulturni kapital. Kako bi se to ilustriralo, Blewitt (1993) spominje primjer ljudi koji pripadaju radničkoj klasi i koji jednostavno ne shvaćaju umjetnost slikara Jacksona Pollocka ili filmove Andreia Tarkovskog, budući da ne posjeduju takozvane „estetske dispozicije“ koje su potrebne za razumijevanje sadržaja visoke kulture. Ukus pojedinaca s niskom razinom kulturnog kapitala najčešće je ograničen na „naivno“ poimanje umjetnosti koja se nalazi pred njim (Blewitt, 1993). Takvi pojedinci pri proučavanju umjetničkog djela koje se svrstava u visoku kulturu, primarni fokus stavljaju na sam sadržaj, zatim na prepoznavanje karakteristika koje su im srodne i poznate na tom djelu te se oni generalno fokusiraju na realne i oku vidljive elemente umjetničkog djela (Blewitt, 1993). S druge strane, pojedinci koji posjeduju visoku razinu kulturnog kapitala, tim će umjetničkim djelima pristupiti iz intelektualnog, refleksivnog gledišta te će pridati pažnju samojoj umjetničkoj formi, stilu i usporedbi s drugim umjetničkim djelima (Blewitt, 1993). Iz toga se može zaključiti kako pojedincima iz ovog primjera koji imaju nisku razinu kulturnog kapitala nedostaje točno razumijevanje konteksta u koji bi smjestili umjetničko djelo koje promatraju. Taj širi kontekst im nedostaje kako u intelektualnom, tako i u estetskom smislu.

Kako bi se te „estetske dispozicije“ primijenile konkretnije na sam filmski ukus, Daenekindt i Roose (2013) u svojem su istraživanju istražili estetske dispozicije u kontekstu filmskih preferencija. Daenekindt i Roose (2013) definirali su koncept estetskih dispozicija kao način na koji pojedinci poimaju određeno umjetničko djelo te koje karakteristike tog umjetničkog djela razumiju i cijene. Ispitanicima su ponuđene tvrdnje koje se odnose na određene elemente filmova te su oni na skali važnosti trebali izraziti koji su im elementi filmova važni, odnosno nevažni. Nakon faktorske analize, autori su odredili tri osnovna tipa estetskih dispozicija pri gledanju filmova. Prve su „inovativne estetske dispozicije“, te njih čine tvrdnje „originalan sadržaj i stil“, „inovativno korištenje kamere“ i „inovativna režija“. Drugi tip nazvan je „emotivne estetske dispozicije“ te su njega činile tvrdnje „da izaziva emocije“, „da je romantičan“ i „da sadrži likove s kojima se mogu poistovjetiti“. Treći tip estetskih dispozicija nazvan je „akcijske estetske dispozicije“ te su njega činile tvrdnje „da sadrži nasilne scene“ i „da sadržava akciju i avanturu“ (Daenekindt i Roose, 2013). Analizirajući stupanj obrazovanja i brojne druge indikatore kulturnog kapitala kod ispitanika, utvrđeno je kako se su inovativne estetske dispozicije povezane s legitimnim ukusom i višom razinom kulturnog kapitala, dok su emotivne i akcijske dispozicije

povezane s nižim razinama kulturnog kapitala i prosječnim te popularnim ukusom (Daenekindt i Roose, 2013). Ispitanici kojima su najvažnije inovativne estetske dispozicije nazvani su gledateljima orijentiranim na formu, dok su oni kojima su najvažnije emotivne i akcijske dispozicije nazvani gledateljima orijentiranim na sadržaj (Daenekindt i Roose, 2013). U kontekstu Bourdieuove analize kulturnog kapitala i ukusa, ova je spoznaja od iznimne važnosti jer estetske dispozicije mogu poslužiti kao jasan indikator razine ukusa ispitanika te je skala koja ispituje estetske dispozicije korištena i u anketnom upitniku provedenom u sklopu ovog rada.

Također, kao primjer u razlici poimanja filmskog sadržaja kod osoba s visokom i niskom razinom kulturnog kapitala, Blewitt (1993) napominje kako će osobe s višom razinom kulturnog kapitala u „slobodnijim scenama“ vidjeti erotiku, dok će osobe s nižom razinom kulturnog kapitala istu scenu vidjeti i poimati kao pornografiju. Nadalje, ljudi s višom razinom kulturnog kapitala vole da im filmovi pruže nešto o čemu će razmišljati i nakon gledanja, dok osobe s nižom razinom kulturnog kapitala žele vidjeti akciju i sretne završetke (Blewitt, 1993). Naposljetku, također je važno napomenuti kako pojedinci koji posjeduju višu razinu kulturnog kapitala imaju mogućnost primjećivanja ideoloških aparata koje *mainstream* filmovi nameću, dok pojedinci s nižom razinom kulturnog kapitala ne promišljaju o filmu na razini dubljoj od same radnje filma (Blewitt, 1993). Također, Blewitt (1993) naglašava da poznavanje filmskih glumaca i glumica nije nikakav indikator visoke razine kulturnog kapitala, već je to samo indikator činjenice da je osoba upućena u takozvani *star system*, u koji se može dobiti uvid i kroz čitanje „žute štampe“; dok poznavanje filmskih redatelja i njihovih filmova jest stvarni indikator visokog kulturnog kapitala, jer to pretpostavlja da je pojedinac upućen u filmografiju te da posjeduje višu razinu razumijevanja i znanja o filmovima.

Ako se stavi fokus na konkretnu povezanost između razine kulturnog kapitala i filmskih preferencija, brojni su sociološki radovi govorili o stranim nezavisnim filmovima (ili takozvanim *art-house* filmovima) kao o filmskom žanru koji može poslužiti kao temelj distinkcije između ispitanika koji posjeduju visoku razinu kulturnog kapitala i onih koji je ne posjeduju. Drugim riječima, afinitet prema nezavisnim filmovima pokazao se kao značajan indikator posjedovanja visoke razine kulturnog kapitala. Cagle (2016) napominje kako su afiniteti prema nezavisnim filmovima i prema *art*-filmovima najbolji indikator visokog kulturnog kapitala. Isto kao što ljudi s nižom razinom kulturnog kapitala ne posjeduju ključne mehanizme pomoću kojih bi razumjeli *art* filmove i nezavisne filmove te ih samim time ne gledaju, tako i ljudi s visokim kulturnim

kapitalom ne razumiju filmove koji su namijenjeni publici koja posjeduje nisku razinu kulturnog kapitala, poput trash filmova i takozvanih *exploitation* filmova, čiji se sadržaj najčešće svodi na jednostavnu, kronološku radnju te su kriminal i nasilje nerijetko krovna tema takvih filmova (Cagle, 2016). Također, Glevarec i Cibois (2020) su u dijelu svog istraživanja koji se bavio filmskim ukusom i stupnjem obrazovanja pokazali kako ispitanici s najvišim stupnjem obrazovanja preferiraju takozvane *auteur* filmove, odnosno filmove nezavisnih redatelja, iza čega slijede drama, povijesni i biografski filmovi te dokumentarni filmovi. Također se pokazalo se kako mlađi ispitanici koji imaju viši stupanj obrazovanja preferiraju akcijske i znanstveno-fantastične filmove, dok je objema skupinama zajedničko to što često gledaju filmove u kinima (Glevarec i Cibois, 2020). Razlog tome može biti to što osobe s višom razinom obrazovanja pripadaju višim klasama te samim time posjeduju više ekonomskog kapitala. Također, svim više obrazovanim ispitanicima u ovom istraživanju zajedničko je to što su izrazili kako ne vole gledati komedije. S druge strane, niže obrazovani ispitanici izrazili su kako najviše vole komedije, romantične filmove, erotske filmove, vesterne, akcijske filmove te horore, dok su oni prema svim žanrovima koji se sviđaju obrazovanim ispitanicima izrazili odbojnost (Glevarec i Cibois, 2020). U samoj sredini čitavog spektra nalaze se kriminalistički filmovi, akcijski filmovi i trileri, iz čega se može zaključiti kako ta tri filmska žanra pripadaju prosječnom ukusu.

Budući da je poznato kako visoka razina kulturnog kapitala podrazumijeva profinjeniji ukus u različitim sferama života, Fowler (2016) je pokazala kako su pojedinci koji posjeduju višu razinu kulturnog kapitala ciljana publika kada se govori o otvaranju „malih“ ili *art* kina koja prikazuju nezavisne, *art* filmove (Wilinsky, 2001, prema Fowler, 2016). Fowler opisuje kako su se takozvana *art-house* kina prvenstveno počela otvarati u Francuskoj 1940-ih godina te su služila kao mjesta u kojima su pojedinci s visokim kulturnim kapitalom mogli zajedno uživati u uvoznim filmovima, poput onih iz Njemačke, Italije, kao i starih holivudskih filmova (Fowler, 2016). Prilikom otvaranja takvih kina pokazalo se da zaista postoji povezanost između filmskog ukusa i ostalih vrsta ukusa: publiku su u ta kina uspješno privlačili pomoću modernističke arhitekture kina i pomoću hrane, odnosno *cateringa* koji je obilovao profinjenim namirnicama, poput kavijara i ostalih prehrambenih namirnica karakterističnih za pripadnike visoke klase (Wilinsky, 2001, prema Fowler, 2016). Na temelju toga se može zaključiti kako je visoka razina kulturnog kapitala, u kontekstu filmskog ukusa, dobar indikator visokog kulturnog kapitala u kontekstu drugih ukusa, u ovom slučaju prehrambenih preferencija.

Budući da i filmove i televizijske serije povezuju slične žanrovske distinkcije, za ovaj su rad važne neke od analiza koje su se bavile povezanošću televizijskih preferencija i kulturnog kapitala. Bennett (2006) je proveo istraživanje na uzorku Britanaca u kome je istraživana povezanost između odabira televizijskog sadržaja ispitanika i razine njihovog kulturnog kapitala. Rezultati su pokazali jasnu distinkciju između određenih vrsta televizijskih sadržaja te su televizijski sadržaji svrstani u one koji pripadaju legitimnom, prosječnom te popularnom ukusu. Istraživanje je pokazalo kako legitimnom ukusu, u kontekstu televizijskih preferencija, pripadaju gledanje informativnog programa, programa koji se bavi umjetnošću, dokumentaraca o prirodi i povijesnih dokumentaraca te dramskih serija (Bennett, 2006). U prosječni ukus spada gledanje humorističnih serija, sportskog sadržaja, policijskih i detektivskih serija te emisija posvećenih kuhanju, uređenju doma i vrtlarstvu (Bennett, 2006). Naposljetku, sadržaji koji se svrstavaju u popularni ukus su kvizovi (game showovi), sapunice, reality showovi i talk showovi (Bennett, 2006). Do takve raspodjele sadržaja prema ukusima autor je došao analizom razine obrazovanja i različitih drugih pokazatelja kulturnog kapitala i televizijskog sadržaja koji ispitanici preferiraju. Ti su nalazi iznimno važni za ovaj rad jer će poslužiti kao jedna od polazišnih točaka za raspoređivanje filmskih žanrova s obzirom na legitimnost pojedinog žanra.

Kad se govori o televizijskim sadržajima i njihovoj legitimnosti, istraživanje koje su proveli Bennet, Gayo i Rowe (2018) na uzorku australskog društva pokazalo je slične rezultate. Rezultati su pokazali kako ispitanici koji zauzimaju višu poziciju u klasnoj strukturi preferiraju informativne emisije, dokumentarce, emisije o umjetnosti te dramske serije, dok im se najmanje sviđaju *reality showovi* i humoristične serije (Bennett, Gayo i Rowe, 2018). S druge strane, ispitanici koji zauzimaju niži položaj u klasnoj strukturi činili su grupaciju koja preferira gledati *reality showove*, *talk showove*, sportski sadržaj i humoristične serije, dok im se najmanje sviđaju dokumentarci, dramske serije, informativni i umjetnički programi (Bennett, Gayo i Rowe, 2018). Takvi nalazi jasno ukazuju na postojanje distinkcije između ukusa na temelju klasnog položaja te potvrđuju Bourdieuove spoznaje.

Uz samu razinu kulturnog kapitala, kroz brojna je istraživanja utvrđeno kako postoje i druge odrednice filmskog ukusa i filmskih preferencija. Neke od najčešće istraživanih odrednica uz razinu kulturnog kapitala su dob i ekonomski kapital ispitanika. Huffer (2019) je nakon provođenja anketnog upitnika na uzorku Novozelanda ustvrdio kako su mlađi ispitanici koji imaju niže prihode i nižu razinu obrazovanja značajno skloniji gledanju popularnih žanrova koji

dolaze iz anglofonih zemalja. Upravo ta grupacija gledatelja filmova najčešće koristi ilegalne i polu-legalne metode kako bi došli do filmova: najčešći izvori za filmove su im preuzimanje s *torrent* stranica, prženje CD-ova i posuđivanje filmova na eksternim memorijama od prijatelja (Huffer, 2019). To je indikator činjenice da je njihova ekonomski kapital ograničen te da pribjegavaju ne posve legalnim metodama distribucije kako bi dospjeli do sadržaja koji žele gledati.

S druge strane, filmski ukus i prakse gledanja filmova starije populacije koja ima više prihoda i koja ima viši stupanj obrazovanja uvelike se razlikuje od praksi i ukusa mlađe populacije. Ta grupacija starijih, imućnijih i obrazovanijih ispitanika izrazila je kao su skloniji tradicionalnim metodama gledanja filmova, kao što su projekcije u kino dvoranama i premijere na filmskim festivalima (Huffer, 2019). Također, oni su izrazili kako pridaju najveću umjetničku vrijednost filmovima koji ne pripadaju anglofonom području, umjetničkim filmovima (takozvanim *arthouse* filmovima) te filmovima koji su temeljeni na knjigama (takozvani *literary films*) (Huffer, 2019). Kad su u pitanju mladi, gledanje filmova putem internetskih izvora uzrokovalo je pojavu nekih iznimaka u povezanosti ekonomskog kapitala i praksi gledanja filmova. Gledanje filmova putem ilegalnih *online* izvora (preuzimanja s piratskih stranica) više ne znači nužno da se radi o siromašnjoj i niže obrazovanoj publici (Huffer, 2019). Kao primjer, autor napominje postojanje etničkih supkultura koje, na primjer, ilegalno preuzimaju filmove koji pripadaju istočnoazijskom govornom području. Uzrok toga može biti popularizacija azijskih filmova u 21. stoljeću te sveprisutnost informacija o toj vrsti filmova, ali u isto vrijeme nemogućnost gledanja tih filmova na legalan način jer su oni suviše opskurni da bi bili prikazivani u kino dvoranama ili da bi bili postavljeni na legalne *online streaming* servise (Huffer, 2019). Upravo iz toga razloga, publika koja dijeli afinitet prema azijskim filmovima pribjegava piratskom preuzimanju s interneta, ne zbog niskih prihoda, već zbog nedostupnosti tih filmova kroz legalne izvore. Huffer (2019) zaključuje kako su današnja sveopća prisutnost i korištenje interneta dovele do promjena u društveno-kulturnoj hijerarhiji zato što je sve teže definirati raspodjelu ukusa prema stupnju kulturnog kapitala. U svakom slučaju, neke od osnovnih postavki kulturnog kapitala i dalje vrijede i potvrđuju se, kao što je činjenica da publika s višom razinom kulturnog kapitala konzumira legitimnije filmske žanrove koji ne pripadaju nužno *mainstreamu* i *blockbusterima*, dok ljudi s nižom razinom kulturnog kapitala preferiraju manje kompleksne filmove i filmove namijenjene širim masama.

Cicchelli i Octobre (2017) kroz istraživanje provedeno na uzorku mladih u Francuskoj pokazali su kako postoji korelacija između otvorenosti prema sadržajima koji dolaze iz drugih kultura (kozmpolitizma) i razine kulturnog kapitala. Autori su, između ostalog, istraživali afinitet ispitanika prema sadržajima visoke kulture, kao što je posjećivanje muzeja i čitanje knjiga te afinitete prema domaćim i stranim televizijskim sadržajima. Autori su estetsko-kulturni kozmpolitizam definirali kao određenu dispoziciju koja kao preduvjet ima otvorenost prema sadržajima drugih kultura te polaze od pretpostavke kako kozmpolitizam zahtjeva otvorenost prema sadržajima drugih kultura (Cicchelli i Octobre, 2017). Rezultati su pokazali kako doista postoji pozitivna korelacija između otvorenosti ispitanika prema sadržajima drugih kultura i razine njihovog kulturnog kapitala. Ispitanici koji su u značajnoj mjeri otvoreni prema kozmpolitiskim televizijskim sadržajima, kao što su televizijske emisije i serije iz drugih država, imaju razvijenije estetske dispozicije od ispitanika koji preferiraju domaće televizijske programe (Cicchelli i Octobre, 2017). „Fanovi“ kozmpolitizma u značajno većoj mjeri izrazili su kako vole razgledavati spomenike, kako čitaju knjige i na francuskom i na stranim jezicima te da razumiju i uživaju u sadržajima visoke kulture, kao što su slike i skulpture u muzejima (Cicchelli i Octobre, 2017). S druge strane, kako su ih autori nazvali, „nacionalni fanovi“, odnosno ispitanici koji preferiraju isključivo domaći televizijski sadržaj ujedno i ne vole sadržaje visoke kulture poput slika, spomenika i skulptura te ne posjeduju dispozicije koje bi im omogućile razumijevanje estetike takvih sadržaja (Cicchelli i Octobre, 2017). Kako bi se takva spoznaja dodatno potvrdila u Bourdieuovoj dimenziji, ispitanici koji preferiraju domaći sadržaj izrazili su kako u značajnoj mjeri ne putuju, ne govore niti jedan strani jezik, pripadaju radničkoj klasi te njihovi roditelji imaju niže stupnjeve obrazovanja, za razliku od ispitanika koji redovito konzumiraju sadržaje iz drugih kultura te koji su izrazili viši stupanj kulturnog i ekonomskog kapitala (Cicchelli i Octobre, 2017).

Budući da se u današnjem svijetu značajan dio konzumacije kulturnih sadržaja barem djelomično transformirao i prešao u *online* svijet, zanimljiva je činjenica kako se u suvremenom društvu neki od Bourdieuovih koncepata naizgled remete. Culloty (2016) napominje kako u suvremenom svijetu postoji koncept korisničkih recenzija (*user reviews*) koji se odvija na internetskim stranicama koje svojim korisnicima pružaju mogućnost ocjenjivanja i komentiranja filmova. Ono što su takve internetske stranice omogućile jest to da one u isto vrijeme i odražavaju, ali i remete Bourdieuove spoznaje o klasnim distinkcijama u kontekstu konzumiranja kulturnog sadržaja (Culloty, 2016). Najveća i najpopularnija takva internetska stranica je *Internet Movie*

Database, odnosno IMDb. IMDb omogućuje svojim korisnicima da ocjenjuju ne samo nove filmove koji izlaze u kina, već i stare filmove. Zbog toga dolazi do određenog potkopavanja filmskih kritičara koji su u vrijeme izlaska određenih filmova formirali svoje mišljenje o tim filmovima (Culloty, 2016). U takvom kontekstu, korisnici IMDb-a sami postaju filmski kritičari te zajedničkim snagama kroje generalno mišljenje o nekom filmu. Samim time, na takvim stranicama nestaju klasični parametri prema kojima bi filmski kritičari ocjenjivali kvalitetu nekog filma (poput umjetničke vrijednosti) te na ocjenu korisnika utječu mnogo raznovrsniji elementi koji nisu usko povezani s filmskom umjetnošću, poput reklame, popularnosti i marketinga nekog filma (Culloty, 2016). U takvom kontekstu u kojem korisnici, neovisno o razini kulturnog kapitala koji posjeduju, ocjenjuju filmove, nastaje drugačija hijerarhija filmova koja se temelji na dopadljivosti nekog filma ispred njegove umjetničke kvalitete. Kao primjer toga mogu poslužiti filmovi „Građanin Kane“ (1941) i „Vrtoglavica“ (1958) koji se već desetljećima nalaze na samom vrhu najvažnije svjetske organizacije filmskih kritičara, BFI-ja, ali se u isto vrijeme na IMDb-ju ne nalaze ni u prvih 100 najviše ocijenjenih filmova, već se na vrhu IMDb-ove ljestvice nalazi „Iskupljenje u Shawshanku“ (1994), kao film koji je omiljen među najvećim brojem korisnika te stranice. Budući da su mladi uvjerljivo najbrojniji korisnici internetskih filmskih stranica, moglo bi se reći i kako lista najviše ocijenjenih filmova na IMDb-u reflektira i stav mladih ljudi, koji se ne poklapa sa stavom filmske kritike, koju mahom čine pripadnici nešto starije generacije ljudi.

3.3. Vrijednosne orijentacije

Kada je riječ o vrijednosnim orijentacijama i ciljevima ljudi, važno je napomenuti kako su one oduvijek bile uvjetovane društvom u kojem pojedinac živi, kao i kulturom i kolektivnim vrijednostima koje to društvo posjeduje. Još su se klasici sociologije poput Maxa Webera i Emilea Durkheima bavili vrijednostima u kontekstu procesa urbanizacije, industrijalizacije i modernizacije društava i vrijednosnim promjenama koje su nastupile uslijed promjena u drugim sferama društva.

Talcott Parsons u svojoj je teoriji strukturalnog funkcionalizma pisao o vrijednostima kao o mehanizmima pomoću kojih društvo funkcionira kao „moralna zajednica“ te da je društvo kolektiv koji se temelji na zajedničkim vrijednostima (Fanuko, 1985). Parsonsove teorije polaze iz sredine 20. stoljeća te je on pružio objašnjenje prijelaska iz tradicionalnih društava u moderna. Nadalje, postindustrijsko je društvo karakteriziralo opadanje važnosti samog proizvodnog rada i povećanje važnosti sektora usluga te naglašavanje uloge pojedinaca kao potrošača (Bell, 1973). Unatoč činjenici da u drugoj polovici 20. stoljeća društva zapadne kulture žive u kapitalističkim vrijednostima (koje proizlaze iz protestantske etike štedljivosti i posvećenosti radu), pojava modernosti okarakterizirana je željom za samoaktualizacijom, osobnom slobodom te se prvi puta spominje hedonizam kao karakteristika tadašnjih modernih društava (Bell, 1976).

Francuski sociolog Alain Touraine naglasio je kako u postindustrijskom društvu glavne resurse koje pojedinci žele posjedovati čine kultura, informacije i znanje, za razliku od industrijskih društava kada su primarne vrijednosti ljudima činili rad, proizvodnja i prirodni resursi (Touraine, 1971). U postindustrijskim društvima tada dolazi do takozvane desocijalizacije kulture te se stvaraju novi oblici veza između kulturnih sadržaja i pojedinaca (Touraine, 1971). Drugim riječima, pojavom postindustrijskih društava prvi se put pojavljuje neopterećenost klasnom pripadnošću kada je u pitanju konzumacija kulture. U tom periodu 1960-ih i 1970-ih godina javljaju se supkulture koje pružaju otpor dominantnoj kulturu koja je nametnuta s političkog vrha. Posljedično, ljudi postaju slobodniji te počinju stavljati naglasak na osobnu slobodu te razvoj individualnih interesa i afiniteta prema kulturnoj pripadnosti.

Naposljetku, najznačajniji doprinos shvaćanju vrijednosnih orijentacija i životnih ciljeva ljudi daje američki sociolog Ronald Inglehart koji je u svojoj knjizi „The Silent Revolution“ iz

1977. godine uveo i objasnio pojam postmaterijalizma. Inglehart (1977) je objasnio kako su postindustrijski ustroj društava i novostečene slobode uzrokovale i promjene kod osnovnih životnih vrijednosti ljudi: vrijednosti su počele prelaziti iz materijalističkih prema postmaterijalističkima, što znači da su ljudi vrijednosti poput ekonomske sigurnosti zamijenili vrijednostima samoaktualizacije i samoekspresije. Uzrok tome je činjenica da ljudske potrebe i prioritete reflektiraju socioekonomsko okruženje (Inglehart, 1977). Drugim riječima, kada se ljudi nalaze u materijalnoj i ekonomskoj nesigurnosti, njihova potreba za materijalističkim vrijednostima dolazi u prvi plan. Međutim, kada su osnovne materijalne potrebe zadovoljene, tada se ljudima otvaraju mogućnosti promišljanja o samoostvarenju i o razvoju osobnih sloboda. Upravo te vrijednosti predstavljaju polazište suvremenih postmodernističkih vrijednosti.

Nadalje, knjiga Ronalda Ingleharta i Christiana Welzela „Modernizacija, kulturna promjena i demokracija“ iz 2005. godine pružila je uvid u dvije vrste podjela vrijednosnih orijentacija, odnosno dva smjera u koja se mogu svrstati vrijednosti pripadnika suvremenih društava. Autori su objasnili kako se vrijednosne orijentacije ljudi u prosperitetnim, postindustrijskim društvima značajno razlikuju od vrijednosnih orijentacija pripadnika slabije razvijenih, siromašnijih društava koja još uvijek nisu ostvarila postindustrijsku fazu razvoja (Inglehart i Welzel, 2005). Osnovne vrste vrijednosti koje karakteriziraju slabije razvijena društva su tradicionalne vrijednosti i vrijednosti opstanka. Tradicionalne vrijednosti karakteriziraju: važnost Boga, odnosno vjere, česti odlasci u crkvu, vjerovanje u raj, zatim snažan osjećaj nacionalnog ponosa, poštovanje vlasti te protivljenje pravu na abortus i pravu na eutanaziju te sklonost osnivanju velikih obitelji s puno djece (u tradicionalnim vrijednostima, velika obitelj predstavlja veliku materijalnu sigurnost) (Inglehart i Welzel, 2005). Vrijednosti opstanka karakteriziraju pridavanje prioriteta ekonomskoj i fizičkoj sigurnosti pred samoaktualizacijom i kvalitetom života, zatim neprihvatanje homoseksualnosti i etničke raznolikosti, nepovjerenje u druge, patrijarhalne vrijednosti (na primjer da žene moraju biti majke kako bi bile ostvarene) te odbijanje potpisivanja ikakvih peticija i odbijanje recikliranja radi zaštite okoliša (Inglehart i Welzel, 2005).

S druge strane, prosperitetna postindustrijska društva karakteriziraju progresivne vrijednosti: sekularno-racionalne vrijednosti i ekspresivne vrijednosti. Karakteristike sekularno-

racionalnih i ekspresivnih vrijednosti su poučavanje djece da su najvažnije vrijednosti neovisnost, odlučnost i samoostvarenje, zatim poučavanje da su abortus i eutanazija opravdani, visoka tolerancija prema manjinama (kao što su homoseksualci i etničke manjine), nevažnost vjere i religije, društvena angažiranost, zaštita okoliša, važnost društvene jednakosti te povjerenje u druge ljude (Inglehart i Welzel, 2005). Naposljetku, autori zaključuju kako unutar svake zemlje postoji heterogenost u smislu vrijednosnih orijentacija, te da unutar svakog društva postoje i pojedinci s ekspresivnim vrijednostima, ali i pojedinci s tradicionalnim vrijednostima – pojedinci koji imaju više prihode, viši stupanj obrazovanja i koji rade u uslužnom sektoru izražavaju snažnije ekspresivne vrijednosti u usporedbi s niže obrazovanim pojedincima koji imaju niže prihode, koji izražavaju sklonost tradicionalnim vrijednostima (Inglehart i Welzel, 2005).

Vrijednosne orijentacije hrvatskog društva istraživane su kroz nekoliko empirijskih istraživanja. Labus (2005) je u svom empirijskom istraživanju potvrdio hipotezu koja je pretpostavljala kako su predmoderne i tradicionalne vrijednosti povezane s nižim obrazovnim statusom, sa starijom životnom dobi ispitanika, sa selom kao mjestom boravka, te s muškim ispitanicima. Dakle, može se zaključiti da su ženski rod, viši stupanj obrazovanja, mlađa životna dob i život u gradskoj sredini indikatori ekspresivnih, odnosno postmodernih životnih vrijednosti. Ilišin (2011) je nakon provedenog empirijskog istraživanja iznijela spoznaje o razlikama u vrijednostima između mlađih i starijih generacija u Hrvatskoj. Rezultati su pokazali kako se mladi u Hrvatskoj razlikuju od starijih na temelju većeg prihvaćanja postmaterijalističkih vrijednosti te manjeg prihvaćanja tradicionalnih vrijednosti (dok stariji poglavito naginju prema tradicionalnim vrijednostima), da imaju izraženo svestrane interese, da su optimistični te da je njihovo zadovoljstvo životom na znatno višoj razini od starijih ispitanika.

Kada se govori o vrijednostima u suvremenom hrvatskom društvu, jedno od najznačajnijih istraživanja objavili su 2020. godine Tonković, Krolo i Marčelić u knjizi pod nazivom „Klasika, punk, cajke: kulturni kapital i vrijednosti mladih u gradovima na jadranskoj obali“. Njihovo je istraživanje obuhvatilo 2650 učenika i učenica završnih razreda srednjih škola u šest najvećih jadranskih gradova te su se bavili analizom kulturnog kapitala mladih, konzumiranjem različitih vrsta kulturnog sadržaja i vrijednosnim orijentacijama. Što se tiče konzumiranja kulturnih sadržaja, rezultati su pokazali kako mladi preferiraju pohađati poglavito takozvane „hedonističke“ sadržaje, kao što su filmske projekcije u kinima, sportske utakmice te koncerti zabavne glazbe, dok je također popularno posjećivanje knjižnica (Tonković, Krolo i Marčelić, 2020). Ono što je

najrelevantnije za ovaj rad bilo je ispitivanje vrijednosnih orijentacija učenika. Autori su razlikovali mlade koji naginju prema tradicionalnim vrijednostima i mlade koji naginju prema kozmopolitskim (ekspresivnim) vrijednostima. Jedan od instrumenata koje su autori koristili za ispitivanje vrijednosnih orijentacija bila je skala socijalne distance, odnosno skala koja je ispitivala toleranciju prema pripadnicima različitih socijalnih manjina, poput Roma, homoseksualaca i pripadnika arapskih etničkih manjina (Tonković, Krolo i Marčelić, 2020). Rezultati su pokazali kako mladi koji su otvoreniji prema manjinama, odnosno koji izražavaju kozmopolitske, ekspresivne vrijednosti pozitivno koreliraju s konzumiranjem kulturnih sadržaja poput slušanja strane glazbe i konzumiranja sadržaja visoke kulture, dok su mladi koji izražavaju tradicionalnije vrijednosti, odnosno koji su zatvoreniji prema „nepoznatom“ poglavito oni koji izražavaju preferencije prema sadržajima niže razine kulturnog kapitala, poput slušanja zabavne i turbo-folk glazbe (Tonković, Krolo i Marčelić, 2020). Dakle, autori su dokazali kako zaista postoji značajna povezanost između vrijednosnih orijentacija mladih i njihovog kulturnog ukusa, odnosno kulturnog kapitala. Točnije, istraživanje je pokazalo kako su modernije, ekspresivne vrijednosne orijentacije mladih prediktor više razine kulturnog kapitala, dok su tradicionalne vrijednosti prediktor niže razine kulturnog kapitala.

Nadalje, Marčelić, Tonković i Krolo (2021) pokazali su kako kod mladih u Hrvatskoj postoji distinkcija između tri tipa vrijednosnih orijentacija: modernih, tranzicijskih i tradicionalnih. Rezultati istraživanja su pokazali kako su ispitanici koji izražavaju moderne vrijednosti povezani s konzumacijom sadržaja legitimnog ukusa i preferencija kulturnog sadržaja koji dolazi iz stranih kultura (poglavito anglofonih kultura) te su oni izrazili afinitete prema stranim serijama (*foreign fiction TV*), za razliku od ispitanika koji izražavaju tradicionalne i tranzicijske vrijednosti (Marčelić, Tonković i Krolo, 2021). S druge strane, ispitanici koje karakteriziraju tradicionalne vrijednosne orijentacije pokazali su afinitet prema sadržajima domaćih televizijskih produkcija, poput informativnih emisija i sportskih prijenosa, dok je za njih generalno karakteristična preferencija sadržaja na hrvatskom jeziku, dok od sadržaja na engleskom jeziku izražavaju preferencije jedino prema američkim humorističnim serijama (Marčelić, Tonković i Krolo, 2021). Također, pokazalo se kako ispitanici koji izražavaju moderne vrijednosne orijentacije koreliraju s kozmopolitskim vrijednostima koje su autori okarakterizirali kao toleranciju prema pripadnicima drugih kultura i otvorenost prema kulturnom sadržaju (Marčelić, Tonković i Krolo, 2021).

Članak koji je pružio uvid u povezanost između kulturne potrošnje, razine kulturnog kapitala mladih i njihovih vrijednosnih orijentacija objavili su 2021. godine Tonković, Marčelić i Krolo. Autori su na temelju uzorka mladih iz hrvatskih gradova na Jadranu došli do distinkcije između pet skupina kulturnih potrošača: nacionalni univori, neo-tradicionalisti, eklektični potrošači, moderni omnivori i elitni alternativci (Tonković, Marčelić i Krolo, 2021). Nacionalne univore karakterizira to da ne vole kulturni sadržaj koji dolazi iz stranih kultura već preferiraju domaći sadržaj (i glazbeni i televizijski), da izražavaju nisku razinu tolerancije prema manjinama, da su poglavito religiozni, da njihovi roditelji pripadaju radničkoj klasi te da izražavaju iznimno niski afinitet prema sadržajima koji pripadaju legitimnijem ukusu, poput strane alternativne, *jazz* i *rock* glazbe (Tonković, Marčelić i Krolo, 2021). U kontekstu kulturnog kapitala i vrijednosnih orijentacija, potpunu suprotnost nacionalnim univorima čine moderni omnivori. Njih čine ispitanici koji ne vole domaće tradicijske glazbene žanrove, dok preferiraju *rock* i *underground* elektroničku glazbu, metal, *punk*, *jazz* i klasičnu glazbu. Također, ta skupina ispitanika izražava visoku toleranciju prema manjinama, nereligioznost te su to poglavito djeca roditelja koji rade više rangirane poslove, a samim time roditelja koji imaju viši stupanj obrazovanja (Tonković, Marčelić i Krolo, 2021). Dok postoje još brojni nalazi u ovom istraživanju, vrlo je informativna činjenica da se doista može zaključiti kako su kulturni kapital i vrijednosne orijentacije, kao i obiteljska pozadina iz koje mladi dolaze, u značajnoj mjeri povezani s kulturnim ukusom i odabirom sadržaja koji mladi preferiraju.

4. Istraživačka pitanja i hipoteze

Istraživačka pitanja:

1. Postoji li povezanost između učestalosti gledanja filmova i žanrovskih filmskih preferencija studenata?
2. Postoji li povezanost između estetskih preferencija i filmskih žanrova koje studenti preferiraju
3. Postoji li povezanost između legitimnog filmskog ukusa i redatelja koje ispitanici preferiraju?
4. Na koji su način filmske preferencije studenata povezane s količinom kulturnog kapitala koju posjeduju?
5. Na koji su način filmske preferencije studenata povezane s njihovim vrijednosnim orijentacijama?

Hipoteze:

H1: Ispitanici koji gledaju više filmova preferiraju legitimnije filmske žanrove.

H2a: Ispitanicima koji preferiraju legitimnije filmske žanrove važnije su „inovativne“ značajke filmova nego ispitanicima koji gledaju manje legitimne filmske žanrove.

H2b: Ispitanicima koji gledaju popularne filmske žanrove važnije su „akcijske“ značajke filmova nego ispitanicima koji gledaju legitimne filmske žanrove.

H3: Ispitanici koji preferiraju redatelje koji odgovaraju legitimnom ukusu preferiraju legitimne filmske žanrove.

H4a: Ispitanici čiji roditelji posjeduju višu razinu kulturnog kapitala gledaju više filmova u odnosu na ispitanike čiji roditelji posjeduju nižu razinu kulturnog kapitala.

H4b: Ispitanici čiji roditelji posjeduju višu razinu kulturnog kapitala preferiraju legitimne filmske žanrove.

H5a: Ispitanici koji preferiraju legitimne filmske žanrove izražavaju ekspresivne vrijednosne orijentacije.

H5b: Ispitanici koji preferiraju akcijsko–popularne žanrove izražavaju materijalističke vrijednosne orijentacije.

5. Metodologija istraživanja

Putem ovog istraživanja nastojalo se istražiti više o filmskom ukusu studenata, razini kulturnog kapitala koji posjeduju te njihovim vrijednosnim orijentacijama i životnim ciljevima. Metoda ovog istraživanja temelji se na kvantitativnom pristupu, a podaci su prikupljeni metodom ankete koja je provedena na neprobabilističkom, prigodnom uzorku od 337 ispitanika. Uzorak su činili primarno studenti Sveučilišta u Zadru i studenti zagrebačkih sveučilišta. Anketa korištena u ovom istraživanju izrađena je na platformi LimeSurvey te su podaci prikupljeni *online* putem: dijeljenjem na društvenoj mreži Facebook i to u grupama čiji su članovi studenti Sveučilišta u Zadru te grupama koje čine studenti više različitih zagrebačkih sveučilišta.

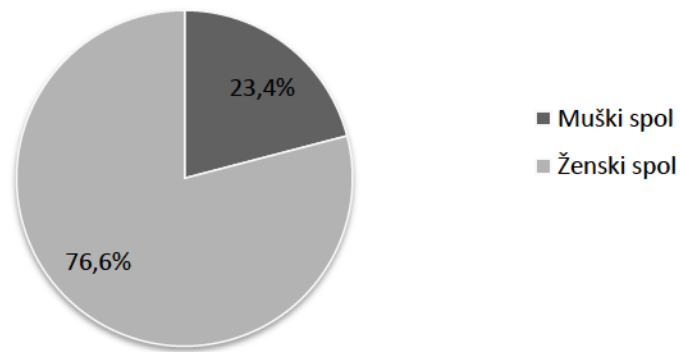
Anketa je bila sastavljena od četiri cjeline: socio-demografska obilježja, filmski ukus, kulturni kapital te vrijednosne orijentacije i životni ciljevi, a anketa se može pronaći u prilogima. Podaci su prikupljeni krajem 2021. i početkom 2022. godine, a dobiveni podaci su analizirani metodama deskriptivne i inferencijalne statistike u programu Statistica. Pri statističkoj analizi, za identifikaciju latentnih dimenzija unutar skupova varijabli korištena je faktorska analiza. Nadalje, za analizu povezanosti između varijabli korišten je parametrijski test korelacije, odnosno Pearsonov test korelacije, dok su za utvrđivanje statistički značajnih razlika korišteni t-test i analiza varijance. Statistička značajnost razlike u ovom istraživanju izražena je na razini $p < 0,05$.

6. Rezultati i rasprava

6.1. Sociodemografska obilježja uzorka

U ovom je istraživanju sudjelovalo 337 ispitanika, od čega 258 ženskih i 79 muških. Omjer studentica i studenata nije podjednak, što odgovara stvarnoj neuravnoteženoj rodnoj strukturi studenata Sveučilišta u Zadru i studenata Filozofskog fakulteta u Zagrebu, u kojima većinu studenata čine žene, odnosno studentice (Slika 1). Ispitanici pripadaju dobnom rasponu od 18 do 42 godine, a najviše ispitanika ima 19 godina, njih 62, što čini 18,4% uzorka ($M = 22,44$, a $SD = 3,71$) (Tablica 1).

Slika 1. Spolna struktura uzorka



Tablica 1. Dobna struktura uzorka.

<i>Dob</i>	N	%
18	15	4,5
19	62	18,4
20	46	13,6
21	27	8,0
22	34	10,1
23	46	13,6
24	48	14,2
25 i više	59	14,9

Ovo je istraživanje provedeno na uzorku studentske populacije u Republici Hrvatskoj. Pri sastavljanju ankete uzeti su svi hrvatski gradovi u kojima se nalaze sveučilišni studiji, te je tako ispitanicima ponuđen izbor između Zadra, Zagreba, Splita, Rijeke, Osijeka, Pule, Varaždina,

Dubrovnika i Slavonskog Broda. Nakon provedenog anketnog istraživanja, utvrđeno je kako uvjerljivo najveći udio ispitanika čine studenti Sveučilišta u Zadru i zagrebačkih sveučilišta te su zbog toga zadarski i zagrebački studenti ostavljeni kao zasebne varijable, dok su studenti svih ostalih sveučilišnih gradova rekodirani i označeni kao „Ostali gradovi“. Razlog tome jest činjenica da su studenti iz Zadra i Zagreba naposljetku činili čak 81,9% cjelokupnog uzorka, dok su studenti koji studiraju u svim ostalim gradovima zajedno činili tek 18,1% uzorka.

Omjer zadarskih i zagrebačkih studenata je relativno ravnomjeran. U istraživanju je sudjelovalo 154 studenata iz Zadra i 122 studenata iz Zagreba, dok 61 ispitanik studira u ostalim gradovima, što se može vidjeti u Tablici 2. Najviše ispitanika pohađa prvu godinu studija, njih 99 (29,4%), iza čega slijede studenti završne, pete godine studija, njih 80 (23,7%). Iza toga, gotovo podjednak broj ispitanika studenti su 2. i 3. godine studija. Studenti 2. godine čine 18,7% ukupnog broja ispitanika, dok se 19% ispitanika nalazi na 3. godini. Najmanji broj ispitanika čine studenti 4. godine, njih ima svega 31 (9,2%) (Tablica 3).

Tablica 2. Raspodjela ispitanika prema gradu studiranja

<i>Mjesto</i>	N	%
Zadar	154	45,7
Zagreb	122	36,2
Ostali gradovi	61	18,1

Tablica 3. Raspodjela ispitanika prema godini studija

<i>Godina</i>	N	%
1	99	29,4
2	63	18,7
3	64	19,0
4	31	9,2
5	80	23,7

Nadalje, kada je u pitanju područje studiranja ispitanika, postavljeno je pitanje zatvorenog tipa u kojem su se zahvatila sva potencijalna područja studiranja ispitanika, te je tako ispitanicima ponuđeno sedam područja studiranja: Prirodne znanosti, tehničke znanosti, biomedicina i zdravstvo, biotehničke znanosti, društvene znanosti, humanističke znanosti te umjetničko

područje. Rezultati su pokazali kako uvjerljivo najveći broj ispitanika studira u području društvenih znanosti, njih 135 (40,1%), iza čega slijede studenti iz područja humanističkih znanosti, njih 92 (27,3%). Broj ispitanika koji studiraju u svim ostalim područjima znatno je manji, te najmanji broj ispitanika studira biotehničke znanosti, samo njih 9 (2,7%). Točan raspored ispitanika prema području studiranja može se vidjeti u Tablici 4.

Tablica 4. Raspodjela ispitanika prema području studiranja

<i>Područje</i>	N	%
Prirodne znanosti	23	6,8
Tehničke znanosti	42	12,5
Biomedicina i zdravstvo	24	7,1
Biotehničke znanosti	9	2,7
Društvene znanosti	135	40,1
Humanističke znanosti	92	27,3
Umjetničko područje	12	3,6

6.2. Filmske preferencije

Nadalje, ovo je anketno istraživanje ispitivalo filmske preferencije ispitanika. Unutar tog dijela istraživanja, ispitano je koliko često ispitanici gledaju filmove, koje filmske žanrove preferiraju te su ispitane preferencije ispitanika u kontekstu filmskih redatelja, glumaca i glumica te načina na koji gledaju filmove. Kada su u pitanju filmski žanrovi, redatelji, glumci i glumice, korištena je skala sviđanja, s vrijednostima od 1 do 5, u kojima je 1 označavalo vrijednost „Uopće mi se ne sviđa“, dok je 5 označavalo „Jako mi se sviđa“. Također, na svim skalama sviđanja ispitanicima je ponuđena opcija 6 koja je glasila „Ne poznajem taj filmski žanr“, odnosno „Ne poznajem ovog redatelja“. Kada su u pitanju glumci i glumice, 6 je označavalo „Ne poznajem filmove tog glumca/glumice“ zato što se polazilo od pretpostavke da ispitanici poznaju većinu glumaca i glumica jer su upućeni u takozvani „star system“, odnosno sustav filmskih zvijezda o kojima ljudi znaju relativno mnogo zbog različitih portala i „žute štampe“, te se u tim tvrdnjama željelo ispitati isključivo poznavanje filmova u kojima navedeni glumci i glumice glume.

Kao početak uvida u filmske preferencija ispitanika, postavljeno je pitanje koje je glasilo „U prosjeku, koliko filmova pogledate mjesečno?“. Ponuđeno je 7 mogućnosti odgovora, te su one

glasile: „Nijedan“, „1-2 filma“, „3-4 filma“, „5-6 filmova“, „7-8 filmova“, „8-10 filmova“ i „Više od 10 filmova“. Rezultati su pokazali kako najviše ispitanika pogleda 1 do 2 filma mjesečno, njih 91 (27%). Iza njih, po broju odgovora slijede ispitanici koji pogledaju 3 do 4 filma mjesečno, njih 82 (24,3%). Zatim slijede ispitanici koji gledaju 5 do 6 filmova mjesečno, njih 65 (19,3%), te zatim oni koji gledaju 8 do 10 filmova mjesečno, njih 29, odnosno 8,6% uzorka. Najmanji je broj onih ispitanika koji ne gledaju niti jedan film mjesečno, te je njih 10 (3%) ponudilo taj odgovor, dok, s druge strane, njih 38 (11,3%) pogleda više od 10 filmova mjesečno. Takva raspodjela odgovora ukazuje na to da su značajnim dijelom ovu anketu ispunjavali studenti koji uvijek gledaju barem po nekoliko filmova mjesečno, što je dobro za ovo istraživanje jer su bili potrebni upravo ispitanici koji učestalo gledaju filmove te koji su upućeni u filmsku umjetnost. Precizan uvid u učestalost gledanja filmova nalazi se u Tablici 5.

Tablica 5. Koliko filmova mjesečno ispitanici gledaju

	N	%
Nijedan	10	3,0
1-2 filma	91	27,0
3-4 filma	82	24,3
5-6 filmova	65	19,3
7-8 filmova	22	6,5
8-10 filmova	29	8,6
Više od 10 filmova	38	11,3

Nadalje, ispitano je koliko se ispitanicima sviđaju pojedini filmski žanrovi. U Tablici 6. nalaze se rezultati odgovora ispitanika na skali sviđanja za svaki pojedini filmski žanr. M i SD u ovoj tvrdnji nisu prikazani zato što je najvišu vrijednost (6) izražavao odgovor „Ne poznajem ovaj žanr“ te zbog toga prosjek i standardna devijacija ne bi bili reprezentativni. Iz odgovora koje su ispitanici pružili na tvrdnje vezane za filmske žanrove, može se zaključiti kako su najpopularniji filmski žanrovi među ispitanicima kriminalistički, komedija, drama i triler. Kriminalistički žanr je uvjerljivo najpopularniji među ispitanicima zato što je čak 81% ispitanika izrazilo da im se taj filmski žanr sviđa ili da im se jako sviđa. Iza kriminalističkog žanra po popularnosti među ispitanicima slijede komedija i triler koji imaju identičan postotak ispitanika kojima se ti žanrovi sviđaju ili jako sviđaju: čak 76,3% ispitanika. Iza njih slijedi drama, za koju je 74,5% ispitanika izrazilo kako im se sviđa ili jako sviđa.

S druge strane, najnepopularniji žanrovi među ispitanicima uvjerljivo su vestern i horor. Čak 54,3% ispitanika izrazilo je kako im se vestern ne sviđa ili uopće ne sviđa te čak 9 ispitanika (2,7%) uopće ne poznaje taj žanr, što ga čini najnepopularnijim filmskim žanrom među ispitanicima. Horor žanr se 51% ispitanika ne sviđa ili nimalo ne sviđa te je za horor žanr najviše ljudi označilo da im se nimalo ne sviđa, njih čak 112 (33,2%), što ga čini filmskim žanrom koji najveći broj ispitanika nimalo ne voli.

Tablica 6. U kojoj mjeri se ispitanicima sviđaju pojedini filmski žanrovi

<i>Filmski žanr</i>	<i>Nimalo mi se ne sviđa %</i>	<i>Ne sviđa mi se %</i>	<i>Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa %</i>	<i>Sviđa mi se %</i>	<i>Jako mi se sviđa %</i>	<i>Ne poznajem ovaj žanr %</i>
Kriminalistički	1,5	3,3	13,9	33,2	47,8	0,3
Komedija	1,8	5	16,6	37,7	38,6	0,3
Triler	2,1	7,7	13,1	35,9	40,4	0,9
Drama	1,8	6,2	17,5	45,7	28,8	0
Avantura	1,8	4,7	24,6	44,2	24,3	0,3
Dokumentarni	4,7	5	21,4	42,4	25,5	0,9
Dugometražni animirani film	7,4	8,6	17,8	38,9	24,9	2,4
Znanstveno-fantastični	8,3	13,6	17,5	27,9	32	0,6
Filmovi povijesne tematike	8,6	12,5	24,3	29,7	24,6	0,3
Akcijski	5	12,5	29,1	32	21,4	0
Romantični	6,5	13,1	27	28,2	25,2	0
Biografski film	7,4	9,2	29,7	38,3	14,5	0,9
Film za djecu	6,8	17,2	24,9	38,6	11,9	0,6
Ratni film	11,6	23,4	29,1	22,6	13,1	0,3
Horor	33,2	17,8	18,7	12,5	17,5	0,3
Vestern	23,1	31,2	24,3	13,9	4,7	2,7

Nakon filmskih žanrova, ovo je istraživanje ispitalo u kojoj mjeri se ispitanicima sviđaju pojedini filmski redatelji. To je pitanje uključivalo 28 filmska redatelja, od kojih jedan dio čine holivudski redatelji, dok dio redatelja pripada redateljima stranih nezavisnih filmova (filmova koji nisu na engleskom jeziku). Ponuda redatelja je uz samo ime redatelja uključivala i kratak popis najznačajnijih i najpoznatijih filmova tog redatelja kako bi se ispitanici mogli lakše snaći i prepoznati ponuđena imena. Odabran je širok spektar redatelja, od najpoznatijih holivudskih redatelja kao što su Steven Spielberg, Quentin Tarantino, James Cameron i Christopher Nolan pa

sve do nezavisnih redatelja iz ne-anglofonih zemalja, kao što su Federico Fellini, Ingmar Bergman i Bong Joon-ho. Svrha takve ponude redatelja bio je dobiti uvid u preferencije ispitanika u kontekstu filmskih redatelja, ali jednako tako i napraviti distinkciju između ispitanika koji posjeduju visoki kulturni kapital (pod pretpostavkom da su oni s višim kulturnim kapitalom upoznati s radom stranih nezavisnih redatelja kao i starijih holivudskih redatelja poput Stanleya Kubricka i Francisa Forda Coppole) i onih s nižim kulturnim kapitalom, za koje se pretpostavilo da su skloniji gledati „mainstream“ filmske hitove koji su lakše dostupni te čije je filmove lakše pratiti i razumjeti.

Odgovori ispitanika ukazali su na to da doista većina ispitanika poznaje rad redatelja poznatijih filmova, kao što su James Cameron, Steven Spielberg i Chris Columbus, dok su strani redatelji i redatelji art filmova slabije prepoznati kod ispitanika. Prethodno navedeni redatelji su upravo ti za koje su ispitanici u najznačajnijem broju označili da im se sviđaju ili jako sviđaju. Jednak postotak ispitanika je izrazio kako im se sviđaju ili jako sviđaju filmovi dva najpopularnija redatelja među ispitanicima, Stevena Spielberga (redatelj filmova „Jurski park“, „E.T.“, i „Schindlerova lista“) i Chrisa Columbusa (redatelja filmova „Sam u kući“ i „Harry Potter i kamen mudraca“) te je 77,8% ispitanika označilo je da im se sviđaju ili jako sviđaju filmovi ta dva redatelja. Najveći broj ispitanika izrazio je kako ne poznaju rad stranih nezavisnih redatelja, a najmanje popularni redatelj među ispitanicima su redom: Michael Haneke, kojeg ne prepoznaje 67,7% ispitanika, Lars von Trier kojeg ne prepoznaje 57,9% ispitanika te Ingmar Bergman kojeg ne prepoznaje 53,7% ispitanika. Odgovori ispitanika na tvrdnje vezane za preferencije redatelja nalaze se u Tablici 7.

Tablica 7. U kojoj mjeri se ispitanicima sviđaju filmovi određenih filmskih redatelja.

<i>Filmski redatelj</i>	<i>Nimalo mi se ne sviđaju %</i>	<i>Ne sviđaju mi se %</i>	<i>Niti mi se sviđaju, niti mi se ne sviđaju %</i>	<i>Sviđaju mi se %</i>	<i>Jako mi se sviđaju %</i>	<i>Ne poznajem ovog redatelja %</i>
Steven Spielberg	1,5	5	13,4	38,9	39,5	1,8
Chris Columbus	0,9	5,9	13,6	38,6	39,2	1,8
Martin Scorsese	1,5	2,4	14,8	40,7	34,1	6,5
Robert Zemeckis	0,9	3,6	17,8	42,1	31,8	3,9
Christopher Nolan	0,6	3,3	13,6	24	47,8	10,7
Quentin Tarantino	3	5	15,7	30	39,8	6,5
Peter Jackson	4,5	9,8	16,6	27,3	37,1	4,7
David Fincher	0,6	3,6	19,9	27,3	35,6	13,1
Francis Ford Coppola	2,7	7,1	22	30,6	28,2	9,5

James Cameron	1,5	6,8	22,6	36	22,3	0,9
Alfred Hitchcock	2,1	9,2	27,6	26,1	27,3	7,7
Ridley Scott	3,3	10,1	24,6	34,3	17,8	9,8
Danny Boyle	1,2	4,5	22,6	25,8	21,7	24,3
Bong Joon-ho	2,7	7,7	17,2	25,5	18,1	28,8
Anthony Russo	7,7	13,6	20,2	21,7	21,3	9,5
Michael Bay	5	18,1	27	30,9	10,4	8,6
Stanley Kubrick	4,2	11,3	23,1	22	19	20,5
Braća Coen	0,9	6,2	20,8	21,7	17,5	32,9
Woody Allen	5,6	10,1	31,2	24,3	11,9	16,9
George Lucas	9,2	23,4	23,7	19,6	16	8
Wes Anderson	1,2	5,3	20,8	19,9	15,1	37,7
Sergio Leone	4,5	9,2	27,6	22,3	11	25,5
Federico Fellini	0,3	5,6	18,4	16,6	16,3	42,7
Wes Craven	10,4	15,4	28,2	15,4	11	19,6
David Lynch	1,2	7,1	25,8	13,1	10,7	42,1
Ingmar Bergman	0,6	5	23,1	8	9,5	53,7
Lars von Trier	2,1	6,8	17,2	10,4	5,6	57,9
Michael Haneke	0,9	6,8	16,6	5,6	2,4	67,7

Nadalje, uslijedila je skala sviđanja koja je ispitivala u kojoj mjeri se ispitanicima sviđaju filmovi ponuđenih glumaca. U Tablici 8. nalazi se točan raspored odgovora ispitanika na pitanja vezana za filmske glumce. Odgovori ispitanika su ukazali na to da puno bolje poznaju glumce od redatelja, te se pokazalo kako je omiljeni glumac među ispitanicima Leonardo DiCaprio, za kojeg je 84,3% ispitanika izrazilo kako im se sviđaju ili jako sviđaju njegovi filmovi. Iza njega po popularnosti slijede Morgan Freeman, za kojeg je 83,4% ispitanika izrazilo kako im se sviđaju ili jako sviđaju njegovi filmovi te Johnny Depp, čiji se filmovi sviđaju ili jako sviđaju 82,5% ispitanika. Za odgovore koji se odnose na preferencije u kontekstu glumaca također nije prikazan M i SD zato što je najviša vrijednost 6 izražavala „Ne poznajem filmove ovog glumca“. Glumci za koje je najviše ispitanika izrazilo kako ne poznaje njihove filmove su Marlon Brando, čije filmove ne poznaje 24,3% ispitanika, što je očekivano budući da se radi o glumcu iz vremena klasičnog Hollywooda. Iza njega, najviše ispitanika ne poznaje filmove Christiana Balea (12,2%) te Denzela Washingtona, njih 10,1%.

Tablica 8. U kojoj mjeri se ispitanicima sviđaju filmovi određenih glumaca

<i>Filmski glumac</i>	<i>Nimalo mi se ne sviđaju %</i>	<i>Ne sviđaju mi se %</i>	<i>Niti mi se sviđaju, niti mi se ne sviđaju %</i>	<i>Sviđaju mi se %</i>	<i>Jako mi se sviđaju %</i>	<i>Ne poznajem filmove ovog glumca %</i>
Leonardo DiCaprio	1,2	3	11	34,4	49,9	0,6
Morgan Freeman	0,3	3,3	10,4	29,7	53,7	2,7
Johnny Depp	0,9	1,2	14,8	29,4	53,1	0,6
Robert de Niro	0,6	3	13,4	38	43,3	1,8
Brad Pitt	2,1	4,2	15,1	45,4	32,9	0,3
Tom Hanks	1,5	3,9	15,7	40,1	36,8	2,1
Robin Williams	1,8	3,6	15,7	34,4	40,4	4,2
Al Pacino	0,6	5	18,4	33,5	38	4,5
Keanu Reeves	1,5	3,9	19,3	30,9	38	6,5
Will Smith	3,3	8,6	21,4	40,1	26,4	0,3
Hugh Jackman	0,6	3	22,8	39,5	26,7	7,4
Jack Nicholson	0,9	1,8	24	35	27,3	11
Christian Bale	0,3	2,7	22,8	28,2	33,8	12,2
Denzel Washington	1,2	7,1	21,7	34,7	25,2	10,1
Jackie Chan	3,3	13,1	30	26,7	25,5	1,5
Eddie Murphy	1,8	11	33,8	32,6	17,8	3
Marlon Brando	0,3	2,4	24,9	27,3	20,8	24,3
Adam Sandler	7,1	14,5	27	25,2	21,4	4,7
Dwayne Johnson	7,7	15,7	28,5	25,5	19,3	3,3
Tom Cruise	9,2	19,3	27	30,9	12,8	0,9
Sylvester Stallone	7,1	17,5	32	27,9	13,1	2,4
Ben Stiller	4,5	11,9	34,4	27,9	10,4	11
Arnold Schwarzenegger	10,7	21,7	35,9	19	11,3	1,5
Steven Segal	19	24,3	29,1	15,4	6,8	5,3

U Tablici 9. nalaze se odgovori ispitanika na tvrdnje koje se odnose na poznavanje filmova određenih holivudskih glumica. Najpopularnija glumica među ispitanicima je Meryl Streep, za koju je 78,3% ispitanika izrazilo kako im se sviđaju ili jako sviđaju njeni filmovi. Iza Meryl Streep slijedi Julia Roberts, za koju je 76,9% ispitanika izrazilo kako im se sviđaju ili jako sviđaju njeni filmovi te Margot Robbie, čiji se filmovi sviđaju ili jako sviđaju 75,7% ispitanika. Najveći broj ispitanika ne poznaje filmove glumice Sally Field, njih čak 59,6%. Iza nje slijedi Anna Farris za koju je 42,4% ispitanika izrazilo kako ne poznaje njene filmove. Iza njih, očekivano, slijede glumice iz klasičnog razdoblja Hollywooda, Katherine Hepburn, čije filmove ne poznaje 38,9% ispitanika te Audrey Hepburn, čije filmove ne poznaje 22% ispitanika.

Tablica 9. U kojoj mjeri se ispitanicima sviđaju filmovi određenih glumica

<i>Filmska glumica</i>	<i>Nimalo mi se ne sviđaju %</i>	<i>Ne sviđaju mi se %</i>	<i>Niti mi se sviđaju, niti mi se ne sviđaju %</i>	<i>Sviđaju mi se %</i>	<i>Jako mi se sviđaju %</i>	<i>Ne poznajem filmove ove glumice %</i>
Meryl Streep	0,6	1,8	11,6	32	46,3	7,7
Julia Roberts	1,2	3,6	16,6	36,8	40,1	1,8
Margot Robbie	2,1	1,8	11,6	38,6	37,1	8,9
Scarlett Johansson	1,5	3,3	18,1	42,7	31,8	2,7
Emma Stone	0,6	5	16,6	37,4	36,5	3,9
Natalie Portman	0,3	3,6	19,9	45,1	27	4,2
Angelina Jolie	2,1	4,2	23,7	38,9	30,9	0,3
Jennifer Aniston	1,8	9,5	20,5	34,1	33,5	0,6
Kate Winslet	0,3	3,3	19	41,8	25,2	10,4
Nicole Kidman	0,9	3,6	24,9	40,9	25,8	3,9
Cameron Diaz	2,7	11,3	26,1	36,2	20,2	3,6
Salma Hayek	1,5	6,8	22,3	37,1	18,7	13,6
Audrey Hepburn	0,9	2,1	20,5	34,3	20,2	22
Reese Witherspoon	1,5	6,8	29,1	35,6	13,9	13,1
Jodie Foster	1,5	4,5	22,6	32	16,6	22,8
Sharon Stone	1,2	1,8	32,9	32,6	14,8	16,6
Halle Berry	1,8	7,7	30,6	37,4	9,2	13,4
Drew Barrymore	0,9	6,8	26,1	33,2	11,6	21,4
Elizabeth Taylor	0,6	3,3	28,5	31,2	11,6	24,9
Marilyn Monroe	1,5	3,9	36,8	29,7	13,4	14,8
Megan Fox	6,8	19,3	30,9	23,4	15,7	3,9
Julie Andrews	0,6	1,8	20,5	24,9	10,7	41,5
Sarah Jessica Parker	5	17,8	32,9	23,7	10,7	9,8
Courteney Cox	1,8	9,5	26,7	17,6	14,5	19,9
Katherine Hepburn	1,2	2,1	26,1	21,1	10,7	38,9
Anna Farris	2,7	6,2	26,7	15,1	6,8	42,4
Sally Field	0,3	2,4	22	13,9	1,8	59,6

Nakon ispitivanja preferencija između žanrova, redatelja, glumaca i glumica, uslijedilo je pitanje koje se ispitalo koliko su ispitanicima važni pojedini aspekti filmova. Potpuna distribucija odgovora ispitanika na te tvrdnje nalazi se u Tablici 10. Najveći broj ispitanika je izrazio kako su im najvažniji aspekti pri gledanju filmova „Da izaziva emocije“ ($M = 3,9$, $SD = 0,82$) te „Da ima originalan sadržaj i stil“ ($M = 3,9$, $SD = 0,94$). Iza toga slijedi aspekt koji glasi „Da je zabavan“ ($M = 3,7$, $SD = 1,00$). Kao najmanje važnim aspektima pri gledanju filmova pokazali su se aspekti koji glase „Da je romantičan“ ($M = 2,4$, $SD = 1,12$) te zatim aspekt pod nazivom „Da u njemu glumi meni omiljeni glumac ili glumica“ ($M = 2,5$, $SD = 1,13$).

Tablica 10. Važnost pojedinih aspekata pri gledanju filmova

<i>Aspekti</i>	<i>Nimalo mi nije bitno %</i>	<i>Nije mi bitno %</i>	<i>Niti mi je bitno, niti mi je nebitno %</i>	<i>Bitno mi se %</i>	<i>Jako mi je bitno %</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Da ima originalan sadržaj i stil	1,5	5,3	20,8	39,5	32,9	3,9	0,94
Da izaziva emocije	0,6	5,9	15,7	54,9	22,8	3,9	0,82
Da je zabavan	3	9,2	17,8	46	24	3,7	1,00
Da se kamera koristi na kreativan način	5,6	11,6	29,7	37,1		3,4	1,06
Da sadržava likove s kojima se mogu poistovjetiti	6,5	20,8	32,3	32,3	8	3,1	1,04
Da sadržava akciju i avanturu	9,5	19,3	28,5	35,6	7,1	3,1	1,09
Da sadržava moralnu poruku	8,6	18,4	31,5	30	11,6	3,1	1,12
Da iz njega nešto naučim	9,2	17,5	32,3	27,6	13,4	3,1	1,15
Da ga je lako pratiti	9,2	27	28,5	22,3	13,1	3,0	1,17
Da u njemu glumi meni omiljeni glumac ili glumica	23,4	26,4	28,5	18,1	3,6	2,5	1,13
Da je romantičan	22,8	30	28,2	14,5	4,5	2,4	1,12

Nadalje, trebalo je ispitati na koji način ispitanici najčešće gledaju filmove. Ispitanicima su ponuđeni najčešći načini na koji se gledaju filmovi, a to su: TV kanali, streaming servisi, gledanje u kinima, projekcije nezavisnih filmova, kinoteke i filmski festivali. Odgovori ispitanika su pokazali da najveći broj ispitanika gleda filmove putem streaming servisa poput Netflix-a i HBO-a ($M = 3,9$, $SD = 1,07$). Začuđuje činjenica da iza *streaming* servisa po učestalosti slijede projekcije u multipleks kinima kao što je Cinestar ($M = 2,85$, $SD = 0,78$), a tek iza kina po učestalosti se nalazi gledanje filmova na TV kanalima ($M = 2,7$, $SD = 1,00$). Takvi odgovori ukazuju na činjenicu da studentska populacija u velikom broju ne posjeduje TV uređaj u svom studentskom smještaju (ili da ih ne koriste) te da su značajno orijentirani prema konzumaciji sadržaja putem interneta, što potvrđuje činjenica da najveći broj ispitanika gleda filmove putem *online streaming* servisa. Točan raspored odgovora ispitanika na to pitanje može se vidjeti u Tablici 11.

Tablica 11. Na koji način ispitanici najčešće gledaju filmove

	<i>Nikada %</i>	<i>Gotovo nikada%</i>	<i>Ponekad %</i>	<i>Često %</i>	<i>Uvijek %</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Streaming servisi (npr. Netflix, HBO)	6,2	2,7	17,5	41,5	32	3,9	1,07
Projekcije u multipleks kinima (Cinestar	4,2	25,5	52,8	16	1,5	2,85	0,78
TV kanali	9,8	29,4	38,3	17,8	4,7	2,7	1,00
Projekcije nezavisnih filmova	43,3	31,2	17,5	7,7	0,3	1,91	0,96
U kinoteci	63,2	20,2	13,1	3	0,6	1,5	0,87
Na filmskim festivalima	65	22,6	10,4	1,2	0,9	1,5	0,79

Naposljetku, kako bi se dobio bolji uvid u povezanost kulturnog kapitala i gledanja filmova, postavljeno je pitanje koje glasi „Uz holivudske filmove, koliko često gledate filmove koji ne pripadaju angloameričkom govornom području (strani nezavisni filmovi)?“. Odgovori ispitanika pokazali su kako najveći broj ispitanika ponekad gleda strane nezavisne filmove (48,4%), iza kojih slijede oni koji ih gotovo nikada ne gledaju (24,9%). Može se zaključiti kako generalno ispitanici povremeno gledaju strane nezavisne filmove, ali više naginju prema rjeđem gledanju stranih nezavisnih filmova nego čestom gledanju ($M = 2,91$, $SD = 0,93$).

Tablica 12. Koliko često ispitanici gledaju strane nezavisne filmove

	<i>N</i>	<i>%</i>
Nikada	19	5,6
Gotovo nikada	84	24,9
Ponekad	163	48,4
Često	50	14,8
Vrlo često	21	6,2

6.3. Kulturni kapital

Nakon pitanja koja su ispitivala filmske preferencije, uslijedila su pitanja kojima je bio cilj dobiti uvid u objektivirani i institucionalizirani oblik kulturnog kapitala ispitanika. Prvo pitanje u tom dijelu anketnog upitnika ispitivalo je količinu objektiviranog kulturnog kapitala ispitanika i to na način da se ispitanike upitalo „Prema Vašoj procjeni, koliko se tiskanih knjiga nalazi u Vašem kućanstvu (ne računaju se školski udžbenici)?“. Odgovori ispitanika su pokazali kako najveći broj ispitanika u svom kućanstvu posjeduje 51-100 knjiga (26,4% ispitanika), iza čega su uslijedili oni koji posjeduju 26-50 knjiga (18,4%) te zatim oni koji posjeduju 101-200 knjiga u svome kućanstvu (16,9%) (Tablica 13).

Tablica 13. Koliko se tiskanih knjiga nalazi u kućanstvima ispitanika

	N	%
0-25	56	16,6
26-50	62	18,4
51-100	89	26,4
101-200	57	16,9
201-500	47	13,9
Više od 500 knjiga	26	7,7

Budući da je ovo istraživanje provedeno na uzorku studentske populacije, ispitivanje institucionaliziranog kulturnog kapitala ne bi bilo relevantno zato što se pretpostavlja kako svi studenti imaju završen podjednak stupanj obrazovanja: studenti preddiplomskog i integriranog studija imaju završenu četverogodišnju srednju strukovnu školu ili gimnaziju, dok studenti diplomskih studija imaju završen preddiplomski ili dodiplomski sveučilišni studij. Međutim, budući da su istraživanja drugih autora ukazala na to da postoji značajna povezanost između kulturnog kapitala roditelja i djece, ovo je istraživanje ispitalo koji stupanj stručne spreme imaju očevi i majke ispitanika. Tablica 14. pokazuje odgovore ispitanika na pitanje koje se odnosilo na stupanj stručne spreme njihovih očeva. Odgovori ispitanika pokazali su kako uvjerljivo najveći broj očeva ispitanika ima završenu četverogodišnju srednju strukovnu školu, njih 135 (40,1% uzorka). Iza toga slijede oni ispitanici čiji očevi imaju završenu trogodišnju srednju strukovnu školu (23,1%) te oni čiji očevi imaju završen diplomski sveučilišni studij ili integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij (14,5%). Najmanje ima onih ispitanika čiji otac ima

završenu osnovnu školu (2,7%) te onih kojima otac ima završen poslijediplomski doktorski sveučilišni studij (2,7%). Ne postoji niti jedan ispitanik čiji otac nema završenu osnovnu školu.

Isto je pitanje postavljeno kako bi se ispitaio stupanj stručne spreme majki ispitanika, te se rezultati nalaze u Tablici 15. Pokazalo se kako je načelno stručna sprema majki ispitanika nešto viša od one koju imaju očevi. Najveći broj ispitanika izrazilo je kako njihove majke imaju završenu četverogodišnju srednju strukovnu školu, njih 138 (40,9%), dok iza njih slijede oni čije majke imaju završen diplomski sveučilišni studij ili integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij (14,5%). Iza toga slijede oni ispitanici čije majke imaju završenu trogodišnju srednju strukovnu školu (13,4%). Kao i kod očeva, najmanji broj majki ispitanika ima završen poslijediplomski doktorski sveučilišni studij (1,8%), ali je zato broj majki ispitanika koje imaju završenu samo osnovnu školu značajno viši u odnosu na očeve – čak 22 ispitanika (6,5%) izrazilo je kako njihova majka ima završenu samo osnovnu školu. Također, u slučaju majki ispitanika, ne postoji niti jedna osoba čija majka nema završenu osnovnu školu.

Tablica 14. Stupanj stručne spreme oca ispitanika

	N	%
Nezavršena osnovna škola,	0	0
Osnovna škola	9	2,7
Trogodišnja srednja strukovna škola (za industrijska, obrtnička, zanatska zanimanja)	78	23,1
Četverogodišnja srednja strukovna škola (npr. tehnička, ekonomska, medicinska, umjetnička)	135	40,1
Gimnazija	11	3,3
Preddiplomski/dodiplomski stručni studij (viša škola, visoka škola, veleučilište)	19	5,6
Specijalistički diplomski stručni studij (mag. struke)	15	4,5
Preddiplomski/dodiplomski sveučilišni studij	12	3,6
Diplomski sveučilišni studij i integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij (mag. sveučilišni, magistar znanosti)	49	14,5
Poslijediplomski doktorski sveučilišni studij	9	2,7

Tablica 15. Stupanj stručne spreme majke ispitanika

	N	%
Nezavršena osnovna škola	0	0
Osnovna škola	22	6,5
Trogodišnja srednja strukovna škola (za industrijska, obrtnička, zanatska zanimanja)	45	13,4
Četverogodišnja srednja strukovna škola (npr. tehnička, ekonomska, medicinska, umjetnička)	138	40,9
Gimnazija	19	5,6
Preddiplomski/dodiplomski stručni studij (viša škola, visoka škola, veleučilište)	36	10,7
Specijalistički diplomski stručni studij (mag. struke)	12	3,6
Preddiplomski/dodiplomski sveučilišni studij	10	3
Diplomski sveučilišni studij i integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij (mag. sveučilišni, magistar znanosti)	49	14,5
Poslijediplomski doktorski sveučilišni studij	6	1,8

U sklopu istraživanja kulturnog kapitala ispitanika, u jednom je pitanju ispitan i ekonomski kapital ispitanika. Konkretno, od ispitanika se tražilo da izraze u kojoj mjeri je njihovom kućanstvu teško, odnosno lako zadovoljiti svoje potrebe ukoliko se uzme u obzir mjesečni prihod kućanstva. Pitanje je glasilo „Kada uzmete u obzir ukupan mjesečni prihod Vašeg kućanstva, može li Vaše kućanstvo zadovoljiti svoje potrebe („spojiti kraj s krajem“)?“. Odgovori ispitanika nalaze se u Tablici 16. te se pokazalo kako najvećem broju ispitanika kućanstvo može zadovoljiti svoje financijske potrebe uz male teškoće (30,6%), iza čega slijede oni čije kućanstvo može zadovoljiti svoje financijske potrebe prilično lako (29,4%). Najmanje je ispitanika izrazilo kako njihovo kućanstvo ima velike poteškoće pri zadovoljavanju svojih potreba (1,8%) te se može zaključiti kako ispitanici poglavito imaju dobre ekonomske uvjete u svojim kućanstvima ($M = 3,9$, $SD = 1,20$).

Tablica 16. Mjesečni prihodi ispitanika

Može li kućanstvo zadovoljiti svoje potrebe	N	%
Uz velike poteškoće	6	1,8
Uz poteškoće	27	8
Uz male poteškoće	103	30,6
Prilično lako	99	29,4
Lako	62	18,4
Vrlo lako	40	11,9

Naposljetku, polazeći od pretpostavke kako poznavanje stranih jezika može poslužiti kao vrlo dobar indikator količine kulturnog kapitala koji ispitanici posjeduju, postavljeno je pitanje koje je istražilo koliko stranih jezika ispitanici govore dovoljno dobro da bi na njima mogli voditi razgovor. Najveći broj ispitanika izrazio je kako govore dva strana jezika, njih 135 (40,1%), iza čega slijede oni koji govore jedan strani jezik, njih 132 (39,2%). Samo 6 ispitanika (1,8%) ne govori niti jedan strani jezik, dok njih 12 (3,6%) govori četiri ili više stranih jezika (Tablica 17).

Tablica 17. Koliko stranih jezika ispitanici govore (dovoljno dobro da bi na njima mogli voditi razgovor)

<i>Broj stranih jezika</i>	N	%
Nijedan	6	1,8
Jedan	132	39,2
Dva	135	40,1
Tri	52	15,4
Četiri ili više jezika	12	3,6

6.4. Vrijednosne orijentacije

Posljednja cjelina u anketnom upitniku provedenom u sklopu ovog istraživanja odnosila se na vrijednosne orijentacije ispitanika. Prvo su ispitani stavovi ispitanika prema određenim životnim vrijednostima. Ponuđena im je skala važnosti s vrijednostima od 1 do 5 (od „Uopće mi nije važno“ do „Vrlo mi je važno“). Ispitanici su izrazili kako su im najvažnije životne vrijednosti neovisnost i osobna sloboda ($M = 4,7$, $SD = 0,48$) i sigurnost ($M = 4,7$, $SD = 0,50$). Iza toga slijede jednakost ($M = 4,6$, $SD = 0,68$), socijalna pravednost ($M = 4,6$, $SD = 0,69$), osobni razvoj ($M = 4,6$, $SD = 0,55$), zdravlje ($M = 4,6$, $SD = 0,57$) te odanost ($M = 4,6$, $SD = 0,64$). Kao uvjerljivo najmanje važnu životnu vrijednost ispitanici su označili vjeru i religiju ($M = 2,6$, $SD = 1,49$), iza

koje slijedi bogatstvo ($M = 3,0$, $SD = 1,03$). Već nakon deskriptivne analize podataka koji se odnose na životne vrijednosti moglo se uočiti kako među ispitanicima prevladavaju progresivne, postmoderne vrijednosti kao što su osobna sloboda, jednakost, socijalna pravednost i osobni razvoj. Raspored odgovora ispitanika prema vrijednostima nalazi se u Tablici 18.

Tablica 18. Stavovi ispitanika prema vrijednostima

	<i>Uopće mi nije važno %</i>	<i>Uglavnom mi nije važno %</i>	<i>Nije mi niti važno ni nevažno %</i>	<i>Uglavnom mi je važno %</i>	<i>Vrlo mi je važno %</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Neovisnost i osobna sloboda	0	0	1,5	26,4	72,1	4,7	0,48
Sigurnost	0	0	2,7	23,1	74,2	4,7	0,50
Jednakost	0,3	1,2	5,3	23,1	70	4,6	0,68
Socijalna pravednost	0,6	0,9	5,6	23,7	69,1	4,6	0,69
Osobni razvoj		0,3	3,6	23,1	73	4,6	0,55
Zdravlje	0	0,3	5	19,9	74,8	4,6	0,57
Odanost	0,3	0,9	4,2	27,9	66,8	4,6	0,64
Obitelj	1,5	2,1	3,0	24,3	69,1	4,5	0,78
Samopoštovanje	0,3	0,9	6,5	27,6	64,7	4,5	0,68
Očuvanje mira	0	1,2	8,6	30,6	59,6	4,4	0,70
Zabava i slobodno vrijeme	0,3	0,9	6,8	40,1	51,9	4,4	0,68
Ljubav i intimnost	0,6	3,3	9,5	31,2	55,5	4,3	0,83
Sreća drugih ljudi	0,3	1,5	10,1	42,7	45,4	4,3	0,73
Zaštita okoliša	0,6	3,3	13,1	43,3	39,8	4,1	0,82
Poslovni uspjeh	0	2,7	17,5	40,4	39,5	4,1	0,80
Ambicioznost	0,3	5,9	17,5	35,3	40,9	4,1	0,91
Kreativnost	0,3	4,2	16,3	37,4	41,8	4,1	0,86
Hrabrost	0,6	4,2	19,6	43	32,6	4,0	0,86
Karijera	3	5,3	18,1	45,7	27,9	3,9	0,96
Bogatstvo	8	16,6	42,4	24,6	8,3	3,0	1,03
Vjera i religija	35,6	13,4	19,6	15,1	16,3	2,6	1,49

Još jedan aspekt koji je važan kako bi se dobio uvid u vrijednosne orijentacije ispitanika bilo je ispitivanje važnosti pojedinih životnih ciljeva ispitanika. Slično kao u prethodnom pitanju, ispitanicima je ponuđen niz životnih ciljeva te su oni trebali označiti u kojoj mjeri (od „Uopće mi nije važno“ do „Vrlo mi je važno“) im je svaki od tih životnih ciljeva važan. Odgovori ispitanika

prikazani su u Tablici 19. te su ukazali na to da su ispitanicima najvažniji životni ciljevi unutarnji sklad ($M = 4,6$, $SD = 0,57$) te prisutnost odanih prijatelja ($M = 4,6$, $SD = 0,65$). Iza ta dva životna cilja, po važnosti slijede: imati dovoljno slobodnog vremena ($M = 4,5$, $SD = 0,62$) te ispunjenost u ljubavnom i intimnom životu ($M = 4,4$, $SD = 0,87$). Najmanje važnim životnim ciljem kod ispitanika pokazao se životni cilj koji glasi „postati slavan/na“ ($M = 1,7$, $SD = 0,89$) iza kojeg slijedi „biti popularan/na i omiljen/a u društvu“ ($M = 2,3$, $SD = 1,06$). Odgovori ispitanika na pitanja koja se odnose na životne ciljeve također su indikator činjenice da su ispitanici u ovom istraživanju izrazili poglavito progresivne, postmoderne životne orijentacije, budući da najvažnijim životnim ciljevima smatraju unutarnji sklad, dovoljno slobodnog vremena te ispunjenost u ljubavnom i intimnom životu.

Tablica 19. Stavovi ispitanika prema životnim ciljevima

	<i>Uopće mi nije važno %</i>	<i>Uglavnom mi nije važno %</i>	<i>Nije mi ni važno ni nevažno %</i>	<i>Uglavnom mi je važno %</i>	<i>Vrlo mi je važno %</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>
Unutarnji sklad	0	0,3	4,5	24,3	70,9	4,6	0,57
Prisutnost odanih prijatelja	0,6	0,3	4,7	26,4	68	4,6	0,65
Imati dovoljno slobodnog vremena	0,3	0	5	37,1	57,6	4,5	0,62
Ispunjenost u ljubavnom i intimnom životu	2,1	2,1	6,8	25,5	63,5	4,4	0,87
Živjeti mirno u krugu obitelji	0,9	3	11	32	53,1	4,3	0,85
Uzbudljiv posao	1,2	6,2	22,3	37,7	32,6	3,9	0,96
Imati dobar materijalni položaj	2,7	4,5	17,8	49,6	25,5	3,9	0,92
Zabavljati se i izlaziti	6,5	11,3	28,8	37,7	15,7	3,4	1,08
Dobro izgledati, biti privlačan/na	6,2	11	31,5	41,2	10,1	3,3	1,01
Biti dobro društveno umrežen	6,8	16,9	26,7	39,5	10,1	3,2	1,07
Ostvariti ugledan društveni položaj	11,3	14,2	36,2	27,3	11	3,1	1,13
Biti popularan/na i omiljen/a u društvu	27,3	28,8	30,9	10,4	2,7	2,3	1,06
Postati slavan/na	51	27,3	18,1	3	0,6	1,7	0,89

6.5. Testiranje hipoteza

H1: Ispitanici koji gledaju više filmova preferiraju legitimnije filmske žanrove.

Kako bi se provjerila prva hipoteza, prvo je bilo potrebno provesti faktorsku analizu filmskih žanrova kako bi se utvrdile latentne dimenzije filmskog ukusa te kako bi se na temelju faktorske analize mogle kreirati indeksi različitih filmskih preferencija. Nakon provedene faktorske analize izlučeno je 6 faktora koji ukupno objašnjavaju 63,8% varijance (Tablica 20). Prvi faktor ukupno okuplja pet čestica: film povijesne tematike, ratni film, biografski film, vestern i dokumentarni film te je na temelju sadržaja čestica faktor nazvan „Legitimni filmski ukus“. Drugi faktor okuplja tri čestice: avanturu, znanstveno – fantastični i akcijski žanr te je on na temelju svog sadržaja nazvan „akcijsko–popularni filmski ukus“. Zatim, treći faktor nazvan je „Dječji“ te on okuplja tri čestice, a to su dugometražni animirani film, film za djecu i dokumentarni film. Budući da dokumentarni film svojim sadržajem, ali i zasićenošću znatno slabije korelira s dugometražnim animiranim filmom i filmom za djecu, on je izostavljen iz samog imena faktora. Četvrti faktor zasićen je romantičnim filmovima i komedijama te je stoga nazvan „Romantično–humorni“, dok je peti faktor zasićen kriminalističkim filmom i trilerom te je nazvan „Kriminalistički“. Šesti faktor zasićen je samo česticom horor filmova te je stoga nazvan „Horor“.

Tablica 20. Filmske preferencije ispitanika:
matrica ekstrahiranih faktora nakon provedene *varimax* transformacije

	<i>Legitimni</i>	<i>Akcijsko- popularni</i>	<i>Dječji</i>	<i>Romantično- humorni</i>	<i>Kriminalistički</i>	<i>Horor</i>
Film povijesne tematike	,827					
Ratni film	,763					
Biografski	,659					
Vestern	,621					
Dokumentarni	,504		,477			
Avantura		,732				
Znanstveno - fantastični		,677				

Akcijski	,669
Drama	
Dugometražni animirani	,786
Film za djecu	,650
Romantični	,780
Komedija	,728
Kriminalistički	,789
Triler	,721
Horor	,866

Zatim su na temelju rezultata faktorske analize izračunati aditivni indeksi koji predstavljaju zbroj vrijednosti na pojedinim faktorima. Budući da faktori „Legitimni ukus“ i „Akcijsko-popularni ukus“ objašnjavaju najveći postotak varijance te da oni predstavljaju najvažniju distinkciju između legitimnog i popularnog filmskog ukusa, ta će se dva faktora koristiti za naredne analize u nastavku rada (Tablica 21).

Tablica 21. Aditivni indeksi vrijednosti na pojedinim faktorima

<i>Indeks</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>Cronbach α</i>
Legitimni	16,09	4,04	0,739
Akcijsko-popularni	10,96	2,59	0,614
Dječji	10,67	2,45	0,533
Romantično-humorni	7,58	1,80	0,556
Kriminalistički	8,24	1,61	0,480

Pomoću aditivnih indeksa legitimnog i akcijsko-popularnog ukusa proveden je Pearsonov test korelacije u kojem je istražena korelacija između gledanja legitimnih i akcijsko-popularnih žanrova te učestalosti gledanja filmova. Tablica 22 pokazuje rezultate testa korelacija te je provjera hipoteze pokazala kako postoji statistički značajna korelacija između varijable „Legitimni ukus“ i

učestalosti gledanja filmova, ali i pozitivna korelacija između varijabli „Akcijsko–popularni ukus“ i učestalosti gledanja filmova. Oba indeksa imaju statistički značajnu korelaciju s učestalošću gledanja filmova uz uvjet da je $p < 0,01$, a zanimljiva je činjenica da je utvrđena veća korelacija između akcijsko–popularnih žanrova i učestalosti gledanja filmova nego između legitimnih žanrova i učestalosti. To se može objasniti činjenicom da su popularni žanrovi komercijalniji te samim time lakše dostupni studentima te da su u većoj mjeri zastupljeni u kino projekcijama, na televiziji i streaming servisima od legitimnih filmskih žanrova te su samim time gledaniji. Hipoteza se odbacuje zato što se pokazalo da je učestalost gledanja filmova u pozitivnoj korelaciji s obje vrste filmskih preferencija, pri čemu je korelacija učestalosti i akcijsko-popularnih žanrova nešto veća.

Tablica 22. Pearsonov test korelacije između učestalosti gledanja filmova i legitimnog te akcijsko-popularnog filmskog ukusa

	<i>Učestalost gledanja filmova</i>	
	<i>r</i>	<i>p</i>
<i>Legitimni ukus</i>	0,154	0,005
<i>Akcijsko–popularni ukus</i>	0,211	0,000

H2a: Ispitanicima koji gledaju legitimnije filmske žanrove važnije su „inovativne“ značajke filmova nego ispitanicima koji gledaju popularne filmske žanrove.

Ova je hipoteza zasnovana na nalazima do kojih su došli Daenekindt i Roose (2013), koji pretpostavljaju kako ljudi koji posjeduju legitimni ukus preferiraju inovativne značajke jer posjeduju razvijenije estetske dispozicije. U ovome je radu pretpostavljeno kako ljudi koji gledaju legitimne filmske žanrove imaju afinitete prema inovativnim značajkama pri gledanju filmova, kao što su „Da ima originalan sadržaj ili stil“ i „Da se kamera koristi na kreativan način“. Kako bi se utvrdile latentne dimenzije u nizu varijabli koje su se odnosile na važnost pojedinih značajki pri gledanju filmova, provedena je faktorska analiza. Nakon provedbe faktorske analize, izlučena su 4 faktora koji ukupno objašnjavaju 63,7% varijance. Prvi faktor okuplja ukupno četiri čestice: "Da sadržava moralnu pouku", „Da iz njega nešto naučim“, „Da sadržava akciju i avanturu“ i „Da u

njemu glumi meni omiljeni glumac/glumica“, te je nazvan „Akcijsko–poučne značajke“. Drugi faktor okuplja tri čestice, a to su „Da je zabavan“, „Da ga je lako pratiti“ i „Da u njemu glumi meni omiljeni glumac/glumica“ te je na temelju sadržaja čestica nazvan „Zabavne značajke“. Treći faktor okuplja dvije čestice: „Da se kamera koristi na inovativan način“ i „Da ima originalan sadržaj i stil“ te je nazvan „Inovativne značajke“ te se taj faktor podudara s nalazima Daenekinda i Roosea. Četvrti faktor okuplja dvije čestice: „Da izaziva emocije“ i „Da je romantičan“ te je nazvan „Emotivne značajke“ (Tablica 23). Na temelju rezultata faktorske analize izračunali su se aditivni indeksi koji predstavljaju zbroj vrijednosti na pojedinim faktorima te se oni nalaze u Tablici 24. Indeks „Emotivne značajke“ se odbacuje iz daljnje analize zbog niske pouzdanosti skale (Cronbach alfa koeficijent tog indeksa iznosi 0,427).

Tablica 23. Važnost pojedinih značajki prilikom gledanja filma:
matrica ekstrahiranih faktora nakon provedene *varimax* transformacije

	<i>Akcijsko- poučne značajke</i>	<i>Zabavne značajke</i>	<i>Inovativne značajke</i>	<i>Emotivne značajke</i>
<i>Da sadržava moralnu pouku</i>	,818			
<i>Da iz njega nešto naučim</i>	,742			
<i>Da sadržava akciju i avanturu</i>	,571			
<i>Da je zabavan</i>		,828		
<i>Da ga je lako pratiti</i>		,811		
<i>Da u njemu glumi meni omiljeni glumac/glumica</i>	,430	,453		
<i>Da se kamera koristi na kreativan način</i>			,889	
<i>Da ima originalan sadržaj ili stil</i>			,822	
<i>Da izaziva emocije</i>				,758
<i>Da je romantičan</i>				,700

Tablica 24. Aditivni indeksi vrijednosti na pojedinim faktorima

<i>Indeks</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>Cronbach α</i>
<i>Akcijsko-poučne značajke</i>	11,99	3,11	0,631
<i>Zabavne značajke</i>	9,33	2,49	0,608
<i>Inovativne značajke</i>	7,43	1,76	0,695
<i>Emotivne značajke</i>	6,41	1,57	0,427

Kako bi se ova hipoteza provjerila, proveden je Pearsonov test korelacije između aditivnog indeksa „Inovativne značajke“ s varijablama legitimni i akcijsko–popularni ukus. Rezultati testa korelacije nalaze se u Tablici 25 te se može vidjeti kako postoji statistički značajna povezanost između gledanja filmova koji pripadaju legitimnom ukusu i važnosti inovativnih značajki pri gledanju filmova ($p < 0,01$). S druge strane, postoji negativna korelacija između gledanja filmova koji pripadaju akcijsko–popularnom ukusu i inovativnih značajki, što znači da ispitanici koji preferiraju filmove koji pripadaju akcijsko-popularnom ukusu ne preferiraju inovativne značajke (kreativno korištenje kamere i originalan sadržaj i stil), dok ispitanici koji preferiraju filmove koji spadaju u legitimni ukusu preferiraju kreativno korištenje kamere i originalan sadržaj i stil. Hipoteza se potvrđuje te se zaključuje kako su ispitanicima koji preferiraju legitimnije filmske žanrove važnije „inovativne“ značajke filmova nego ispitanicima koji preferiraju popularne filmske žanrove.

Tablica 25. Pearsonov test korelacije između inovativnih značajki te legitimnog i akcijsko-popularnog filmskog ukusa

	<i>Inovativne značajke pri gledanju filmova</i>	
	<i>r</i>	<i>p</i>
<i>Legitimni ukus</i>	0,184	0,001
<i>Akcijsko-popularni ukus</i>	-0,020	0,712

H2b: Ispitanicima koji gledaju popularne filmske žanrove važnije su „akcijske“ značajke filmova nego ispitanicima koji gledaju legitimne filmske žanrove.

Kako bi se ova hipoteza provjerila, bilo je potrebno provesti Pearsonov test korelacije između indeksa legitimnog ukusa i akcijsko-popularnog ukusa s aditivnim indeksom „Akcijsko-poučne značajke“ koji je dobiven prilikom faktorske analize važnosti pojedinih značajki prilikom gledanja filmova, budući da se sadržaj indeksa poprilično poklapa s akcijskim značajkama o kojima su govorili Daenekindt i Roose (2013). Prvo je proveden test korelacije između legitimnog ukusa i akcijsko-poučnih značajki. U Tablici 26 može se vidjeti kako postoji statistički značajna korelacija između gledanja filmova koji pripadaju legitimnom ukusu i afinitetu prema akcijsko-poučnim značajkama, što može biti posljedica toga što su u faktor akcijsko-poučnih značajki spadale i značajke koje su se odnosile na afinitet ispitanika da nauče nešto iz filmova koje gledaju.

Nadalje, nakon provođenja Pearsonovog testa korelacije između varijable akcijsko-popularni ukus s akcijsko-poučnim značajkama, pokazalo se kako postoji statistički značajna povezanost između afiniteta prema akcijsko-poučnim značajkama filmova i akcijsko-popularnog ukusa i da je koeficijent korelacije nešto veći nego u korelaciji legitimnog ukusa s akcijsko-poučnih značajkama (Tablica 27). Drugim riječima, i ispitanici koji preferiraju legitimne filmove i oni koji preferiraju akcijsko-popularne žanrove preferiraju akcijsko-poučne značajke. Hipoteza je potvrđena zato što se pokazalo kako su ispitanicima koji gledaju popularne filmske žanrove važnije „akcijske“ značajke filmova nego ispitanicima koji gledaju legitimne filmske žanrove.

Tablica 26. Pearsonov test korelacije između legitimnog filmskog ukusa i akcijsko-poučnih značajki

	<i>Legitimni ukus</i>	
	<i>r</i>	<i>p</i>
<i>Akcijsko-poučne značajke</i>	0,216	0,000

Tablica 27. Pearsonov test korelacije između akcijsko-popularnog filmskog ukusa i akcijsko-poučnih značajki

	<i>Akcijsko-popularni ukus</i>	
	<i>r</i>	<i>p</i>
<i>Akcijsko-poučne značajke</i>	0,253	0,000

H3: Ispitanici koji preferiraju redatelje koji odgovaraju legitimnom ukusu preferiraju legitimne filmske žanrove.

Kako bi se ova hipoteza provjerila, analizirane su razlike u legitimnom ukusu među skupinama ispitanika s obzirom na iskazane preferencije prema filmovima šesterice redatelja za koje je odabrano da su predstavnici legitimnog filmskog ukusa. Redatelji koji su izabrani za ovu analizu su Alfred Hitchcock, Woody Allen, Stanley Kubrick, Federico Fellini, Wes Anderson i David Lynch. Odgovori ispitanika su rekodirani te su reducirani na četiri kategorije: „ne sviđa mi se“, „niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa“, „sviđa mi se“ i „ne poznajem ovog redatelja“. U Tablici 28 nalaze se rezultati analize varijance, odnosno analiza razlika u legitimnom ukusu među skupinama ispitanika s obzirom na preferencije koje su izrazili prema odabranim redateljima. Nakon provedene analize varijance, pokazalo se kako postoje statistički značajne razlike u legitimnom ukusu kod svakog od odabranih redatelja, te je p vrijednost u svakoj od analiza iznosila manje od 0,01. Nadalje, provedbom *Scheffeovog* post-hoc testa nastojalo se preciznije utvrditi između kojih točno skupina ispitanika postoje statistički značajne razlike u legitimnom ukusu. Kod Alfreda Hitchcocka je utvrđeno da se ispitanici kojima se sviđaju Hitchcockovi filmovi statistički značajno razlikuju u odnosu na skupine ispitanika kojima se Hitchcockovi filmovi ne sviđaju ($p = 0,015$) i ispitanike koji njegove filmove ne poznaju ($p = 0,013$). Kad su u pitanju filmovi Woodyja Allena, pokazalo se kako postoje statistički značajne razlike između skupina ispitanika kojima se Allenovi filmovi niti sviđaju, niti ne sviđaju i onih koji ne poznaju Allenove filmove ($p = 0,037$) te da postoji statistički značajna razlika između ispitanika kojima se sviđaju Allenovi filmovi i onih koji ne poznaju njegove filmove ($p = 0,00$). Nadalje, provedbom *Scheffeovog* post-hoc testa na filmovima Stanleya Kubricka utvrđeno je kako postoje statistički značajne razlike između

skupina ispitanika kojima se Kubrickovi filmovi sviđaju i onih kojima se Kubrickovi filmovi ne sviđaju ($p = 0,001$) te onih koji ne poznaju njegove filmove ($p = 0,00$). Također, postoji statistički značajna razlika između onih kojima se Kubrickovi filmovi niti sviđaju, niti ne sviđaju i onih koji ne poznaju njegove filmove ($p = 0,004$). Kad se govori o filmovima Federica Fellinija, *Scheffeo* post-hoc test pokazao je kako su statistički značajne razlike prisutne između skupina ispitanika kojima se Fellinijevi filmovi sviđaju i: onih kojima se Fellinijevi filmovi ne sviđaju ($p = 0,00$), onih kojima se njegovi filmovi niti sviđaju, niti ne sviđaju ($p = 0,026$) i onih koji ne poznaju Fellinijeve filmove ($p = 0,00$). Kod Wesa Andersona utvrđeno je kako te razlike postoje između skupina ispitanika kojima se Andersonovi filmovi sviđaju i onih kojima se njegovi filmovi niti sviđaju, niti ne sviđaju ($p = 0,008$) te skupine ispitanika koji ne poznaju filmove Wesa Andersona ($p = 0,00$). Naposljetku, provedbom *Scheffeo* post-hoc testa kod odgovora o filmovima Davida Lyncha statistički značajne razlike nalaze se između ispitanika kojima se Lynchevi filmovi sviđaju te ispitanika kojima se Lynchevi filmove ne sviđaju ($p = 0,013$) i ispitanika koji ne poznaju filmove Davida Lyncha ($p = 0,00$). Ove su analize pokazale da se ispitanici kojima se sviđaju redatelji legitimnih filmova ujedno i više sviđaju legitimni filmski žanrovi te se stoga ova hipoteza u potpunosti potvrdila.

Tablica 28: Rezultati analize varijance: razlika u preferencijama legitimnog ukusa s obzirom na stupanj sviđanja filmova redatelja legitimnih filmova

	<i>Legitimni ukus</i>	<i>N</i>	<i>M ± s</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<i>Alfred Hitchcock</i>	Ne sviđa mi se	38	14,55±3,95	6,433	0,000
	Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa	93	15,82±3,63		
	Sviđa mi se	180	16,84±4,11		
	Ne poznaje redatelja	26	14,11±3,76		
<i>Woody Allen</i>	Ne sviđa mi se	53	15,51±3,55	7,739	0,000
	Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa	105	16,13±3,81		
	Sviđa mi se	122	17,18±3,79		
	Ne poznaje redatelja	57	14,24±4,65		

<i>Stanley Kubrick</i>	Ne sviđa mi se	52	14,81±3,50	14,398	0,000
	Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa	78	16,37±3,77		
	Sviđa mi se	138	17,44±3,77		
	Ne poznaje redatelja	69	14,05±4,16		
<i>Federico Fellini</i>	Ne sviđa mi se	20	13,20±4,11	13,705	0,000
	Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa	62	15,95±3,76		
	Sviđa mi se	111	17,81±3,77		
	Ne poznaje redatelja	144	15,23±3,86		
<i>Wes Anderson</i>	Ne sviđa mi se	22	15,63±4,79	9,100	0,000
	Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa	70	15,54±3,67		
	Sviđa mi se	118	17,58±3,44		
	Ne poznaje redatelja	127	15,09±4,23		
<i>David Lynch</i>	Ne sviđa mi se	28	14,92±4,12	11,293	0,000
	Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa	87	16,88±3,58		
	Sviđa mi se	80	17,73±3,66		
	Ne poznaje redatelja	142	14,91±4,08		

H4a: Ispitanici čiji roditelji posjeduju višu razinu kulturnog kapitala gledaju više filmova u odnosu na ispitanike čiji roditelji posjeduju nižu razinu kulturnog kapitala.

Budući da su drugi autori već potvrdili kako pojedinci s višom razinom kulturnog kapitala konzumiraju više kulturnih sadržaja i zbog ekonomskih mogućnosti i zbog otvorenosti prema kulturnim sadržajima, ova je hipoteza pretpostavila kako ispitanici čiji roditelji posjeduju višu razinu kulturnog kapitala gledaju više filmova u odnosu na ispitanike čiji roditelji posjeduju nižu razinu kulturnog kapitala. Kao mjerilo institucionaliziranog kulturnog kapitala roditelja ispitanika uzete su varijable: stupanj stručne spreme oca, stupanj stručne spreme majke, dok je kao indikator objektiviranog kulturnog kapitala uzet broj knjiga koje ispitanici posjeduju u kućanstvu. Stručna

sprema oca i majke rekodirana je na način da su odgovori koji su izražavali primarno i sekundarno obrazovanje roditelja rekodirani u vrijednost 1, dok su odgovori koji su izražavali tercijarno obrazovanje roditelja rekodirani u vrijednost 2. S obzirom na aritmetičku sredinu odgovora o broju knjiga u kućanstvu koja je iznosila 3,16 (na skali od 1 do 6, gdje je 1 = 0-25, 2 = 26-50, 3 = 51-100, 4 = 101-200, 5 = 201-500, a 6 = više od 500), ta je varijabla rekodirana na način da su odgovori ispitanika koji posjeduju od 0 do 100 knjiga nosili vrijednost 1, a oni koji imaju više od 100 knjiga naviše iznosili su vrijednost 2. Nakon rekodiranja, provedena su tri t-testa u kojima je kao zavisna varijabla poslužila učestalost gledanja filmova, dok je svaki od testova kao nezavisnu varijablu imao svaki od prethodno navedenih indikatora kulturnog kapitala.

Tablica 29. prikazuje rezultate t-testa između stupnja obrazovanja oca ispitanika i učestalosti gledanja filmova. Provedeni t-test je pokazao kako ne postoji statistički značajna razlika u učestalosti gledanja filmova između ispitanika čiji otac ima završen primarni ili sekundarni stupanj obrazovanja i ispitanika čiji otac ima završeno tercijarno obrazovanje.

Tablica 29. Razlike u učestalosti gledanja filmova između ispitanika čiji otac ima niži stupanj stručne spreme i onih čiji otac ima viši stupanj stručne spreme

	<i>Otac s primarnim i sekundarnim obrazovanjem</i> <i>N = 267</i>	<i>Otac s tercijarnim obrazovanjem</i> <i>N = 70</i>			
<i>Učestalost gledanja filmova</i>	<i>M ± s</i> 3,66±1,71	<i>M ± s</i> 3,86±1,72	<i>t</i> -0,844	<i>df</i> 335	<i>p</i> 0,399

Nadalje, Tablica 30 prikazuje rezultate t-testa između stupnja obrazovanja majke ispitanika i učestalosti gledanja filmova. Provedeni t-test je pokazao kako ne postoji statistički značajna razlika ni u učestalosti gledanja filmova između ispitanika čija majka ima završen primarni ili sekundarni stupanj obrazovanja i ispitanika čija majka ima završeno tercijarno obrazovanje.

Tablica 30. Razlike u učestalosti gledanja filmova između ispitanika čija majka ima niži stupanj stručne spreme i onih čija majka ima viši stupanj stručne spreme

	<i>Majka s primarnim i sekundarnim obrazovanjem</i> <i>N = 272</i>	<i>Majka s tercijarnim obrazovanjem</i> <i>N = 65</i>			
	<i>M ± s</i>	<i>M ± s</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
<i>Učestalost gledanja filmova</i>	3,68±1,67	3,82±1,88	-0,587	335	0,558

Naposljetku, Tablica 31. prikazuje rezultate t-testa između broja knjiga u kućanstvu i učestalosti gledanja filmova. Rezultati t-testa pokazali su kako ne postoji statistički značajna razlika u učestalosti gledanja filmova između ispitanika s manjim brojem knjiga u kućanstvu (manje od 100 knjiga) i ispitanika s većim brojem knjiga u kućanstvu (više od 100 knjiga). Ova se hipoteza u potpunosti odbacuje jer se pokazalo kako ne postoji statistički značajna razlika ni u jednom od indikatora kulturnog kapitala u odnosu na učestalost gledanja filmova.

Tablica 31. Razlike u učestalosti gledanja filmova između ispitanika s manjim brojem knjiga u kućanstvu i ispitanika s većim brojem knjiga u kućanstvu

	<i>Do 100 knjiga</i> <i>N = 207</i>	<i>Više od 100 knjiga</i> <i>N = 130</i>			
	<i>M ± s</i>	<i>M ± s</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
<i>Učestalost gledanja filmova</i>	3,58±1,67	3,89±1,77	-1,609	335	0,109

H4b: Ispitanici čiji roditelji posjeduju višu razinu kulturnog kapitala preferiraju legitimne filmske žanrove.

Kako bi se provjerilo postoji li statistički značajna razlika između ispitanika čiji roditelji posjeduju višu razinu kulturnog kapitala i preferencija prema legitimnih filmskim žanrovima, proveden je t-test između varijabli koje su i u prethodnoj analizi poslužile kao indikatori kulturnog kapitala ispitanika (stupanj obrazovanja oca, stupanj obrazovanja majke i broj knjiga u kućanstvu) i aditivnog indeksa nazvanog „Legitimni ukus“ dobivenog u prethodno provedenoj faktorskoj

analizi. U Tablici 32 nalaze te rezultati t-test između legitimnog ukusa i stupnja stručne spreme oca ispitanika. Rezultati su pokazali kako ne postoji statistički značajna razlika u preferencijama legitimnih filmskih žanrova s obzirom na stupanj obrazovanja oca ispitanika.

Tablica 32. Razlike u preferencijama legitimnih žanrova između ispitanika čiji otac ima niži stupanj stručne spreme i onih čiji otac ima viši stupanj stručne spreme

	<i>Otac s primarnim i sekundarnim obrazovanjem</i> <i>N = 267</i>	<i>Otac s tercijarnim obrazovanjem</i> <i>N = 70</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
	<i>M ± s</i>	<i>M ± s</i>			
<i>Legitimni ukus</i>	16,01±4,06	16,38±3,94	-0,676	335	0,499

Tablica 33 prikazuje rezultate t-testa između preferencija legitimnih filmskih žanrova s obzirom na stupanj obrazovanja majke ispitanika. Također se pokazalo kako ne postoji statistički značajna razlika između preferencija legitimnih žanrova s obzirom na stupanj obrazovanja majke.

Tablica 33. Razlike u preferencijama legitimnih žanrova između ispitanika čija majka ima niži stupanj stručne spreme i onih čija majka ima viši stupanj stručne spreme

	<i>Majka s primarnim i sekundarnim obrazovanjem</i> <i>N = 272</i>	<i>Majka s tercijarnim obrazovanjem</i> <i>N = 65</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
	<i>M ± s</i>	<i>M ± s</i>			
<i>Legitimni ukus</i>	16,03±4,06	16,37±3,97	-0,609	335	0,543

Naposljetku, proveden je t-test u kojem se ispitalo postoji li statistički značajna razlika u preferencijama prema legitimnim filmskim žanrovima na temelju broja knjiga koje ispitanici imaju u kućanstvu. Rezultati su pokazali kako u ovom slučaju postoji statistički značajna razlika na temelju broja knjiga u kućanstvu ispitanika te se ispostavilo kako ispitanici koji posjeduju više od 100 knjiga u kućanstvu preferiraju filmove koji pripadaju legitimnim filmskim žanrovima ($p < 0,05$) (Tablica 34). Ova se hipoteza samo djelomično prihvaća te se zaključuje kako postoji statistički značajna razlika u preferencijama legitimnih filmskih žanrova na temelju broja knjiga

koji ispitanici posjeduju u kućanstvu. Također, na temelju ove analize može se pretpostaviti kako broj knjiga u kućanstvu predstavlja najprecizniji indikator kulturnog kapitala od tri odabrane varijable indikatora razine kulturnog kapitala.

Tablica 34. Razlike u preferencijama legitimnih žanrova između ispitanika s manjim brojem knjiga u kućanstvu i ispitanika s većim brojem knjiga u kućanstvu

	<i>Do 100 knjiga</i>	<i>Više od 100 knjiga</i>			
	<i>N = 207</i>	<i>N = 130</i>			
	<i>M ± s</i>	<i>M ± s</i>	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
<i>Legitimni ukus</i>	15,71±4,12	16,70±3,82	-2,221	335	0,027

H5a: Ispitanici koji preferiraju legitimne filmske žanrove izražavaju ekspresivne vrijednosne orijentacije.

Kako bi se provjerila ova hipoteza, prvo je bilo potrebno provesti faktorsku analizu na svim tvrdnjama koje se se odnosile na vrijednosne orijentacije ispitanika te kako bi se na temelju faktorske analize mogli kreirati indeksi različitih vrijednosnih orijentacija ispitanika. Nakon provedene faktorske analize izlučeno je pet faktora koji ukupno objašnjavaju 57,3% varijance (Tablica 35). Prvi faktor ukupno okuplja pet čestica: jednakost, socijalnu pravednost, zaštitu okoliša, očuvanje mira i sigurnost te je na temelju sadržaja čestica faktor nazvan „Jednakost prava i sigurnost“. Drugi faktor okuplja četiri čestice: poslovni uspjeh, karijeru, bogatstvo i ambicioznost te je na temelju sadržaja čestica faktor nazvan „Materijalističke vrijednosti“. Zatim, treći faktor nazvan je „Postmaterijalističke vrijednosti“ te on okuplja sedam čestica, a to su neovisnost i osobna sloboda, samopoštovanje, hrabrost, osobni razvoj, odanost, zabavu i slobodno vrijeme te ljubav i intimnost. Četvrti je faktor nazvan „Tradicionalne vrijednosti“ te ga zasićuju tri čestice: obitelj, vjera i religija i zdravlje. Naposljetku, peti faktor zasićen je samo česticom kreativnost te je stoga nazvan „Kreativnost“.

Tablica 35. Vrijednosne orijentacije ispitanika:
matrica ekstrahiranih faktora nakon provedene *varimax* transformacije

	Jednakost i sigurnost	Materijalističke vrijednosti	Postmaterijalističke vrijednosti	Tradicionalne vrijednosti	Kreativnost
Jednakost	,826				
Socijalna pravednost	,816				
Zaštita okoliša	,693				
Očuvanje mira	,642				
Sigurnost	,553				
Poslovni uspjeh		,844			
Karijera		,834			
Bogatstvo		,760			
Ambicioznost		,667			
Neovisnost i osobna sloboda			,660		
Samopoštovanje			,632		
Hrabrost			,580		
Osobni razvoj			,564		
Odanost			,525		
Zabava i slobodno vrijeme			,495		
Ljubav i intimnost			,405		
Obitelj				,691	
Vjera i religija				,660	
Zdravlje				,472	
Sreća drugih ljudi					
Kreativnost					,762

Na temelju rezultata faktorske analize izračunati su aditivni indeksi koji predstavljaju zbroj vrijednosti na pojedinim faktorima. Na Tablici 36 nalaze se četiri indeksa, a faktor „Kreativnost“ je izostavljen jer je zasićen samo jednom česticom. Indeks „Tradicionalne vrijednosti“ se odbacuje iz daljnje analize zbog niskog Cronbach alfa koeficijenta, odnosno niske pouzdanosti skale.

Tablica 36. Aditivni indeksi vrijednosti na pojedinim faktorima

Indeks	M	SD	Cronbach α
Jednakost prava i sigurnost	22,59	2,54	0,795
Materijalističke vrijednosti	15,26	3,01	0,822
Postmaterijalističke vrijednosti	31,38	2,97	0,727
Tradicionalne vrijednosti	11,89	2,10	0,428

Kako bi se ova hipoteza provjerila, proveden je Pearsonov test korelacije između legitimnog filmskog ukusa i indeksa „Postmaterijalističke vrijednosti“ i indeksa „Jednakost prava i sigurnost“. Rezultati testa su pokazali kako ne postoji statistički značajna povezanost ni između legitimnog filmskog ukusa i postmaterijalističkih vrijednosti, ni između legitimnog ukusa i vrijednosti „Jednakosti prava i sigurnost“ (Tablica 37). Ova se hipoteza odbacuje te se zaključuje kako ne postoji povezanost između gledanja legitimnih filmskih žanrova i ekspresivnih vrijednosnih orijentacija.

Tablica 37. Pearsonov test korelacije između legitimnog filmskog ukusa i postmaterijalističkih vrijednosti te vrijednosti „Jednakost prava i sigurnost“

	<i>Legitimni ukus</i>	
	<i>r</i>	<i>p</i>
<i>Postmaterijalističke vrijednosti</i>	0,055	0,310
<i>Jednakost prava i sigurnost</i>	-0,040	0,461

H5b: Ispitanici koji preferiraju akcijsko-popularne žanrove izražavaju materijalističke vrijednosne orijentacije.

Na temelju faktorske analize koje je provedena na odgovorima koji su se odnosili na vrijednosne orijentacije, izlučen je faktor koji je poslužio kao indikator materijalističkih vrijednosti kod ispitanika. Kako bi se ova hipoteza provjerila, proveden je Pearsonov test korelacije između indeksa akcijsko-popularnih filmskih žanrova i indeksa „Materijalističke vrijednosti“ (Tablica 38). Rezultati testa su pokazali kako ne postoji statistički značajna povezanost između gledanja akcijsko-popularnih filmskih žanrova i materijalističkih vrijednosti. Ova se hipoteza odbacuje te se zaključuje kako gledanje akcijsko-popularnih filmskih žanrova nije indikator materijalističkih vrijednosti.

Tablica 38. Pearsonov test korelacije između akcijsko-popularnog filmskog ukusa i materijalističkih vrijednosti

	<i>Akcijsko-popularni ukus</i>	
	<i>r</i>	<i>p</i>
<i>Materijalističke vrijednosti</i>	0,102	0,061

6.6. Rasprava

U ovom istraživanju su se kao najpopularniji filmski žanrovi među ispitanicima pokazali kriminalistički žanr, komedija i triler te se stoga može zaključiti kako su kod ispitanika najpopularniji filmski žanrovi koji pripadaju prosječnom filmskom ukusu. Tu tezu potkrepljuju nalazi do kojih su došli Glevarec i Cibois (2020), a koji tvrde kako u prosječni filmski ukus spadaju trileri i kriminalistički filmovi. Također, Bennett (2006) je pokazao kako u prosječni ukus spadaju humoristične serije, koje su svojim sadržajem srodne komedijama. Tezu koja tvrdi da je filmski ukus ispitanika prosječan potvrđuju i odgovori ispitanika vezani za preferencije redatelja koji su pokazali kako su najpopularniji redatelji među ispitanicima Steven Spielberg i Chris Columbus, redatelji nekih od najpoznatijih hollywoodskih *blockbustera* svih vremena, dok filmove stranih nezavisnih redatelja ispitanici poglavito nisu ni prepoznali. Budući da Blewitt (1993) navodi kako

upućenost u glumačka imena nije relevantna odrednica filmskog ukusa jer ono nerijetko proizlazi iz čitanja „žute štampe“, glumci su u ovom radu analizirani isključivo deskriptivno. Ono što se moglo uočiti jest to da su najpopularniji glumci među ispitanicima većinom i najveće hollywoodske zvijezde današnjice te taj podatak doista upućuje na to da poznavanje glumaca i glumica nije relevantan pokazatelj filmskog ukusa, već je samo indikator upućenosti u *star system*. Nadalje, deskriptivna analiza vrijednosnih orijentacija i ciljeva ispitanika pokazala je kako studenti izražavaju postmaterijalističke vrijednosti te da su njihovi životni ciljevi orijentirani na samoostvarenje i ispunjenost nematerijalnim aspektima života, poput prisutnosti prijatelja, unutaršnjeg sklada i ispunjenosti u intimnom životu.

Rezultati su pokazali kako najveći broj ispitanika (27%) pogleda 1-2 filma mjesečno, što je relativno nizak broj s obzirom na dostupnost filmskih sadržaja putem *online streaming* servisa i televizijskih kanala. Provjerom korelacije između učestalosti gledanja filmova i preferiranja legitimnih filmskih žanrova pokazalo se kako ne postoji značajna povezanost. S druge strane, pokazalo se kako ispitanici koji preferiraju popularne filmske žanrove češće gledaju filmove od ispitanika koji preferiraju legitimne filmske žanrove. Takav neočekivan nalaz se može objasniti činjenicom da su popularni filmski žanrovi znatno zastupljeniji na projekcijama u multipleks kinima, *online streaming* servisima i televizijskim kanalima, gdje prevladavaju žanrovi poput akcijskih i znanstveno-fantastičnih filmova te komedije i avanture. S druge strane, filmovi koji spadaju u legitimne filmske žanrove teže su dostupni te je potrebna veća inicijativa kulturnih potrošača kako bi se došlo do tih filmova jer je njihovo prikazivanje uglavnom ograničeno na državnu televiziju, dok su na *online streaming* servisima oni znatno slabije zastupljeni od filmova koji pripadaju popularnim filmskim žanrovima.

Značajan nalaz dobiven je testiranjem povezanosti estetskih značajki filmova sa žanrovskim preferencijama. Test korelacije je pokazao kako postoji značajna povezanost između gledanja legitimnih filmskih žanrova i stavljanja naglaska na inovativne estetske značajke, odnosno značajke filmova koje se odnose na formu filmova, kao što su originalan sadržaj i stil te korištenje kamere na kreativan način. Također je potvrđeno kako su ispitanicima koji preferiraju popularne filmske žanrove važnije značajke koje se odnose na sam sadržaj filma, poput akcije i avanture u sadržaju i prisutnosti omiljenog glumca ili glumice. Taj se nalaz podudara s tvrdnjom Blewitta (1993) koji je pisao kako su razvijenije estetske dispozicije karakteristične za pojedince sklonije legitimnom ukusu i sadržajima visoke kulture. Također, ovaj se nalaz poklapa sa

spoznajama do kojih su došli Daenekindt i Roose (2013) koji tvrde kako postoje distinkcije između načina na koji pojedinci s različitim estetskim dispozicijama poimaju isto umjetničko djelo. Drugim riječima, ljudi s različitim filmskim ukusima prilikom gledanja istog filma mogu dobiti potpuno različite dojmove, budući da se njihove estetske dispozicije razlikuju te posljedično vrednuju filmski sadržaj prema različitim kriterijima.

Provjerom povezanosti između preferencija legitimnih filmskih žanrova i preferencija filmova redatelja koji odgovaraju legitimnom ukusu, kao što su Alfred Hitchcock, Woody Allen, Stanley Kubrick, Federico Fellini, Wes Anderson i David Lynch, pokazalo se kako postoji povezanost. Nalaz se podudara s tvrdnjom Blewitta (1993) koji je zaključio kako je poznavanje redatelja legitimnih filmova indikator visokog kulturnog kapitala, u ovom slučaju legitimnog filmskog ukusa.

Indikatori kulturnog kapitala koji su korišteni prilikom provjere hipoteza zapravo su bili pokazatelji institucionaliziranog kulturnog kapitala roditelja ispitanika (stupanj obrazovanja roditelja) te objektiviranog kulturnog kapitala roditelja (broj knjiga u kućanstvu). Provjerom povezanosti između učestalosti gledanja filmova i razine institucionaliziranog i objektiviranog kulturnog kapitala roditelja ispitanika utvrđeno je kako ne postoji značajna povezanost te se može reći kako razina institucionaliziranog i objektiviranog kulturnog kapitala roditelja u ovom istraživanju nije indikator učestalosti gledanja filmova. To se može objasniti nalazima iz istraživanja koje su proveli Glevarec i Cibois (2020), a koji navode kako je glavni indikator učestalosti gledanja filmova, kao i učestalosti konzumacije ostalih kulturnih sadržaja ekonomski kapital. Jednako tako, Blewitt (1993) navodi kako je konzumiranje kulturnih sadržaja u značajnoj korelaciji s razinom ekonomskog kapitala koju kulturni potrošači posjeduju. Budući da su na televizijskim kanalima filmovi znatno slabije zastupljeni od primjerice televizijskih serija, češće gledanje filmova bi podrazumijevalo korištenje plaćenih *online streaming* servisa ili kupovinu kino ulaznica. Zaključuje se kako bi ekonomski kapital bio prikladnija varijabla za testiranje korelacije s učestalosti gledanja filmova od kulturnog kapitala.

S druge strane, kad se govori o preferencijama legitimnih filmskih žanrova, razina objektiviranog kulturnog kapitala roditelja pokazala se kao relevantan indikator. Preciznije, provjera je pokazala kako ispitanici koji posjeduju više knjiga u kućanstvu preferiraju legitimne filmske žanrove. Takav se nalaz u potpunosti poklapa sa zaključkom do kojeg su došli Krolo,

Tonković i Marčelić (2020), a koji tvrdi kako obrazovanje roditelja ispitanika (institucionalizirani kulturni kapital) nema značajan utjecaj na odabir televizijskih sadržaja, ali da zato broj knjiga u kućanstvu (objektivirani kulturni kapital) ima značajan utjecaj na navike gledanja televizijskih sadržaja. S obzirom na to da je ovo istraživanje provedeno na relativno homogenom uzorku kojeg je činila studentska populacija, može se pretpostaviti kako bi razlike u filmskim preferencijama s obzirom na kulturni kapital bile veće da je uzorak okupljao i studente i mlade iste dobi koji ne studiraju.

Naposljetku, ispitivanjem povezanosti između vrijednosnih orijentacija ispitanika i žanrovskih preferencija utvrđeno je kako ne postoji značajna povezanost. Za razliku od članka u kojem su Marčelić, Tonković i Krolo (2021) pokazali kako su preferencije televizijskog sadržaja, kao i glazbene preferencije relevantan indikator vrijednosnih orijentacija, u ovom se istraživanju pokazalo kako filmske žanrovske preferencije nisu indikator vrijednosnih orijentacija ispitanika. Nakon testiranja povezanosti između legitimnih filmskih žanrova i postmaterijalističkih vrijednosti te nakon testiranja povezanosti između popularnih filmskih žanrova i materijalističkih vrijednosti, utvrđeno je kako ne postoji povezanost. To se može objasniti tezom da mladi mnogo rjeđe gledaju filmove nego što konzumiraju glazbu i televizijski sadržaj te zbog toga ne postoje toliko razrađene distinkcije u filmskom ukusu kao što je slučaj s televizijskim sadržajem i glazbom. Može se reći da gledanje filmova podrazumijeva veću inicijativu kulturnih potrošača u usporedbi s televizijskim sadržajima i glazbom te su zbog toga rjeđe konzumirani (najviše ispitanika gleda samo 1 do 2 filma mjesečno). To bi objasnilo zašto se pokazalo da su filmske žanrovske preferencije povezane s razinom objektiviranog kulturnog kapitala, dok filmske preferencije nisu povezane s vrijednosnim orijentacijama studenata.

7. Zaključak

Cilj ovog rada bio je istražiti filmske preferencije studenata te ispitati na koji su način filmske preferencije povezane s razinom kulturnog kapitala i vrijednosnim orijentacijama, budući da ta tema u hrvatskim istraživanjima još uvijek nije detaljno obrađivana. Kako bi se istražile filmske preferencije studenata, ispitana je učestalost gledanja filmova, žanrovske preferencije, preferencije u kontekstu redatelja, glumaca i glumica te načini na koje ispitanici gledaju filmove. Rezultati istraživanja su pokazali kako studenti ne gledaju filmove često: najveći broj ispitanika (27%) izrazio je da gledaju jedan do dva filma mjesečno. Analizom žanrovskih preferencija utvrđeno je kako generalno filmski ukus studenata ne pripada ni legitimnom ni popularnom već prosječnom filmskom ukusu, zato što su se među ispitanicima kao najpopularniji žanrovi pokazali kriminalistički film, komedija i triler. Upravo ti žanrovi, na temelju nalaza do kojih su došli Glevarec i Cibois (2020) i Bennett (2006), pripadaju prosječnom filmskom ukusu.

Rezultati su pokazali kako su najpopularniji redatelji kod studenata Steven Spielberg, redatelj *blockbustera* Jurski park, E.T. i Indiana Jones, te Chris Columbus, redatelj filma Sam u kući i filmova o Harryju Potteru. Kad se govori o najpopularnijim glumcima i glumicama među ispitanicima, također je primijećeno kako su *mainstream* zvijezde najpopularnije: najpopularniji glumci su Leonardo DiCaprio, Morgan Freeman i Johnny Depp, dok su najpopularnije glumice Meryl Streep, Julia Roberts i Margot Robbie. Kada se govori o značajkama filmova, ispitanicima je najvažnije da su filmovi koje gledaju originalni u sadržaju i stilu, da izazivaju emocije te da su zabavni. Činjenica koja ukazuje na to da se navike gledanja filmova mijenjaju u odnosu na neka prošla vremena jest to da ispitanici češće gledaju filmove na projekcijama u multipleks kinima nego na televizijskim kanalima, dok je gledanje filmova putem *online streaming* servisa daleko najučestalije.

Nakon testiranja hipoteza koje su se odnosile na povezanost između filmskih preferencija i razine kulturnog kapitala, pokazalo se kako učestalost gledanja filmova nije statistički značajno povezana s institucionaliziranim kulturnim kapitalom roditelja ispitanika, dok se korelacija između objektiviranog kulturnog kapitala roditelja ispitanika pokazala kao značajan indikator filmskih preferencija. Testiranjem povezanosti filmskih žanrovskih preferencija i vrijednosnih orijentacija ispitanika utvrđeno je kako ne postoji značajna povezanost između legitimnog filmskog ukusa i postmaterijalističkih vrijednosti, kao ni povezanost između popularnog filmskog ukusa i

materijalističkih i tradicionalnih vrijednosti. Za razliku od spoznaja o postojanju povezanosti između vrijednosnih orijentacija te televizijskih i glazbenih preferencija do kojih su došli Tonković, Marčelić i Krolo (2021), u ovom se istraživanju pokazalo kako filmske preferencije nisu relevantan prediktor vrijednosnih orijentacija studenata.

Svi ciljevi ovog istraživanja su ostvareni te je pružen temeljit uvid u filmske preferencije studenata i dobiveni su odgovori na sva istraživačka pitanja. Rezultati provedenog istraživanja se ne mogu generalizirati jer je ono provedeno na uzorku od 337 ispitanika, ali su prikupljeni relevantni podaci o zadanim temama. Nalazi ovog istraživanja mogu biti korisni za neka od budućih istraživanja na temu filmskih preferencija, kulturnog kapitala i vrijednosnih orijentacija budući da u Hrvatskoj značajnija istraživanja na tu temu još uvijek nisu provedena.

Jedan od nedostataka ovog istraživanja bio je izostanak ispitivanja utjelovljenog kulturnog kapitala roditelja ispitanika te bi preporuka za buduća istraživanja bila da je potrebno detaljnije istražiti više dimenzija kulturnog kapitala kako bi se mogli donositi precizniji zaključci o povezanosti kulturnog kapitala i filmskih preferencija. Umjesto kulturnog kapitala, testiranje povezanosti između razine ekonomskog kapitala i učestalosti gledanja filmova moglo bi dati drukčije rezultate od ispitivanja povezanosti kulturnog kapitala i učestalosti gledanja filmova budući da drugi autori navode ekonomski kapital kao relevantan indikator konzumacije kulturnih sadržaja. Ispitivanje filmskog ukusa roditelja ispitanika također bi moglo poslužiti kao važan podatak te bi se potencijalno moglo istražiti u kojoj mjeri roditeljski filmski ukus utječe na formiranje filmskog ukusa mladih. Također, za detaljnije ispitivanje dodatne dimenzije vrijednosnih orijentacija mogla bi poslužiti skala socijalne distance koja bi na detaljniji način pružila uvid u položaj ispitanika na spektru vrijednosti između materijalističkih i postmaterijalističkih vrijednosnih orijentacija.

8. Prilozi

Prilog 1. Anketni upitnik

Poštovani/e,

Pred Vama se nalazi upitnik koji je sastavljen u svrhu izrade diplomskog rada na Odjelu za sociologiju Sveučilišta u Zadru na temu filmskih preferencija, kulturnog kapitala i vrijednosnih orijentacija studenata. Molimo Vas da izdvojite nekoliko minuta i iskreno odgovorite na ponuđena pitanja. Sudjelovanje u istraživanju je dobrovoljno i sve informacije koje ćete dati su anonimne te će se podaci analizirati grupno i isključivo u svrhu izrade diplomskog rada.

Unaprijed zahvaljujem na suradnji i izdvojenom vremenu!

1. Spol:

- 1) Muški
- 2) Ženski

2. Koliko imate godina? Molimo upišite brojku:

3. Molimo odaberite grad u kojem studirate:

- 1) Zadar
- 2) Zagreb
- 3) Split
- 4) Rijeka
- 5) Osijek
- 6) Pula
- 7) Varaždin
- 8) Dubrovnik
- 9) Slavonski Brod
- 10) Neki drugi grad

4. Molimo odaberite razinu Vašeg studijskog programa:

- 1) Preddiplomski studijski program
- 2) Diplomski studijski program
- 3) Integrirani studijski program

5. Molimo navedite Vašu trenutnu godinu studija:

- 1) 1
- 2) 2
- 3) 3
- 4) 4
- 5) 5

6. Molimo odaberite područje kojem pripada Vaš studijski program:

- 1) Prirodne znanosti
- 2) Tehničke znanosti
- 3) Biomedicina i zdravstvo
- 4) Biotehničke znanosti
- 5) Društvene znanosti
- 6) Humanističke znanosti
- 7) Umjetničko područje

7. U prosjeku, koliko filmova pogledate mjesečno: *

- 1) Nijedan
- 2) 1-2 filma
- 3) 3-4 filma
- 4) 5-6 filmova
- 5) 7-8 filmova
- 6) 8-10 filmova
- 7) Više od 10 filmova mjesečno

8. Molimo da za svaki od dolje navedenih filmskih žanrova odredite u kojoj mjeri Vam se sviđaju.

	1 = Nimalo mi se ne sviđa	2 = Ne sviđa mi se	3 = Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa	4 = Sviđa mi se	5 = Jako mi se sviđa	6 = Ne poznajem ovaj žanr
Drama	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kriminalistički	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Triler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Akcijski	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Komedija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Romantični	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 = Nimalo mi se ne svida	2 = Ne svida mi se	3 = Niti mi se svida, niti mi se ne svida	4 = Svida mi se	5 = Jako mi se svida	6 = Ne poznajem ovaj žanr
Horor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Znanstveno-fantastični	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Avantura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vestern	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ratni film	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Filmovi povijesne tematike	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biografski film	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dokumentarni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Film za djecu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dugometražni animirani film	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Pred Vama se nalaze najpoznatiji holivudski i svjetski redatelji i redateljice te njihovi najpoznatiji filmovi. Molimo da za svakog od dolje navedenih redatelja odredite u kojoj mjeri Vam se njihovi filmovi sviđaju?

	1 = Nimalo mi se ne svida	2 = Ne svida mi se	3 = Niti mi se svida, niti mi se ne svida	4 = Svida mi se	5 = Jako mi se svida	6 = Ne poznajem ovog redatelja
Martin Scorsese (Taksist, Dobri momci, Vuk s Wall Streeta)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Quentin Tarantino (Pakleni šund, Nemilosrdni gadovi, Django)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
George Lucas (Star Wars)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Peter Jackson (Gospodar prstenova)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Francis Ford Coppola (Kum, Apokalipsa sada)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
James Cameron (Titanic, Avatar, Terminator)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 = Nimalo mi se ne sviđa	2 = Ne sviđa mi se	3 = Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa	4 = Sviđa mi se	5 = Jako mi se sviđa	6 = Ne poznajem ovog redatelja
Christopher Nolan (Inception, Interstellar, Prestiž, Memento)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
David Fincher (Fight Club, Sedam, Društvena mreža)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Michael Bay (Transformeri, Zločesti dečki)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Robert Zemeckis (Forrest Gump, Povratak u budućnost)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Steven Spielberg (E.T., Jurski park, Indiana Jones, Schindlerova lista)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alfred Hitchcock (Psiho, Vertigo, Ptice, Prozor u dvorište)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Woody Allen (Manhattan, Ponoć u Parizu, Annie Hall)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ridley Scott (Alien, Gladijator)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wes Craven (Vrisak, Strah u Ulici Brijestova)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Stanley Kubrick (2001:Odiseja u svemiru, Isijavanje, Paklena naranča)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Danny Boyle (Trainspotting, 28 dana kasnije, Milijunaš s ulice)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
David Lynch (Mullholand Drive, Blue Velvet, Lost Highway)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chris Columbus (Sam u kući, Harry Potter i kamen mudraca)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Braća Coen (Fargo, No Country for Old Men, Big Lebowski)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anthony Russo (Captain America, Avengers)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sergio Leone (Dobar, loš, zao, Bilo jednom na Divljem zapadu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Federico Fellini (La dolce vita, 8½)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ingmar Bergman (Persona, Sedmi pečat)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 = Nimalo mi se ne sviđa	2 = Ne sviđa mi se	3 = Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa	4 = Sviđa mi se	5 = Jako mi se sviđa	6 = Ne poznajem ovog redatelja
Bong Joon-ho (Parazit, Sjećanja na ubojstvo)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wes Anderson (The French Dispatch, Grand Budapest Hotel, The Royal Tenenbaums)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lars von Trier (Dancer in the Dark, Antikrist, Melancholia)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Michael Haneke (Funny Games, Hidden, The White Ribbon)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Molimo da za svakog od dolje navedenih glumaca odredite u kojoj mjeri Vam se njegovi filmovi sviđaju?

	1 = Nimalo mi se ne sviđa	2 = Ne sviđa mi se	3 = Niti mi se sviđa, niti mi se ne sviđa	4 = Sviđa mi se	5 = Jako mi se sviđa	6 = Ne poznajem rad ovog glumca
Will Smith	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tom Hanks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jack Nicholson	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Robert de Niro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Al Pacino	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brad Pitt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Johnny Depp	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Leonardo DiCaprio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Morgan Freeman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jackie Chan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marlon Brando	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Steven Segal	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keanu Reeves	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dwayne "The Rock" Johnson	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 = Nimalo mi se ne svida	2 = Ne svida mi se	3 = Niti mi se svida, niti mi se ne svida	4 = Svida mi se	5 = Jako mi se svida	6 = Ne poznajem rad ovog glumca
Eddie Murphy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Robin Williams	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ben Stiller	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tom Cruise	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arnold Schwarzenegger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sylvester Stallone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adam Sandler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Christian Bale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hugh Jackman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Denzel Washington	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Molimo da za svaku od dolje navedenih glumica odredite u kojoj mjeri Vam se njezini filmovi sviđaju?

	1 = Nimalo mi se ne svida	2 = Ne svida mi se	3 = Niti mi se svida, niti mi se ne svida	4 = Svida mi se	5 = Jako mi se svida	6 = Ne poznajem rad ove glumice
Angelina Jolie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meryl Streep	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Scarlett Johansson	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Julia Roberts	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jennifer Aniston	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nicole Kidman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sharon Stone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marilyn Monroe	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Natalie Portman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Elizabeth Taylor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reese Witherspoon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cameron Diaz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 = Nimalo mi se ne svida	2 = Ne svida mi se	3 = Niti mi se svida, niti mi se ne svida	4 = Svida mi se	5 = Jako mi se svida	6 = Ne poznajem rad ove glumice
Audrey Hepburn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anna Faris	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Margot Robbie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Courteney Cox	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Emma Stone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kate Winslet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jodie Foster	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Megan Fox	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salma Hayek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Drew Barrymore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sally Field	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Julie Andrews	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Halle Berry	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sarah Jessica Parker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Katherine Hepburn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Što Vam je bitno kada gledate neki film?

	1 = Nimalo mi nije bitno	2 = Nije mi bitno	3 = Niti mi je bitno, niti mi je nebitno	4 = Bitno mi je	5 = Jako mi je bitno
Da izaziva emocije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da je romantičan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da sadržava likove s kojima se mogu poistovjetiti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da sadržava akciju i avanturu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da sadržava moralnu pouku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da u njemu glumi meni omiljeni glumac/glumica	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da je zabavan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	1 = Nimalo mi nije bitno	2 = Nije mi bitno	3 = Niti mi je bitno, niti mi je nebitno	4 = Bitno mi je	5 = Jako mi je bitno
Da ga je lako pratiti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da iz njega nešto naučim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da ima originalan sadržaj ili stil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Da se kamera koristi na kreativan način	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Na koji način najčešće gledate filmove?

	1 = nikada	2 = gotovo nikada	3 = ponekad	4 = često	5 = uvijek
TV kanali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Streaming servisi (npr. Netflix, HBO)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Projekcije u multipleks kinima (Cinestar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Projekcije nezavisnih filmova	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
U kinoteci	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na filmskim festivalima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Uz holivudske filmove, koliko često gledate filmove koji ne pripadaju angloameričkom govornom području (strani nezavisni filmovi)?

- 1) Nikada
- 2) Gotovo nikada
- 3) Ponekad
- 4) Često
- 5) Vrlo često

15. Prema Vašoj procjeni, koliko se tiskanih knjiga nalazi u Vašem kućanstvu (ne računaju se školski udžbenici)?

- 1) 0-25
- 2) 26-50
- 3) 51-100

- 4) 101-200
- 5) 201-500
- 6) Više od 500 knjiga

16. Označite stupanj stručne spreme Vašeg oca:

- 1) Nezavršena osnovna škola
- 2) Osnovna škola
- 3) Trogodišnja srednja strukovna škola (za industrijska, obrtnička, zanatska zanimanja)
- 4) Četverogodišnja srednja strukovna škola (npr. tehnička, ekonomska, medicinska, umjetnička)
- 5) Gimnazija
- 6) Preddiplomski/dodiplomski stručni studij (viša škola, visoka škola, veleučilište)
- 7) Specijalistički diplomski stručni studij (mag. struke)
- 8) Preddiplomski/dodiplomski sveučilišni studij
- 9) Diplomski sveučilišni studij i integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij (mag. sveučilišni, magistar znanosti)
- 10) Poslijediplomski doktorski sveučilišni studij

17. Označite stupanj stručne spreme Vaše majke:

- 1) Nezavršena osnovna škola
- 2) Osnovna škola
- 3) Trogodišnja srednja strukovna škola (za industrijska, obrtnička, zanatska zanimanja)
- 4) Četverogodišnja srednja strukovna škola (npr. tehnička, ekonomska, medicinska, umjetnička)
- 5) Gimnazija
- 6) Preddiplomski/dodiplomski stručni studij (viša škola, visoka škola, veleučilište)
- 7) Specijalistički diplomski stručni studij (mag. struke)
- 8) Preddiplomski/dodiplomski sveučilišni studij
- 9) Diplomski sveučilišni studij i integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij (mag. sveučilišni, magistar znanosti)
- 10) Poslijediplomski doktorski sveučilišni studij

18. Kada uzmete u obzir ukupan mjesečni prihod Vašeg kućanstva, može li Vaše kućanstvo zadovoljiti svoje potrebe („spojiti kraj s krajem“):

- 1) Uz velike poteškoće
- 2) Uz poteškoće
- 3) Uz male poteškoće
- 4) Prilično lako

- 5) Lako
- 6) Vrlo lako

19. Koliko stranih jezika govorite dovoljno dobro da biste na njima mogli voditi razgovor (npr. engleski, francuski, talijanski i sl.)?

- 1) Nijedan
- 2) Jedan
- 3) Dva
- 4) Tri
- 5) 4 ili više jezika

20. U kolikoj su mjeri Vama važne sljedeće vrijednosti:

	1 = uopće mi nije važno	2 = uglavnom mi nije važno	3 = nije mi niti važno ni nevažno	4 = uglavnom mi je važno	5 = vrlo mi je važno
Neovisnost i osobna sloboda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sigurnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jednakost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Socijalna pravednost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zaštita okoliša	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Očuvanje mira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ljubav i intimnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Obitelj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poslovni uspjeh	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ambicioznost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zabava i slobodno vrijeme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osobni razvoj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kreativnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sreća drugih ljudi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zdravlje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hrabrost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Samopoštovanje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vjera i religija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bogatstvo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1 = uopće mi nije važno 2 = uglavnom mi nije važno 3 = nije mi niti važno ni nevažno 4 = uglavnom mi je važno 5 = vrlo mi je važno

Karijera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Odanost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. U kolikoj je mjeri Vama važno ostvarivanje sljedećih životnih ciljeva:

1 = uopće mi nije važno 2 = uglavnom mi nije važno 3 = nije mi niti važno ni nevažno 4 = uglavnom mi je važno 5 = vrlo mi je važno

Ostvariti ugledan društveni položaj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Postati slavan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imati dobar materijalni položaj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Živjeti mirno u krugu obitelji	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biti dobro društveno umrežen/a	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ispunjenost u ljubavnom i intimnom životu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imati dovoljno slobodnog vremena	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Prisutnost odanih prijatelja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uzbudljiv posao	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unutarnji sklad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biti popularan i omiljen u društvu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dobro izgledati, biti privlačan/na	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zabavljati se i izlaziti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Literatura

- Albritton, Robert. (2013). "Marxova teorija vrijednosti i subjektivnost". *Čemu*, 11 (22): 111-137.
- Backović, Vera. (2018). 'Doprinos teorije Pierrea Bourdieua analizi procesa gentifikacije', *Sociologija i prostor*, 56 (2): 99-118.
- Bell, Daniel. (1973). „The Coming of Postindustrialized Society“. *New York: Harper Colophon Books*.
- Bell, Daniel. (1976). „The Cultural Contradictions of Capitalism“. *New York: Basic Books*.
- Bennett, Tony. (2006) „Distinction on the box: Cultural capital and the social space of broadcasting“, *Cultural Trends*, 15 (2-3): 193-212.
- Bennett, Tony, Gayo, Modesto and Rowe, David. (2018) ‘Television in Australia: capitals, tastes, practices and platforms’, *Media International Australia*, 167 (1): 126–145.
- Blewitt, John. (1993). „Film, Ideology and Bourdieu's Critique of Public Taste“. *The British Journal of Aesthetics*, 33 (4): 367–372.
- Bourdieu, Pierre. (1984). „Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste“. *London: Routledge & Kegan Paul*.
- Bourdieu, Pierre. (1986). „The Forms of Capital“. U: Richardson, John (Ed.), „Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education“ (pp. 241-258). *New York: Greenwood*.
- Cagle, Chris. (2016). „Bourdieu and Film Studies: Beyond the Taste Agenda“. U: Austin, Guy, (ed.). „New Uses of Bourdieu in Film and Media Studies“. 1st ed., *New York: Berghahn Books*.
- Cicchelli, Vincenzo i Octobre, Sylvie. (2017). „Aesthetico-Cultural Cosmopolitanism Among French Young People“: Beyond Social Stratification, The Role of Aspirations and Competences. *Cultural Sociology*. 11 (2017): 416 - 437.
- Culloty, Eileen. (2016). „The Taste Database: Taste Distinctions in Online Film Reviewing“. “ U: Austin, Guy, (ed.). „New Uses of Bourdieu in Film and Media Studies“. 1st ed., *New York: Berghahn Books*.
- Daenekindt, Stijn i Roose, Henk. (2013). „A Mise-en-scène of the Shattered Habitus: The Effect of Social Mobility on Aesthetic Dispositions Towards Films“. *European Sociological Review*. 29 (1): 48–59

- Fanuko, Nenad. (1985). „Vrijednosti i društvena integracija u teoriji Talcotta Parsonsa“. *Revija za sociologiju*, 15 (3-4), 231-246.
- Ferenčak, Ivan. (1993). "Teorija eksploatacije i neki argumenti protiv." *Ekonomski vjesnik*, 6 (2): 261-267.
- Fowler, Bridget. (2016). „Bourdieu, Field of Cultural Production and Cinema: Illumination and Blind Spots“. u: Austin, Guy, (ed.). „New Uses of Bourdieu in Film and Media Studies“. 1st ed., *New York: Berghahn Books*.
- Giddens, Anthony i Griffiths, Simon. (2008). „Sociology“. *Cambridge: Polity Press*.
- Huffer, Ian. (2019). “Distribution Revolution? The Circulation of Film and Cultural Capital.” *Home, Department of Theatre Film and Television Studies University of Wales*.
- Ilišin, Vlasta. (2011). „Vrijednosti mladih u Hrvatskoj“. *Politička misao*, 48 (3), 82-122.
- Inglehart, Ronald. (1977). „The Silent Revolution“. *Princeton University Press*.
- Inglehart, Ronald i Welzel, Christian. (2005). „Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence“. *Cambridge: Cambridge University Press*.
- Kalanj, Rade. (2002). „Sociologija i angažman: Pierre Bourdieu“. *Socijalna ekologija*, 11 (1-2), 97-115.
- Krolo, Krešimir, Tonković, Željka i Marčelić, Sven. (2020) „The great divide? Cultural capital as a predictor of television preferences among Croatian youth“. *Poetics*, 80. doi:10.1016/j.poetic.2019.101400
- Labaš, Danijel i Maja Mihovilović. (2011). "Masovni mediji i semiotika popularne kulture." *Kroatologija*, 2 (1): 95-121.
- Labus, Mladen. (2005). „Vrijednosne orijentacije i religioznost“. *Sociologija i prostor*, 43 (2 (168)), 383-408.
- Marčelić, Sven, Tonković, Željka i Krolo, Krešimir. (2021) „Banal Cosmopolitanism? Values and Cultural Repertoires of Youth in Adriatic Croatia“, *Cultural Sociology*. doi: 10.1177/17499755211027128.
- Parsons, Talcott. (1937). „The Structure of Social Action“. *New York: The Free Press*.
- Spates, James L. (1983). „The Sociology of Values“. *Annual Review of Sociology*, 9 (1): 27-49.
- Swartz, David. (1997). „Culture & Power (The Sociology of Pierre Bourdieu)“. *Chicago: University of Chicago Press*.

Tonković, Željka, Krolo, Krešimir, Marcelić, Sven. (2020). „Klasika, punk, cajke: kulturni kapital i vrijednosti mladih u gradovima na jadranskoj obali“. *Sveučilište u Zadru; Hrvatska sveučilišna naklada*.

Tonković, Željka, Marcelić, Sven i Krolo, krešimir (2021): „Between engagement and disengagement in contemporary global culture. Types of cultural consumers among youth in Adriatic Croatia“. *Cultural Trends*, doi: 10.1080/09548963.2021.2018912

Touraine, Alain. (1971). „The Postindustrial Society. Tomorrow's Social History: Classes, Conflicts and Culture in the Programmed Society“. *New York: Random House*.