

# Načini sudjelovanja u fandomu studenata Sveučilišta u Zadru

---

**Mofardin, Dora**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2021**

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

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:974096>

*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](#)



Sveučilište u Zadru

Odjel za sociologiju  
Preddiplomski sveučilišni studij sociologije

**Dora Mofardin**

**Načini sudjelovanja u fandomu studenata Sveučilišta  
u Zadru**

**Završni rad**

Zadar, 2021.

Sveučilište u Zadru  
Odjel za sociologiju  
Preddiplomski sveučilišni studij sociologije

## **Načini sudjelovanja u fandomu studenata Sveučilišta u Zadru**

Završni rad

Student/ica:

Dora Mofardin

Mentor/ica:

doc.dr.sc. Željka Zdravković

Zadar, 2021.



## Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Dora Mofardin**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Načini sudjelovanja u fandomu studenata Sveučilišta u Zadru** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

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

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

Zadar, 30. rujan 2021.

## **Sažetak:**

### **Načini sudjelovanja u fandomu studenata Sveučilišta u Zadru**

U ovom se radu iznose rezultati istraživanja u kojemu je temeljni cilj bio ispitati na koje načine studenti i studentice Sveučilišta u Zadru sudjeluju u fandomu. U radu se osvrćemo na teoriju Pierra Bourdieua i njegov pojam kulturnog kapitala koji nam pruža uvid u to kako se fanovi zbog svog znanja o serijama odvajaju od običnih ljudi i kako se razlikuju među sobom stvarajući hijerarhiju u kojoj aktivniji fanovi imaju viši status od ležernih fanova. Rezultati pokazuju kako najveći udio studenata sudjeluje u ležernim aktivnostima kao što su razgovor s prijateljima o seriji i praćenje stranica na društvenim mrežama koje objavljuju informacije o seriji, dok su najrjeđe nešto zahtjevnije aktivnosti kao primjerice odlazak na konvencije, oblačenje u omiljene likove i kreiranje svojih vlastitih kreativnih uradaka. Uz to, najaktivniji fanovi su obožavatelji znanstvene fantastike, fantasy i serija o superherojima dok najnižu aktivnost u fandomu pokazuju gledatelji bolničkih drama, reality show, komedija i drama. Razine kulturnog kapitala, koje su ispitane prema broju knjiga u kućanstvu i stupnju obrazovanja roditelja, uglavnom se nisu pokazale značajnima.

Ključne riječi: fandom, participativna kultura, Pierre Bourdieu, TV serije

### **Ways of participating in the fandom of students of the University of Zadar**

This paper presents the results from the study in which the main purpose was to examine the ways in which students of University of Zadar participate in the fandom. In the paper turn to Pierre Bourdieu's theory and his idea of cultural capital through which we analyze how the fans separate themselves from ordinary people because of their knowledge of tv series, and how they differentiate within a fandom developing a hierarchy in which the more active fans carry a higher status than the casual fans. Our results show that the majority of students like to participate in casual activities such as talking to their friends about the series and following social media sites that post information on the series while the rarest forms of participation include some more demanding activities like visiting conventions, dressing as favourite characters and creating their own work. Besides that, the most active fans are those who like science fiction, fantasy and tv series about superheroes while the least engaged fans are those who watch hospital drama, reality show, comedy and drama. Degrees of cultural capital, measured through the number of books in the household and parent's degree of education, have shown to be mainly insignificant.

Key words: fandom, participatory culture, Pierre Bourdieu, TV series

## Sadržaj:

|  |    |
|--|----|
| 1. Uvod.....   | 1  |
| 2. Ciljevi i svrha istraživanja.....   | 2  |
| 3. Teorijski pristupi fandomu.....   | 2  |
| 3.1. Što je to 'fandom'?   | 2  |
| 3.2. Stereotipi koji prate fanove.....   | 3  |
| 3.3. Aktivnosti fanova .....   | 5  |
| 3.4. Kreativnost fanova.....   | 5  |
| 3.5. Motivi sudjelovanja u fandomu.....  | 7  |
| 3.6. Bourdieuova teorija kulturnog kapitala.....   | 7  |
| 3.7. Načini praćenja serija danas.....   | 9  |
| 4. Hipoteze.....   | 10 |
| 5. Metodologija istraživanja.....  | 10 |
| 6. Rezultati istraživanja.....   | 12 |
| 6.1. Opis uzorka.....  | 12 |
| 6.2. Najpopularniji žanrovi i serije.....  | 14 |
| 6.3. Načini sudjelovanja u fandomu.....  | 16 |
| 6.3.1. Online participacija.....   | 16 |
| 6.3.2. Offline participacija.....  | 17 |
| 6.3.3. Participacija kroz informiranje o seriji.....   | 18 |
| 6.3.4. Participacija kroz kreiranje sadržaja.....  | 19 |
| 6.4. Načini praćenja serija.....   | 19 |
| 6.5. Identitet fanova.....   | 20 |
| 6.6. Motivi sudjelovanja u fandomu.....  | 21 |
| 6.7. Razlike u preferencijama žanrova između studenata i studentica.....   | 21 |
| 6.8. Razlike u preferencijama žanrova s obzirom na razinu kulturnog kapitala kod studenata/ica.....                | 22 |
| 6.9. Razlike u načinima sudjelovanja u fandomu između studenata i studentica.....                                  | 24 |
| 6.10. Razlike u razini aktivnosti u fandomu s obzirom na razinu kulturnog kapitala koju studenti/ce posjeduju..... | 25 |
| 6.11. Razlike u načinima sudjelovanja u fandomu s obzirom na neke aspekte kulturnog                                |    |

|  |    |
|--|----|
| <i>kapitala</i> .....  | 25 |
| 6.12. <i>Razlike u načinima sudjelovanja s obzirom na različite žanrove serija</i> ..... | 26 |
| 7. Rasprava.....   | 27 |
| 8. Zaključak.....  | 29 |
| 9. Popis literature.....   | 30 |
| 10. Prilozi.....   | 33 |
| 10.1. <i>Anketa</i> .....  | 33 |

## 1. Uvod

Tema ovog rada bila je istražiti koliko su studenti Sveučilišta u Zadru angažirani u praćenju svojih omiljenih serija i sudjelovanju u aktivnostima koje vezujemo uz fenomen obožavatelja ili fandom. U radu se osvrćemo na prijašnje teoretičare koji su na različite načine konceptualizirali pojmove fan i fandom. Proučavajući fanove, u ovom radu se dotičemo samo fanova televizijskih serija. Često se uz te fanove povezuju različiti stereotipi, ja jedan od najčešćih je kako nemaju društveni život i daju pretjeranu važnost stvarima koje ostali smatraju trivijalnim ili pak da nisu u doticaju sa stvarnosti jer žive u svom fiktivnom svijetu.

Posljednjih godina, zbog raširenosti korištenja interneta, promijenio se način na koji fanovi serija funkcioniraju u fandomu. Zbog dostupnosti serija na internetu, bilo preko torrent stranica ili streaming servisa, ili raznih online platformi (kao što je primjerice Netflix) fanovi postaju sve više diversificirani s obzirom na spol, dob, klasni položaj, rasu i ostale karakteristike. Uz to promjene u načinu prikazivanja serija i njihova veća dostupnost preko različitih platformi omogućuje publici da podijeli svoje komentare, mišljenja i kreativne uratke s velikim brojem ljudi. Producentima su u trenu dostupni komentari publike na seriju najčešće putem društvenih mreža, kritike i interpretacije, dok su fanovima lako dostupne serije na web stranicama i streaming servisima. Komunikacija između fanova i producenata serija puno je brža danas nego u vrijeme kada su fanovi svojim idolima slali pisma ili komunicirali jedni s drugima preko fanzina<sup>1</sup>.

U radu se također oslanjamo na rad sociologa Pierra Bourdieua i njegov pojam kulturnog kapitala. Zanimljivo je razmotriti pojam kulturnog kapitala na primjeru fandoma. Dok su osobe koje tek ponekad prate seriju tek ležerni gledatelji, oni drugi koji posjeduju široko znanje o seriji, kupuju predmete kao što su majice i privjesci, odlaze na konvencije i slično, zbog svog popularnog kulturnog kapitala dobivaju status entuzijasta ili kulturnog fana. Takvu vrstu kulturnog kapitala Fiske (1992) naziva popularnim kulturnim kapitalom. On se razlikuje od Bourdieuove originalne ideje jer se odnosi na fanove i način na koji postižu svoj status unutar specifične skupine, a ne u društvu općenito. Isto tako znanje koje fanovi usvajaju tiče se djela popularne i masovne kulture, a ne djela visoke kulture kao kod Bourdieua. Kroz njegovu teoriju tako možemo proučavati na koji način se fanovi razlikuju od običnih ljudi posjedovanjem specifičnog znanja vezanog uz predmet njihovog obožavanja, i kako stvaraju

---

<sup>1</sup> Fanzini su publikacije fanova koje sadrže crteže, slike i tekstove vezane uz njihov predmet obožavanja kao što su njihove omiljene serije. Fanzini su izdani u vrlo malom broju, kruže između male grupe fanova i ne izdaju se zbog profita. (Duffet, 2013)



distinkcije između njih samih. Ti odnosi se odražavaju u hijerarhiji u kojoj entuzijastični fanovi imaju viši status u fandomu u odnosu na ležerne gledatelje.

U radu smo ispitali što karakterizira takve entuzijastične fanove. U radu iznosimo koji su žanrovi i serije najpopularniji među studentima, na koje načine sudjeluju u fandomu, koji su njihovi motivi sudjelovanja, identificiraju li se kao fanovi i na koje načine vole pratiti svoje omiljene serije. Nadalje, preispitali smo ima li Bourdieuov originalni pojam kulturnog kapitala utjecaja na razine participacije u fandomu i preferiranje različitih žanrova. Ispitali smo postoje li razlike u načinima sudjelovanja u fandomu i u preferencijama različitih žanrova s obzirom na spol i kolike su razlike u načinima sudjelovanja u fandomu prema preferiranju različitih žanrova.

## **2. Ciljevi i svrha istraživanja**

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati na koje načine studenti Sveučilišta u Zadru sudjeluju u fandomu njihovih omiljenih serija, koji su njihovi motivi sudjelovanja, načini gledanja serija i smatraju li uopće sami sebe fanovima. Uz to je cilj također bio utvrditi koji su najpopularniji žanrovi i serije među studentima i ispitati mijenjaju li se načini sudjelovanja u fandomu s obzirom na različite žanrove, serije, prema spolu i prema razini kulturnog kapitala studenata/ica.

## **3. Teorijski pristupi fandomu**

### *3.1. Što je to 'fandom'?*

Hills započinje svoju knjigu *Fan Cultures* rečenicom "Svi znaju što je to 'fan'." (2002: 8) jer je taj pojam toliko sveprisutan i često korišten. Fan je netko tko je opsjednut određenom slavnom osobom, filmom, TV serijom, bendom; netko tko nam može dati bezbrojne informacije o svom predmetu obožavanja. Fanovi interpretiraju medijske tekstove na brojne zanimljive načine i sudjeluju u zajedničkim aktivnostima (Hills, 2002).

Fandom je zajednica ljudi koji su se skupili oko nekog predmeta obožavanja kao što su knjige, serije, videoigre i slično. Sam naziv dolazi od riječi 'fan' i 'domain' i odnosi se na članove, aktivnosti i sadržaj koji se tiče određenog predmeta obožavanja (Kington, 2015). Takve zajednice su s vremenom razvile jasnu strukturu, hijerarhiju, specifičnu terminologiju, tipične aktivnosti i načine ponašanja koji su prisutni u svakom fandomu bilo koje vrste. Tako fandom postaje skupni pojam koji se sastoji od manjih grupa fanova kao što su primjerice

fanovi serije *Buffy The Vampire Slayer* ili *Harry Potter* fanovi (Kington, 2015). U ovom radu fokusiramo se samo na jedan dio fandoma, a to su fanovi različitih televizijskih serija.

Ono što povezuje fanove jest kolektivno iskustvo koje Booth (2018) naziva participativnom kulturom. Participativna kultura podrazumijeva slobodu dijeljenja kreativnih sadržaja, sudjelovanja u raspravama, snažan poticaj za kreiranje i dijeljenje radova s ostalima, neke tipove neformalnog mentorstva kao što je primjerice kritika na podijeljeni uradak, i, naposljetku, članove koji dijele osjećaj zajedništva jedni s drugima (Booth, 2018). Participativna kultura postojala je davno prije pojave digitalnih medija, ali su ti mediji drastično promijenili način na koji ona funkcionira, pružajući pristup fandomu velikom broju ljudi. Booth (2018) tvrdi kako je participativna kultura fandoma slična folk kulturi budući da svima pruža priliku za sudjelovanje i kreiranje, za razliku od masovne kulture u kojoj postoji tek mali broj onih koji proizvode i velik broj onih koji samo konzumiraju. Ipak, fandom nije u potpunosti nezavisna cjelina. Fanovi reagiraju na masovno proizvedene kulturne proizvode koji služe profitu. Isto tako nije nužno slučaj da svi fanovi sudjeluju u zajedničkim aktivnostima u fandomu. Ležerni fanovi često ne razviju snažne osjećaje zajednice s drugim fanovima niti se podređuju određenim normama, ponašanjima i hijerarhijama prisutnima u fandomu. Oni su također u većini i daleko više samo promatraju aktivnosti drugih fanova dok zapravo ne sudjeluju u njima (Booth, 2018).

### *3.2. Stereotipi koji prate fanove*

Sam pojam "fan" nije lako točno definirati budući da postoje razne vrste fanova i fandoma. Sama riječ fan je proizašla od riječi 'fanatik' koja se danas shvaća kao nešto negativno i povezuje se s opsesivnim ponašanjem (Abbot, 2010). Povijesno gledano, fanovi su često bili poznati po svom čudnom ponašanju kao što su primjerice fanovi sporta koji se oblače u boje tima za koji navijaju i odbijaju propustiti utakmicu bez obzira na sve ostale obveze (Abbot, 2010). Isto tako fan različitih serija organizira svoje aktivnosti oko svojih omiljenih serija, pretražuje intervju s glumcima na internetu, prati najnovije vijesti i zna radnju i naslov svake epizode (Abbot, 2010).

Fanovi su dugo vremena bili marginalizirani i neshvaćeni. U djelima popularne kulture često su prikazani s mnogim negativnim stereotipima. Primjerice, U filmskoj adaptaciji knjige *Misery* (1987) S. Kinga, glavni antagonist je lik obožavateljice koja je u potpunosti opsjednuta piscem njenih omiljenih romana do te mjere da ga otme i fizički zlostavlja sve dok ne napiše novi nastavak. U nešto novijim serijama kao što je primjerice *The Big Bang Theory*

(2007), u glavnim ulogama nalazi se skupina prijatelja znanstvenika koji su ujedno i veliki obožavatelji raznih djela znanstvene fantastike. Oni nose brojne stereotipe koji se često pripisuju najodanijim fanovima - njihov dom ispunjen je predmetima povezanim s njihovim najdražim serijama i filmovima, predaju se učenju trivijalnosti koje im ne služe u svakodnevnom životu, teško pronalaze romantične veze, pridaju veliku važnost djelima koja su za druge 'samo serija' ili film, toliko su opsjednuti fiktivnim svjetovima da ne znaju funkcionirati u svakodnevnom životu i slično.

Ipak, zanimljivo je kako takva slika fanova sve više slabi i postaje zastarjela (Robson, 2010). Današnji fanovi sudjeluju u istim aktivnostima kao i njihovi prethodnici na koje se nekad s prijezirom gledalo, ali koji su također postavili temelje ideji da uključenost u fandom može biti nešto vrlo pozitivno (Abbot, 2010). Moglo bi se reći da biti fan čak više nije nešto čega se pojedinci srame, već s vremenom postaje 'trendi'. Ranih 2010-ih godina mogli smo vidjeti kako je biti 'geeky' bio modni trend na neko vrijeme kad su se često nosile naočale bez dioptrije i majice na logo superheroja. Iako je danas takav modni trend nestao, ipak još uvijek često vidimo kako fanovi ponosno pokazuju svoj identitet.

Jedna od negativnih stereotipa koja prati fanove jest ta da su oni samo pasivni potrošači. Duffet (2013) spominje kako su četrdesetih godina prošlog stoljeća fanovi filmova dobivali brojne kritike zbog svog obožavanja i zajedničke ljubavi prema Hollywoodskim zvijezdama jer su za kritičare one bile samo produkt masovne industrije. Fanovi popularne kulture bili su viđeni kao nekulturni naspram onima koji cijene visoku kulturu kao što su kazalište, opera i balet. Prema Adornu popularna kultura je samo način društvene kontrole. Njezina uloga je zabavljati mase kako bi ostali zaokupirani nevažnim stvarima. Dok je po njegovu mišljenju popularna glazba ono što slušatelja zadržava okupiranim i pasivnim, fanovi te glazbe su krajnji produkt manipulacije industrije koja ih stvara (Adorno, 2001).

Ipak, prema Harrington i Bielby (1995) koji su istraživali gledatelje sapunica, fanovi su uglavnom upoznati s načinima produkcije tog žanra. Iako se gledatelje sapunica često smatra povodljivim i tek pasivnim promatračima drame, Harrington i Bielby (1995) pokazuju da su zapravo vrlo kritični prema materijalu koji gledaju i uživaju u raspravi i razmjeni znanja o seriji s ostalim gledateljima.

Posljednjih godina tvrdnja da su fanovi tek pasivni gledatelji sve više pada u vodu. Zbog pristupa internetu i povezanosti s ostalim fanovima i producentima serija, fanovi na različite načine reagiraju na serije koje prate. Kao primjer možemo uzeti film *Sonic the Hedgehog* (2020) koji je nakon prvog objavljenog *trailera* dobio toliko negativnih komentara

da su kreatori filma bili prisiljeni prepraviti cijeli film. Još jedan primjer može biti film *Frozen* (2013) u kojem su fanovi lik Else interpretirali kao lika koji pripada lgbtq+ zajednici i zahtijevali da u sljedećem nastavku Elsa upozna djevojku s kojom bi bila u romantičnoj vezi. Iako Disney nije u potpunosti slijedio želje fanova, Elsa u drugom nastavku ipak još dalje ostaje neudana i nije završila u romantičnoj vezi s muškarcem.

### 3.3. Aktivnosti fanova

Aktivnost fanova dokaz je kako oni nisu samo pasivni potrošači. Fanovi različitih filmova, videoigara, sporta i slično, svi sudjeluju u aktivnostima koje ih veže uz predmet njihova obožavanja. Mnogi kupuju predmete sa slikama svojih omiljenih likova ili pak posjeduju cijele kolekcije predmeta. Tu je i komunikacija s glumcima i producentima, ranije preko pisama, a danas putem interneta i društvenih mreža. Vrlo predani fanovi se ponekad oblače u svoje najdraže likove, a fanovi glazbe ponekad utjelovljuju glazbenike tako da kopiraju njihov stil, pokrete, i izvode njihove pjesme.

Učenje raznih informacija o seriji možemo vidjeti kao način sakupljanja kulturnog kapitala, o čemu ćemo još kasnije raspravljati. Ukoliko se serija još snima, fanovi će često pokušati predvidjeti što će se dešavati u sljedećoj sezoni. Time dolazimo do pojmova kao što su fanteorije i spojleri. Dok su fanteorije pretpostavke utemeljene na prijašnjim epizodama i detaljima u epizodi koji bi mogli označiti neki budući događaj u sljedećoj sezoni, spojleri dolaze od fanova koji izlaze izvan okvira same serije i trude se iz drugih izvora saznati detalje iz epizoda koje još nisu dostupne javnosti (Jenkins, 1992). Duffet (2013) spominje incident u kojem se šezdesetih godina fan serije *Doctor Who* ušuljao na set i slikao kostime i studio s namjerom da unaprijed sazna radnju serije. U novije vrijeme mogli smo vidjeti kako su mnogi fanovi serije *Game of Thrones* (2011) pokušavali i uspješno saznavali radnju cijele sezone mjesecima prije same premijere. *Game of Thrones* (2011) bila je jedna od najpopularnijih serija koja je imala vrlo nepredvidivu radnju, brojne neriješene misterije i proročanstva, i bila je to serija o kojoj su fanovi razvijali brojne fanteorije. Uz toliku popularnost i zaludenost fanova, oni koji bi uspjeli podijeliti spojlere s ostalima stekli bi neku vrstu popularnosti unutar fandoma.

### 3.4. Kreativnost fanova

Najpoznatiji oblik kreativnog izražavanja kod fanova je fanfiction. To je način pisanja fiktivnih priča koje su utemeljene na radnji ili likovima iz serije. Fanfiction je često način na koji fanovi doprinose svoju kritiku originalnom tekstu tako da napišu svoje verzije teksta

ukoliko su nezadovoljni radnjom neke epizode ili razvitkom likova. Shennag Pugh (2005) daje objašnjenje da fanovi pišu fanfiction ili jer žele više originalnog teksta ili pak jer očekuju dublje značenje od originala. Na primjer, osobe koje pišu fanfiction u mnogim slučajevima pokušavaju likovima dati vremena za razvijanje emocija i veza s ostalim likovima mnogo više nego što su to producenti učinili u originalnom tekstu. Velik broj tekstova iznosi radnju u kojoj likovi iz serija ulaze u romantične veze. Budući da su osobe koje pišu fanfiction uglavnom žene, mnogi tvrde kako je fanfiction za njih način istraživanja romantičnih veza i seksualnosti iz ženske perspektive.

Fanfiction najčešće ne odgovara radnji originalne serije i zapravo je tekst koji iznosi kako su gledatelji interpretirali original. U toj situaciji možemo primijeniti pojam Rolanda Barthesa iz njegovog djela *The Death of The Author* (1977). Barthes govori kako se značenje originalnog teksta gubi čim dolazi do čitatelja jer svatko na temelju svojih osobnih životnih iskustava interpretira djelo na drugačiji način. U nekim slučajevima producenti serije nisu zadovoljni činjenicom da je njihovo djelo inspiriralo brojne fanove da napišu svoje vlastite interpretacije serije jer ideja koju oni žele prenijeti često nije ista kao ideja koju fanovu dobiju gledajući seriju. Kao primjer možemo uzeti seriju *Sherlock* (2010) koja je nakon svoje prve dvije sezone stekla veliku popularnost. *Sherlock* (2010) je detektivska serija koja je inspirirala fanove da spekuliraju kako je glavni lik preživio pad sa zgrade u zadnjoj epizodi. Nakon brojnih fanteorija i priča napisanih u razdoblju između dviju sezona, premijera treće sezone započinje radnjom u kojoj producenti i tekstopisci neizravno ismijavaju svoje fanove i njihove spekulacije o seriji implicirajući da samo oni poznaju seriju koju su napisali i kako je uopće besmisleno da bilo tko od fanova pokuša razriješiti misterij serije. Još jedan primjer je George R. R. Martin čije su knjige inspirirale seriju *Game of Thrones* (2011) - u mnogim intervjuima govori kako mu se ne sviđa fanfiction i teorije koje fanovi formiraju o njegovim knjigama posebno u slučajevima u kojima su fanovi uspjeli sami razriješiti neke od glavnih misterija prije nego što ih je on uopće potvrdio u svojim djelima. Još jedan od načina na koji fanovi izražavaju svoju kreativnost je stvaranje fanvidea. Fanvidea služe kao komentar na originalni tekst ili su stvoreni s namjerom da emocionalno povezuju fanove (Jenkins, 1992). Kroz njih fanovi ponovno proživljavaju najznačajnije trenutke iz serije i prisjećaju se emocija koje vežu uz njih. Prije masovnog korištenja interneta fanovi su stvarali fanvidea i dijelili ih međusobno s fanovima koje su poznavali (Duffett, 2013). U današnje vrijeme fanvidea su daleko više pristupna, posebno na Youtubu. Postoje brojne vrste fanvidea - neka videa slave cijelu seriju i fokusirana su na emociju koja povezuje fanove; pojedina videa fokusiraju se na

veze između likova kao što su prijateljstva i romantične veze; poneka videa uključuju najsmješnije trenutke iz serije, interne šale fanova i slično.

Načini za doprinos svoje kreativnosti uistinu su brojni. Osim stvaranja fanvidea i pisanja fanfiction, tu su i fanart, memovi, izrada kostima, parodije, oponašanje i još mnogo drugih aktivnosti. Fanovi filmskog serijala *Harry Potter* otišli su toliko daleko da čak osmisle svoje vlastite kazališne predstave i snime nekoliko vlastitih filmova koji se ponajviše fokusiraju na sporednim likovima u knjizi ili pričama koje nisu dobile dovoljno vremena u filmskoj adaptaciji.

### 3.5. Motivi sudjelovanja u fandomu

Postoji nekoliko razloga zašto se fanovi uopće odlučuju na interakciju s tekстом i formiranje grupnog identiteta s ostalim obožavateljima. Cavicchi (1998) u svojem istraživanju fanova Brucea Springsteena dolazi do zaključka kako fanovi uz njegovu glazbu stvaraju svoj vlastiti identitet. Za njih, popularna glazba ne umanjuje njihovu individualnost već im daje snažniji osjećaj da su zbog toga posebni. Drugi pak zadovoljavaju svoju potrebu za pripadnost zajednici. U društvu gdje je predmoderni tip zajednice skoro u potpunosti nestao, fanovi u interakciji jedni s drugima pronalaze osjećaj pripadnosti. Tako možemo vidjeti kako grupa fanova često samu sebe naziva jednom velikom obitelji i ponekad tvrde kako su pronašli svoje ljude ili svoje pleme.

Još jedan od razloga jest potpora koju fanovi pružaju jedni drugima. U istraživanju Fiesler i sur. (2017) o stvaranju stranice AO3 - web stranice na kojoj fanovi objavljuju svoj fanfiction - ispitanici su na pozitivan način opisali svoje iskustvo sudjelovanja u projektu. Osjećali su da su prihvaćeni, da se njihove greške toleriraju i da su im ostali spremni pomoći i podijeliti svoje znanje. Jody Lynn Nye (2010) također u svom eseju o fanovima serije *Doctor Who* primjećuje da fanovi koji odlaze na konvencije opisuju atmosferu koja pruža dobrodošlicu, multikulturalnost, toleranciju i privlači ljude otvorenog uma.

### 3.6. Bourdieuova teorija kulturnog kapitala

Pierre Bourdieu u svojem djelu *Distinction* (1984) govori o ukusima kao oznaci društvenog položaja prije nego osobnog izbora. Bourdieu je opisivao ukuse i navike pojedinih klasa analizirajući francusko društvo. Ono što Bourdieu naglašava u svojim djelima jest posjedovanje kulturnog kapitala. Njegova pretpostavka glasi da svaki pojedinac kroz svoj život prikuplja znanje koje reflektira njegovu poziciju u društvu. Time što pojedinac izlaže svoj kulturni kapital, nalazi sebi slične i odvaja se od ostalih društvenih grupa. Bourdieu

razlikuje nekoliko osnovnih vrsta kapitala: socijalni, kulturni, ekonomski i simbolički. U ovom radu dotičemo se ponajviše kulturnog kapitala koji obuhvaća resurse kao “jezičnu kompetenciju, opću kulturnu svijest, estetske preferencije, informacije o školskom sistemu i obrazovne svjedodžbe” (Fanuko, 2008: 18). Takav kapital može biti utjelovljeni, objektivirani i institucionalizirani. Utjelovljeni kulturni kapital predstavlja znanje koje pojedinac stječe kroz život bilo svjesno ili nesvjesno. Objektivirani kulturni kapital se odnosi na imovinu i ono što pojedinac posjeduje u materijalnom obliku, a Institucionalizirani kulturni kapital se nalazi u akademskim titulama i kvalifikacijama. U ovom radu smo ispitali kako su utjelovljeni i objektivirani kulturni kapital povezani s nekim aktivnostima u fandomu. Duffet (2013) ističe kako se Bourdieuova analiza klase i ukusa ne može primijeniti na popularne medijske sadržaje koje prate gledatelji iz svih klasa. Ipak, u istraživanju Kington (2015) koje se bavi karakteristikama fanova koji posjećuju konvencije ustanovilo se kako su takvi fanovi uglavnom visoko obrazovani i financijski imućni. I neka istraživanja u Hrvatskoj kao primjerice Krolo, Marčelić i Tonković (2016) dolaze do rezultata kako su kulturna potrošnja i ukusi povezani s nekim aspektima kulturnog kapitala kao što su obiteljska socijalizacija, posjedovanje knjiga u kućanstvu i stupanj obrazovanja roditelja. Hills (2002) objašnjava kako se Bourdieuova teorija u analizama fandoma češće primjenjuje unutar zajednice fanova za analizu hijerarhijskog poretka u kojem se fanovi natječu u znanju o seriji, pristupu informacijama i bore se za što viši status.

Deborah Stanish (2010) u svojoj raspravi o fanovima serije *Doctor Who* uspoređuje fanove TV serija i fanove sporta. Njezina je glavna misao ta da dok je biti zaljubljen sportom nešto sasvim prihvatljivo, biti obožavatelj TV serija je manje društveno poželjno. Zbog negativnih stereotipa vezanih uz fanove, pokazivati svoju predanost i entuzijizam za popularnu seriju ne možemo smatrati načinom uveličavanja svojeg statusa u društvu. S druge strane, unutar fandoma posjedovati znanje o seriji, kupovati predmete, kreirati fanart, fanfiction i slično, i općenito naglašavati svoj entuzijizam izdiže pojedine fanove iz grupe normalnih fanova ili tek ležernih gledatelja serije. Baš kao što postoji podjela između fanova i običnih ljudi, tako se i fanovi unutar fandoma znaju podijeliti na nekoliko slojeva prema razini participacije i predanosti (Duffett, 2013).

Fiske (1992) u svojoj primjeni Bourdieuove teorije na fandom koristi pojam ‘popularni kulturni kapital’ kako bi ga razlikovao od Bourdieuova kulturnog kapitala koji se uglavnom odnosi na visoku kulturu. Za razliku od kulturnog kapitala, popularni kulturni kapital uglavnom ne može prijeći u druge vrste kapitala kao što je na primjer ekonomski

kapital niti pomaže pojedincu da uzdigne svoj društveni status. Popularni kulturni kapital jedino može pomoći u zadobivanju poštovanja ostalih članova unutar grupe s kojima pojedinac dijeli zajedničku ljubav prema predmetu obožavanja. Tako u fandomu posjedovanje popularnog kulturnog kapitala pomaže pojedincu unaprijediti svoj društveni i simbolički kapital kroz pripadanje elitnim grupama fanova i stjecanjem dobre reputacije. Oni najodaniji fanovi često stječu neku ulogu vođe ili glasnogovornika cijele fan grupe (MacDonald, 1998).

Abercrombie i Loghurst (1998) među fanovima razlikuju ležerne gledatelje i entuzijaste. Što više pojedinac gleda seriju i pokazuje angažiranost u fandomu, to se više identificira s tim i vidi sebe kao obožavatelja. Pa tako što je fan angažiraniji više se identificira kao entuzijast nego kao ležerni pratitelj (Abbot, 2010). Entuzijast uz redovito praćenje serije također zna i detalje o glumcima i produkciji i kupuje predmete kako bi dalje naglasili svoj status u fandomu.

Kermode (1997) u svom eseju o fanovima horor žanra govori kako je fanovima važno poznavati temelje žanra, simbole, reference na druge filmove, klišeje i ostale detalje koji im daju osjećaj kao da razumiju nešto što je poznato samo njima i ostalim fanovima horora. Tako je moguće da u fandomu obožavatelji razviju svoje vlastite šale i jezik kako bi se odvojili od ostalih.

Ovakva podjela pomaže nam vidjeti fanove i fandom kao složene višeslojne cjeline. Mnogi teoretičari pokušali su kreirati sisteme po kojima bi kategorizirali gledatelje serija. Robson (2010) predlaže ideju da se svi gledatelji mogu nazivati fanovima, ali se oni međusobno razlikuju prema angažmanu. Tako su primjerice kulturni fanovi oni koji uz redovito praćenje serije još sudjeluju u raspravama o seriji s ostalim obožavateljima, prate novosti na internetu, organiziraju skupna gledanja serije i slično. Ipak, gledatelji serija često odlučuju na različite načine sudjelovati u fandomu stoga ih nije moguće podijeliti u strogo određene grupe. Harrington i Bielby (1995) govore kako angažiranost fanova više valja prikazati na spektru koji seže od onih najležernijih fanova pa sve do najpredanijih.

### *3.7. Načini praćenja serija danas*

Danas su fanovi daleko više povezani s tekstom nego publika u prošlosti, dijelom zbog toga što je biti fan danas bolje prihvaćeno i čak viđeno kao nešto na što se možemo ponositi, a dijelom i zbog šireg pristupa internetu. Suvremeni fanovi, bili to ležerni fanovi ili entuzijasti, su većinom korisnici interneta. Gledatelji sve više prate serije putem interneta nego putem



televizije. Na kraju krajeva, internet gledateljima pruža brz pristup serijama, beskonačan broj različitih serija na odabir i sve to za vrlo niske cijene, a neke stranice ni ne naplaćuju članstvo. Zbog svega toga se i interakcija u fandomu promijenila. Prije tridesetak godina, ako je gledatelj propustio pogledati epizodu nije ju mogao ponovno pogledati ukoliko ju nije snimio ili ako se nije prikazivala repriza. Danas je skoro svaka serija dostupna na internetu u bilo koje vrijeme i može se pogledati koliko god puta gledatelj poželi. Najnovije epizode najčešće su dostupne na ilegalnim torrent stranicama već nekoliko sati nakon što su premijerno prikazane na televiziji (Abbot 2010). Premda ovakav način praćenja serija nije legalan, vrlo je popularan među fanovima upravo zbog toga što ne moraju plaćati pristup seriji i najnovije epizode mogu pogledati u vrlo kratkom roku nakon što su premijerno prikazane (Abbot, 2010). Ovakav brzi pristup također omogućava fanovima da raspravljaju o seriji i komentiraju pojedine scene i likove u vremenu dok se epizoda prikazuje. Osim što fanovima omogućuje direktnu interakciju, internet je značajno promijenio način na koji fanovi izmjenjuju informacije o serijama. Današnje fan wiki web stranice koje su otvorene za sve fanove postaju puno praktičniji način za objavljivanje novosti, informacija i detalja vezanih uz seriju nego nekadašnji fanzini koje su fanovi organizirali sedamdesetih, osamdesetih i devedesetih godina prošlog stoljeća. Nažalost, web stranice koje pohranjuju brojne informacije, pristup fanfiction-u i brojna fanvidea i fanart, često propadaju nakon što određena serija prestane biti prikazivana i fanovi izgube interes (Abbot, 2010).

#### **4. Hipoteze**

H1: Postoji statistički značajna razlika u preferenciji žanrova između studenata i studentica.

H2: Postoji statistički značajna razlika u preferencijama različitih žanrova s obzirom na neke aspekte kulturnog kapitala kod studenata/ica.

H3: Postoji statistički značajna razlika u sudjelovanju u fandomu između studenata i studentica.

H4: Postoji statistički značajna razlika u razini participacije s obzirom na razinu kulturnog kapitala koju studenti/ce posjeduju.

H5: Postoji statistički značajna razlika u načinima sudjelovanja studenata/ica u fandomu s obzirom na različite žanrove serija.

#### **5. Metodologija istraživanja**

U istraživanju se koristio anketni upitnik izrađen na web stranici Google Forms. U anketi se nalaze pitanja većinom zatvorenog tipa, od kojih njih četiri ima opciju nadodati svoj odgovor koji nije već spomenut i tri pitanja otvorenog tipa koja ispituju dob, studijski smjer i dvije omiljene serije. U istraživanju je sudjelovalo 138 ispitanika koji su anketu ispunili u lipnju 2020. godine. Anketa je podijeljena na Facebook stranici Sveučilišta u Zadru i svi su ispitanici obaviješteni da je anketa anonimna i sudjelovanje dobrovoljno.

Anketa ispituje sociodemografske karakteristike (dob, spol, veličina mjesta, godina studija, studijski smjer, tip završene srednje škole), sociokulturne karakteristike (obrazovanje roditelja, broj knjiga u kućanstvu) i varijable koje se odnose na njihove preferencije i načine praćenja serija i sudjelovanja u fandomu.

Kako bi ispitali njihove preferencije u žanrovima i serijama, koristili smo Likertovu skalu od 5 stupnjeva gdje odgovori mogu varirati od ‘uopće mi se ne sviđa’ do ‘jako mi se sviđa’. Uz to smo ispitanicima ponudili i odgovor ‘ne poznajem žanr’ i ‘nisam gledao/la seriju’.

Serije koje smo uvrstili u upitnik birali smo po nekoliko kriterija; ponajprije smo birali serije koje pripadaju žanrovima fantastičnih serija, znanstvene fantastike ili horora jer takvi žanrovi inače okupljaju najangažiranije fanove. Sljedeće, bilo nam je važno da su serije općenito popularne i poznate većini ispitanika. Iako smo u anketu uvrstili većinom novije serije, uključili smo i nekoliko starijih serija kao što su Star Trek, Buffy the Vampire Slayer i Doctor Who jer su te serije razvile velike i relativno dugotrajne zajednice fanova.

Kako bismo ispitali načine na koji studenti sudjeluju u fandomu koristili skalu procjene od 3 stupnja koja označuju odgovore ‘nikad’, ‘ponekad’ i ‘često’. Ispitanike smo pitali koliko često sudjeluju u navedenim aktivnostima vezanim uz njihove omiljene serije. Ispitali smo njihovu online i offline participaciju, koliko se često informiraju o seriji i koliko kreiraju svoje vlastite sadržaje. Kao indikatore online participacije uzeli smo, na primjer, dijeljenje sadržaja vezanih uz seriju na društvenim mrežama i praćenje i komuniciranje s glumcima na društvenim mrežama. Za ispitivanje offline participacije ispitali smo kupovanje i nošenje proizvoda sa slikama iz serije kao što su majice i privjesci, razgovor s prijateljima, organiziranje i odlazak na konvencije, zajedničko gledanje serija s prijateljima, oblačenje u omiljene likove i korištenje šala i citata iz serije u svakodnevnom životu. Za kreiranje sadržaja ispitali smo koliko često ispitanici stvaraju svoje memeove, fanart, fanfiction i fanvidea, a za informiranje o seriji ispitali smo koliko često traže spojere, proučavaju fan teorije, uče trivijalnosti o seriji i istražuju pojmove spomenute u seriji.

Na pitanja ‘Na koji način pratite svoje omiljene serije?’, ‘Koji je za vas najznačajniji motiv sudjelovanja u fandomu?’ i ‘Biste li se nazvali fanom svoje najdraže serije?’ postavili smo mogućnost samo jednog mogućeg odgovora, dok u ispitivanju preko kojih medija studenti prate svoje omiljene serije ispitanicima smo dali pitanje na koje mogu odgovoriti s višestrukim odgovorima.

## 6. Rezultati istraživanja

U tablici 1. prikazan je opis uzorka. Od demografskih varijabli smo ispitali dob, spol, godinu studija, veličina mjesta iz kojeg ispitanik dolazi i koju je srednju školu ispitanik završio.

### 6.1. Opis uzorka

Tablica 1.:

| Varijabla              | Varijabla                               | Frekvencija | Postotak |
|------------------------|---|-------------|----------|
| Spol                   | Muškarci                                | 15          | 10,87%   |
|                        | Žene                                    | 122         | 88,41%   |
|                        | Ne želi reći                            | 1           | 0,72%    |
| Godina studija         | 1. preddiplomski                        | 16          | 11,59%   |
|                        | 2. preddiplomski                        | 30          | 21,74%   |
|                        | 3. preddiplomski                        | 50          | 36,23%   |
|                        | 1. diplomski                            | 16          | 11,59%   |
|                        | 2. diplomski                            | 26          | 18,84%   |
| Veličina mjesta        | do 2500 s.                              | 31          | 22,46%   |
|                        | 2500 - 5000                             | 22          | 15,94%   |
|                        | 5000 - 10 000                           | 17          | 12,32%   |
|                        | 10 000 - 50 000                         | 33          | 23,91%   |
|                        | 50 000 - 100 000                        | 16          | 11,59%   |
|                        | 100 000 - 250 000                       | 12          | 8,70%    |
|                        | Više od 250 000                         | 7           | 5,07%    |
| Završena srednja škola | Gimnazija                               | 84          | 60,87%   |
|                        | Umjetnička                              | 2           | 1,45%    |
|                        | Četverogodišnja                         | 52          | 37,68%   |
| Obrazovanje majke      | Osnovna škola                           | 6           | 4,35%    |
|                        | Trogodišnja strukovna srednja škola     | 22          | 15,94%   |
|                        | Četverogodišnja strukovna srednja škola | 64          | 46,38%   |
|                        | Gimnazija                               | 6           | 4,35%    |
|                        | Stručni studij, viša škola              | 12          | 8,70%    |
|                        | Sveučilišni studij                      | 20          | 14,49%   |

|                         |   |    |        |
|-------------------------|---|----|--------|
| Obrazovanje oca         | Magisterij, doktorat                    | 8  | 5,80%  |
|                         | Osnovna škola                           | 3  | 2,17%  |
|                         | Trogodišnja strukovna srednja škola     | 39 | 28,26% |
|                         | Četverogodišnja strukovna srednja škola | 57 | 41,30% |
|                         | Gimnazija                               | 4  | 2,90%  |
|                         | Stručni studij, viša škola              | 12 | 8,70%  |
|                         | Sveučilišni studij                      | 15 | 10,87% |
| Broj knjiga u kućanstvu | Magisterij, doktorat                    | 8  | 5,80%  |
|                         | Do 25                                   | 18 | 13,04% |
|                         | 25-50                                   | 32 | 23,19% |
|                         | 50-100                                  | 25 | 18,12% |
|                         | 100-200                                 | 29 | 21,01% |
|                         | 200-400                                 | 19 | 13,77% |
|                         | Više od 400                             | 15 | 10,87% |

U istraživanju su sudjelovale 122 (88,41%) žene, 15 (10,81%) muškaraca i 1 (0,75%) osoba koja se nije željela izjasniti po pitanju spola. Iako se u uzorku nalazi daleko veći broj žena, Na Sveučilištu u Zadru i na ostalim studijima humanističkih i društvenih znanosti je sasvim uobičajeno da je veći udio žena nego muškaraca. Dob ispitanika kreće se u rasponu od 19 do 35 godina, a većina se nalazi u skupini između 20 i 24 godina. Aritmetička sredina dobi iznosi 22,5 godina. U uzorku se nalazi 16 (11,59%) ispitanika s 1. godine preddiplomskog studija, 30 (21,74%) s 2. godine preddiplomskog, 50 (36,23%) s 3. preddiplomskog te 16 (11,59%) s 1. godine diplomskog i 26 (18,84%) s 2. godine diplomskog. Prema veličini mjesta najviše ispitanika dolazi iz gradova od 10 000 do 50 000 stanovnika (23,91%) i iz mjesta do 2500 stanovnika (22,46%), dok ih najmanje dolazi iz mjesta od 100 000 do 250 000 stanovnika (8,70%) i preko 250 000 stanovnika (5,07%). Najviše studenata je završilo gimnaziju (60,87%) ili četverogodišnju srednju školu (37,68%) dok je vrlo mali broj studenata završio umjetničku srednju školu (1,45%) Što se tiče obrazovanja roditelja, u uzorku se nalazi najviše ispitanika čiji su roditelji završili četverogodišnju strukovnu školu, 64 majke (46,38%) i 57 očeva (41,3%). Majke su nešto više visokoobrazovane - 20 (14,49%) ih je završilo sveučilišni studij, a njih 8 (5,8%) ima magisterij ili doktorat. Od očeva je njih 15 (10,87%) završilo sveučilišni studij, a po pitanju magisterija i doktorata ima ih također 8 (5,8%). Na pitanje "Koliki broj knjiga posjedujete u kućanstvu?" ispitanici su najčešće

odgovorili 25-50 knjiga (23,19%), no ipak nema niti jednog odgovora koji posebno iskače i svi su otprilike u istoj mjeri zastupljeni.

## 6.2. Najpopularniji žanrovi i serije

U tablicama 2.1. i 2.2. nalaze se rezultati koji prikazuju na koje su načine ispitanici odgovorili na pitanja ‘‘Koliko vam se sviđaju navedeni žanrovi serija?’’ i ‘‘Koliko vam se sviđaju navedene serije?’’. Za svaki žanr i seriju ispitanici su mogli odabrati jedan od ponuđenih odgovora koji variraju od ‘‘Jako mi se sviđa’’ do ‘‘Uopće mi se ne sviđa’’, a tu su i opcije ‘‘Ne poznajem’’ i ‘‘Nisam gledao/la’’. Aritmetičku sredinu popularnosti žanrova i serija dobili smo tako da smo izuzeli one koji su odgovorili da ne poznaju određeni žanr ili nisu gledali seriju, a ostalim opcijama smo pridružili brojčanu vrijednost gdje ‘uopće mi se ne sviđa’ nosi vrijednost 1, a ‘jako mi se sviđa’ 5.

Tablica 2.1.: ‘Koliko vam se sviđaju navedeni žanrovi?’

|                        | <b>Jako mi se sviđa =5</b> | <b>Sviđa mi se =4</b> | <b>Neutrala n/na sam =3</b> | <b>Ne sviđa mi se =2</b> | <b>Uopće mi se ne sviđa =1</b> | <b>Ne poznajem</b> | <b>M</b> |
|------------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------------|--------------------|----------|
| Kriminalističke serije | 60 (43,8%)                 | 54 (39,4%)            | 14 (10,22%)                 | 4 (2,92%)                | 4 (2,92%)                      | 1 (0,73%)          | 4,16     |
| Komedije               | 67 (48,9%)                 | 42 (30,66%)           | 18 (13,14%)                 | 5 (3,65%)                | 5 (3,65%)                      | 0 (0%)             | 4,14     |
| Drame                  | 41 (29,9%)                 | 56 (40,88%)           | 26 (18,98%)                 | 8 (5,84%)                | 4 (2,92%)                      | 2 (1,46%)          | 3,88     |
| Avanturističke serije  | 19 (13,87%)                | 70 (51,1%)            | 35 (25,55%)                 | 8 (5,84%)                | 1 (0,73%)                      | 4 (2,92%)          | 3,71     |
| Dokumentarne serije    | 31 (22,63%)                | 53 (38,7%)            | 30 (21,9%)                  | 16 (11,68%)              | 6 (4,38%)                      | 1 (0,73%)          | 3,61     |
| Fantastične serije     | 40 (29,2%)                 | 38 (27,7%)            | 21 (15,33%)                 | 13 (9,5%)                | 19 (13,87%)                    | 6 (4,38%)          | 3,48     |
| Znanstvena fantastika  | 40 (29,2%)                 | 35 (25,55%)           | 18 (13,14%)                 | 18 (13,14%)              | 18 (13,14%)                    | 8 (5,84%)          | 3,45     |
| Romantične serije      | 30 (21,9%)                 | 41 (29,93%)           | 32 (23,36%)                 | 19 (13,87%)              | 10 (7,3%)                      | 5 (3,65%)          | 3,44     |
| Akcijske serije        | 19 (13,87%)                | 57 (41,6%)            | 33 (24,1%)                  | 22 (16,06%)              | 5 (3,65%)                      | 1 (0,73%)          | 3,44     |
| Animirane serije       | 19 (13,87%)                | 41 (29,93%)           | 36 (26,28%)                 | 22 (16,06%)              | 16 (11,68%)                    | 3 (2,19%)          | 3,16     |
| Dizajn i kuhanje       | 18 (13,14%)                | 35 (25,55%)           | 32 (23,36%)                 | 16 (11,68%)              | 19 (13,87%)                    | 17 (12,41%)        | 3,12     |
| Serije o superherojima | 21 (15,3%)                 | 27 (19,7%)            | 29 (21,17%)                 | 22 (16,06%)              | 26 (18,98%)                    | 12 (8,76%)         | 2,94     |
| Bolničke drame         | 16                         | 26                    | 40                          | 24                       | 23                             | 8 (5,84%)          | 2,88     |

|               |           |           |          |          |            |            |      |
|---------------|-----------|-----------|----------|----------|------------|------------|------|
|               | (11,68%)  | (18,98%)  | (29,2%)  | (17,52%) | (16,79%)   |            |      |
| Horor         | 16        | 29        | 16       | 19       | 37         | 18         | 2,66 |
|               | (11,68%)  | (21,17%)  | (11,68%) | (13,87%) | (27,01%)   | (13,14%)   |      |
| Reality show  | 8 (5,8%)  | 22        | 35       | 19       | 41 (29,9%) | 12 (8,76%) | 2,48 |
|               |           | (16,06%)  | (25,55%) | (13,87%) |            |            |      |
| Domaće serije | 3 (2,19%) | 9 (6,57%) | 26       | 25       | 44         | 30 (21,9%) | 2,06 |
|               |           |           | (18,98%) | (18,52%) | (32,12%)   |            |      |

U tablici primjećujemo da se studentima najviše sviđaju kriminalističke serije, komedije, drame i dokumentarce dok su najmanje zainteresirani za domaće serije, reality show, horor i bolničke drame.

Tablica 2.2.: 'Koliko vam se sviđaju navedene serije?'

|                          | <b>Jako mi se sviđa =5</b> | <b>Sviđa mi se =4</b> | <b>Neutrala n/na sam =3</b> | <b>Ne sviđa mi se =2</b> | <b>Uopće mi se ne sviđa =1</b> | <b>Nisam gledao/la</b> | <b>M</b> |
|--------------------------|----------------------------|-----------------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------------|------------------------|----------|
| Stranger Things          | 33<br>(24,09%)             | 28<br>(20,44%)        | 10 (7,3%)                   | 2 (1,46%)                | 1 (0,73%)                      | 63 (46%)               | 4,16     |
| Black Mirror             | 32<br>(23,36%)             | 24<br>(17,52%)        | 13 (9,5%)                   | 3 (2,19%)                | 3 (2,19%)                      | 62 (45,26%)            | 4,00     |
| Sherlock                 | 32<br>(23,36%)             | 27<br>(19,71%)        | 16<br>(11,68%)              | 4 (2,92%)                | 3 (2,19%)                      | 55 (40,15%)            | 3,94     |
| Game of Thrones          | 37 (27%)                   | 18<br>(13,14%)        | 8 (5,84%)                   | 6 (4,38%)                | 6 (4,38%)                      | 62 (45,26%)            | 3,93     |
| The Witcher              | 26<br>(18,98%)             | 21<br>(15,33%)        | 8 (5,84%)                   | 2 (1,46%)                | 5 (3,65%)                      | 75 (54,74%)            | 3,92     |
| Doctor Who               | 26<br>(18,98%)             | 26<br>(18,98%)        | 22<br>(16,06%)              | 9 (6,57%)                | 2 (1,46%)                      | 52 (37,96%)            | 3,72     |
| Supernatural             | 22<br>(16,06%)             | 19<br>(13,87%)        | 14<br>(10,22%)              | 2 (1,46%)                | 6 (4,38%)                      | 74 (54%)               | 3,72     |
| Rick and Morty           | 20<br>(14,6%)              | 16 (11,68)            | 14<br>(10,22%)              | 3 (2,19%)                | 6 (4,38%)                      | 78 (56,93%)            | 3,63     |
| Merlin                   | 17<br>(12,41%)             | 16<br>(11,68%)        | 15<br>(10,95%)              | 4 (2,92%)                | 5 (3,65%)                      | 80 (58,39%)            | 3,57     |
| Westworld                | 11<br>(8,03%)              | 9 (6,57%)             | 15<br>(10,95%)              | 0 (0%)                   | 3 (2,19%)                      | 99 (72,26%)            | 3,56     |
| American Horror Story    | 15<br>(10,95%)             | 18<br>(13,14%)        | 21<br>(15,33%)              | 6 (4,38%)                | 6 (4,38%)                      | 71 (51,82%)            | 3,40     |
| The Mandalorian          | 8 (5,84%)                  | 4 (2,92%)             | 13 (9,5%)                   | 2 (1,46%)                | 2 (1,46%)                      | 108<br>(78,83%)        | 3,37     |
| Buffy the Vampire Slayer | 5 (3,65%)                  | 17<br>(12,41%)        | 19<br>(13,87%)              | 3 (2,19%)                | 3 (2,19%)                      | 90 (65,69%)            | 3,31     |
| The Walking Dead         | 8 (5,84%)                  | 18<br>(13,14%)        | 12<br>(8,76%)               | 11<br>(8,03%)            | 4 (2,92%)                      | 84 (61,31%)            | 3,22     |
| Star Trek                | 4 (2,92%)                  | 18                    | 21                          | 5 (3,65%)                | 4 (2,92%)                      | 85 (62,04%)            | 3,19     |

|       |           |          |          |           |           |             |      |
|-------|-----------|----------|----------|-----------|-----------|-------------|------|
|       |           | (13,14%) | (15,33%) |           |           |             |      |
| Arrow | 4 (2,92%) | 18       | 22       | 6 (4,38%) | 8 (5,84%) | 79 (57,66%) | 3,02 |
|       |           | (13,14%) | (16,06%) |           |           |             |      |

Najgledanije serije su *Doctor Who*, *Sherlock*, *Black Mirror* i *Game of Thrones*, dok su najmanje gledane *The Mandalorian*, *Westworld*, *Buffy the Vampire Slayer* i *Star Trek*. Izuzevši one koji nisu gledali seriju, studenti su izrazili da najviše vole serije *Stranger Things*, *Black Mirror*, *Sherlock* i *Game of Thrones*, dok im se najmanje sviđaju serije *Arrow*, *Star Trek* i *The Walking Dead*.

### 6.3. Načini sudjelovanja u fandomu

Kako bi ispitali načine na koje studenti sudjeluju u fandomu postavili smo pitanje ‘Koliko često sudjelujete u navedenim aktivnostima vezanim uz vaše omiljene serije?’ gdje su na ponuđene tvrdnje mogli odgovoriti s ‘nikad’, ‘ponekad’ ili ‘često’. Prema danim odgovorima podijelili smo ispitanike na one koje nikad ne sudjeluju u navedenim aktivnostima i na ona koji ponekad ili često sudjeluju u njima. Za indekse koji ispituju online i offline participaciju bilo je sedam tvrdnji za svaku, a indeksi koji ispituju informiranje o seriji i kreiranje sadržaja sadrže svaki po četiri tvrdnje.

#### 6.3.1. Online participacija

U ispitivanju online participacije uključili smo tvrdnje koje se odnose na aktivnosti u online sferi kao što su praćenje glumaca i profila koji objavljuju informacije o seriji na društvenim mrežama, posjećivanje blogova komentiranje i lajkanje tuđih uradaka, dijeljenje sadržaja vezanih uz seriju i razgovor s glumcima ili s ostalim fanovima online.

Tablica 3.1.: ‘Načini sudjelovanja u fandomu online’

|  | Nikad       |          | Ponekad/Često |          |
|--|-------------|----------|---------------|----------|
|  | frekvencija | postotak | frekvencija   | postotak |
| Pratim glumce na društvenim mrežama  | 28          | 20,29%   | 110           | 79,71%   |
| Pratim grupe/profile na društvenim mrežama koji objavljuju sadržaje vezane uz moju najdražu seriju | 34          | 24,64%   | 104           | 75,36%   |
| Komentiram i lajkam tuđe uratke  | 65          | 47,10%   | 73            | 52,90%   |

|   |     |        |    |        |
|---|-----|--------|----|--------|
| Posjećujem blogove                                      | 84  | 60,87% | 54 | 39,13% |
| Dijelim sadržaje vezane uz seriju na društvenim mrežama | 88  | 63,77% | 50 | 36,23% |
| Razgovaram s ostalim fanovima online                    | 107 | 77,54% | 31 | 22,46% |
| Komuniciram s glumcima na društvenim mrežama            | 130 | 94,20% | 8  | 5,80%  |

Od navedenih online aktivnosti ispitanici najčešće prate profile na društvenim mrežama koji objavljuju informacije vezane uz njihove omiljene serije i glumce iz serija, zatim slijedi čitanje i lajkanje tuđih objava, posjećivanje blogova, komuniciranje s ostalim fanovima online i dijeljenje sadržaja vezanih uz seriju na društvenim mrežama, dok je komuniciranje s glumcima preko društvenih mreža vrlo rijetko.

### 6.3.2. Offline participacija

U ispitivanju offline participacije u indeks smo uvrstili aktivnosti vezane uz fandom koje se odnose na ispitanikov svakodnevni život izvan interneta i društvenih mreža. Neke od tih aktivnosti su razgovor s prijateljima o seriji, zajednička gledanja serije, kupovanje i nošenje predmeta kao što su majice i privjesci, odlazak na konvencije, korištenje šala iz serije u svakodnevnom govoru i oblačenje u svoje omiljene likove.

Tablica 3.2.: 'Načini sudjelovanja u fandomu offline'

|   | Nikad       |          | Ponekad/Često |          |
|---|-------------|----------|---------------|----------|
|   | frekvencija | postotak | frekvencija   | postotak |
| Razgovaram s prijateljima o seriji                                  | 5           | 3,62%    | 133           | 96,38%   |
| Koristim šale i citate iz serije u svakodnevnom govoru              | 31          | 22,46%   | 107           | 77,54%   |
| Moji prijatelji i ja organiziramo zajedničko gledanje serija        | 61          | 44,20%   | 77            | 55,80%   |
| Kupujem proizvode sa slikama svoje omiljene serije (šalice, majice, | 73          | 52,90%   | 65            | 47,10%   |



|  |     |        |    |        |
|--|-----|--------|----|--------|
| privjesci, posteri...)   |     |        |    |        |
| Nosim majice i privjeske sa slikama moje omiljene serije                   | 82  | 59,42% | 56 | 40,58% |
| Oblačim se u svoje najdraže likove za maskare ili u nekim drugim prilikama | 120 | 86,96% | 18 | 13,04% |
| Organiziram ili odlazim na okupljanja fanova                               | 134 | 97,10% | 4  | 2,90%  |

Prema navedenim podacima možemo vidjeti da studenti općenito preferiraju sudjelovati u fandomu offline nego online. Najčešći oblik sudjelovanja je razgovor s prijateljima o seriji za što je čak 133 ispitanika reklo da često ili ponekad radi. Ispitanici također vole koristiti šale i reference iz serija u svakodnevnom govoru, gledati serije zajedno sa ostalim prijateljima i kupovati i nositi predmete sa slikama svoje omiljene serije. Vrlo mali broj ispitanika sudjeluje tako da odlazi na konvencije ili se oblači u svoje najdraže likove.

### 6.3.3. Participacija kroz informiranje o seriji

Indekse koji pokazuju koliko fanovi participiraju kroz informiranje o serijama i kroz kreiranje sadržaja odvojili smo u zasebne kategorije kako bi ispitale neke pretpostavke prijašnjih teoretičara. Te se pretpostavke ponajprije tiču načina participacije s obzirom na spol. U ispitivanju informiranja o seriji uključili smo varijable koje uključuju informiranje o nekim stvarima spomenutim u seriji, proučavanje fanteorija, učenje trivijalnosti o seriji i traženje spojlera.

Tablica 3.3.: ‘Sudjelovanje u fandomu preko informiranja o seriji’

|   | Nikad       |          | Ponekad/Često |          |
|---|-------------|----------|---------------|----------|
|   | frekvencija | postotak | frekvencija   | postotak |
| Istražujem i informiram se o nekim stvarima spomenutim u seriji | 30          | 21,74%   | 108           | 78,26%   |
| Učim trivijalnosti o seriji                                     | 48          | 34,78%   | 90            | 65,22%   |
| Proučavam fan teorije   | 58          | 42,03%   | 80            | 57,97%   |
| Trudim se saznati spojlere prije nego što izađe nova epizoda    | 102         | 73,91%   | 36            | 26,09%   |

Prema dobivenim rezultatima velik broj ispitanika voli dublje istraživati stvari spomenute u seriji i učiti trivijalnosti. Nešto manji broj proučava fan teorije, a najmanje ispitanika trudi se saznati spojlere prije nego što pogledaju epizodu.

#### 6.3.4. Participacija kroz kreiranje sadržaja

U kategoriji kreiranja sadržaja uvrstili smo nekoliko aktivnosti koje uključuju neke od najpopularnijih vrsta sadržaja koje fanovi stvaraju. Te aktivnosti su pisanje fanfictiona, izrada memeova, stvaranje fanvidea i stvaranje fanarta.

Tablica 3.4.: ‘Sudjelovanje u fandomu preko kreiranja sadržaja’

|                            | Nikad       |          | Ponekad/Često |          |
|----------------------------|-------------|----------|---------------|----------|
|                            | frekvencija | postotak | frekvencija   | postotak |
| Izrađujem memeove o seriji | 117         | 84,78%   | 21            | 15,22%   |
| Stvaram fanart             | 127         | 92,03%   | 11            | 7,97%    |
| Pišem fanfiction           | 132         | 95,65%   | 6             | 4,35%    |
| Stvaram fanvidea           | 132         | 95,65%   | 6             | 4,35%    |

Kategorija kreiranja vlastitih sadržaja ima vrlo malo ispitanika koji su odgovorili kako ponekad ili često sudjeluju u navedenim aktivnostima. Najpopularniji način kreiranja sadržaja je stvaranje memeova o seriji gdje je 21 osoba (15,2%) odgovorila da ih izrađuje ponekad ili često. Tek 11 ispitanika (7,9%) odgovorilo je kako ponekad ili često stvaraju fanart, a samo njih 6 (4,35%) pišu fanfiction ili stvaraju fanvidea.

#### 6.4. Načini praćenja serija

U načine na koji studenti prate serije uključili smo preko kojih medija dolaze do serija i gledaju li cijelu sezonu odjednom ili prate epizodu po epizodu. Na pitanje ‘Na koji način pratite svoje omiljene serije?’ koje se tiče načina na koji pristupaju serijama ponuđeno je nekoliko opcija na koje su ispitanici mogli odabrati više od jednog odgovora.

Tablica 4.1.: ‘Na koji način pratite svoje omiljene serije?’

|  | frekvencija | postotak |
|--|-------------|----------|
| Preko streaming servisa koji se plaćaju (Netflix, Hulu, HBO GO, Mubi...) | 83          | 60,14%   |
| Na internetskim stranicama na koje se ne moram pretplatiti               | 85          | 61,59%   |
| Skidam ih s interneta  | 73          | 52,90%   |

|               |    |        |
|---------------|----|--------|
| Na televiziji | 66 | 47,83% |
| Preko DVD-a   | 1  | 0,72%  |

Najučestaliji način praćenja serija je preko internetskih stranica koje ne zahtijevaju pretplatu (61,59%), a vrlo blizu nakon toga slijedi praćenje serija preko streaming servisa koji naplaćuju članstvo (60,14%). Nešto manji broj skida serije s interneta (52,9%) ili ih gleda na televiziji (47,83%), a praćenje serija preko DVD-a označila je tek jedna osoba (0,72%).

Kod ispitivanja načina na koji studenti prate serije u smislu gledaju li epizodu na tjedan ili cijelu sezonu odjednom, ispitanici su mogli odabrati samo jedan od ponuđenih odgovora. Uz to je bila ponuđena opcija ‘ostalo’ u slučaju da se ispitanikov odgovor razlikuje od naših ponuđenih odgovora.

Tablica 4.2.: ‘Na koji način pratite svoje omiljene serije?’

|  | frekvencija | postotak |
|--|-------------|----------|
| Pogledam epizodu čim ju objave                           | 81          | 58,70%   |
| Pričekam da izađe cijela sezona pa pogledam sve odjednom | 41          | 29,71%   |
| Ostalo   | 16          | 11,59%   |

Većina studenata prati serije tako da pogleda novu epizodu čim je objavljena (58,70%), a manji udio njih pričekava da izađe cijela sezona kako bi pogledali sve odjednom (29,71%). U ostale odgovore spadaju oni ispitanici koji kombiniraju oba načina praćenja, gledaju stare serije koje su gotove sa snimanjem, a neki od njih kažu kako čekaju da cijela serija završi sa snimanjem da bi pogledali jer bi inače bili nestrpljivi u iščekivanju novih sezona.

### 6.5. Identitet fanova

Pri ispitivanju načina sudjelovanja u fandomu najprije moramo znati identificiraju li se naši ispitanici kao fanovi. Na pitanje ‘Biste li se nazvali fanom svoje omiljene serije?’ 103 (74,64%) ispitanika je odgovorilo s ‘da’, dok je otprilike jedna četvrtina (25,36%) odgovorilo kako se ne smatra fanovima.

Tablica 5: ‘Biste li se nazvali fanom svoje omiljene serije?’

|    | frekvencija | postotak |
|----|-------------|----------|
| Da | 103         | 74,64%   |

### 6.6. Motivi sudjelovanja u fandomu

U ispitivanju zašto studenti uopće sudjeluju u fandomu postavili smo pitanje ‘Koji vam je najznačajniji motiv sudjelovanja u aktivnostima navedenim u prijašnjem pitanju?’, a prijašnje pitanje odnosilo se na aktivnosti vezane uz online i offline participaciju i informiranje o seriji i kreiranje sadržaja. Na pitanje se mogao dati samo jedan odgovor, a uz to je bila ponuđena i opcija ‘ostalo’ za one ispitanike čiji se odgovor ne nalazi u unaprijed ponuđenim opcijama.

Tablica 6.: ‘Najznačajniji motivi za sudjelovanje u fandomu’

|   | <b>frekvencija</b> | <b>postotak</b> |
|---|--------------------|-----------------|
| Mogu s drugima raspravljati o seriji                        | 43                 | 31,16%          |
| Ne sudjelujem ni u jednoj od tih aktivnosti                 | 25                 | 18,12%          |
| Saznajem novosti vezane uz serije                           | 21                 | 15,22%          |
| Produbljujem svoje znanje o seriji                          | 19                 | 13,77%          |
| Osjećam se da je to dio mog identiteta                      | 14                 | 10,14%          |
| Osjećam se kao da pripadam jednoj velikoj obitelji          | 9                  | 6,52%           |
| Upoznajem druge fanove serija                               | 2                  | 1,45%           |
| Ostali fanovi me razumiju bolje nego drugi ljudi            | 2                  | 1,45%           |
| Cijenim uzajamnu podršku među fanovima                      | 1                  | 0,72%           |
| Proučavanje teorija   | 1                  | 0,72%           |
| Dijeliti doživljaje s onima koje poznajem da gledaju seriju | 1                  | 0,72%           |

Najviše je ispitanika odgovorilo da im je najvažnije sudjelovati s drugima u raspravi (31,16%), zatim slijedi skupina ispitanika koja je odgovorila da ne sudjeluje ni u kojim aktivnostima u fandomu (18,12%). Česti odgovori bili su vezani uz saznavanje novosti o seriji (15,22%) i produbljivanje znanja o seriji (13,77%), dok su odgovori koji se tiču formiranja identiteta (10,14%) i pripadanja grupi (6,25%) najrjeđi.

### 6.7. Razlike u preferencijama žanrova između studenata i studentica

H1: Postoji statistički značajna razlika u preferenciji žanrova između studenata i studentica

Kako bi provjerili ima li razlike u preferencijama različitih žanrova s obzirom na spol ispitanika proveli smo t-test. Zbog malog broja muških ispitanika u uzorku, rezultati su dodatno provjereni Mann-Whitneyevim U testom koji je pokazao iste rezultate.

Tablica 7.: ‘Razlike u preferencijama žanrova između muškaraca i žena’

|                        | <i>M</i>        | <i>SD</i>       | <i>M</i>    | <i>SD</i>   |          |          |
|------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-------------|----------|----------|
|                        | <b>muškarci</b> | <b>muškarci</b> | <b>žene</b> | <b>žene</b> | <i>t</i> | <i>p</i> |
| Avanturističke serije  | 3,93            | 0,79            | 3,59        | 1,03        | 1,515    | 0,145    |
| Akcijske serije        | 3,86            | 0,74            | 3,38        | 1,1         | 2,226    | 0,036    |
| Fantastične serije     | 3,26            | 1,43            | 3,36        | 1,56        | -0,257   | 0,8      |
| Drame                  | 3,33            | 1,34            | 3,91        | 1,05        | -1,601   | 0,129    |
| Komedije               | 3,8             | 1,14            | 4,22        | 1,01        | -1,359   | 0,192    |
| Horor                  | 2,86            | 1,68            | 2,31        | 1,63        | 1,208    | 0,243    |
| Znanstvena fantastika  | 3               | 1,25            | 3,3         | 1,63        | -0,852   | 0,404    |
| Dokumentarne serije    | 3,8             | 1,01            | 3,59        | 1,14        | 0,745    | 0,466    |
| Domaće serije          | 1,6             | 1,29            | 1,63        | 1,31        | -0,088   | 0,931    |
| Kriminalističke serije | 4,13            | 0,74            | 4,16        | 1,03        | -0,143   | 0,887    |
| Animirane serije       | 3,53            | 1,24            | 3,06        | 1,29        | 1,366    | 0,189    |
| Dizajn / kuhanje       | 1,8             | 1,42            | 2,89        | 1,57        | -2,71    | 0,014    |
| Serije o superjunacima | 2,46            | 1,72            | 2,73        | 1,54        | -0,562   | 0,581    |
| Bolničke drame         | 2,4             | 1,5             | 2,77        | 1,39        | -0,928   | 0,366    |
| Romantične serije      | 2,26            | 1,03            | 3,47        | 1,33        | -4,131   | < .001   |
| Reality show           | 2               | 1,46            | 2,31        | 1,41        | -0,78    | 0,446    |

Rezultati nam pokazuju da postoji razlika u preferencijama između muškaraca i žena. Žene značajno više preferiraju dizajn i kuhanje i romantične serije, dok muškarci preferiraju akcijske serije više nego žene. U ostalim žanrovima nema statistički značajne razlike.

#### 6.8. Razlike u preferencijama žanrova s obzirom na razinu kulturnog kapitala kod studenata/ica

H2: Postoji statistički značajna razlika u preferencijama različitih žanrova s obzirom na neke aspekte kulturnog kapitala kod studenata/ica.

Kako bi ispitali Boudieuovu povezanost kulturnog kapitala s ukusima proveli smo analizu u kojoj ispituje korelaciju između preferencija žanrova i nekih oblika kulturnog kapitala. U tablici 8. prikazan je Spearmanov koeficijent korelacije.

Tablica 8.: Preferencije žanrova s obzirom na neke aspekte kulturnog kapitala

|                  |            | <b>Broj knjiga u kućanstvu</b> | <b>Stupanj obrazovanja majke</b> | <b>Stupanj obrazovanja oca</b> |
|------------------|------------|--------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| Animirane serije | <i>rho</i> | 0,057                          | 0,161                            | 0,073                          |
|                  | <i>p</i>   | 0,511                          | 0,061                            | 0,397                          |

|                        |            |        |         |         |
|------------------------|------------|--------|---------|---------|
| Dokumentarne serije    | <i>rho</i> | 0,238* | 0,022   | 0,084   |
|                        | <i>p</i>   | 0,005  | 0,8     | 0,327   |
| Kriminalističke serije | <i>rho</i> | 0,006  | -0,077  | -0,033  |
|                        | <i>p</i>   | 0,947  | 0,369   | 0,706   |
| Dizajn / kuhanje       | <i>rho</i> | -0,037 | -0,152  | -0,049  |
|                        | <i>p</i>   | 0,667  | 0,077   | 0,569   |
| Avanturističke serije  | <i>rho</i> | -0,095 | -0,019  | -0,112  |
|                        | <i>p</i>   | 0,272  | 0,822   | 0,193   |
| Bolničke drame         | <i>rho</i> | -0,17* | -0,179* | -0,301* |
|                        | <i>p</i>   | 0,047  | 0,036   | <.001   |
| Romantične serije      | <i>rho</i> | -0,155 | 0,008   | -0,139  |
|                        | <i>p</i>   | 0,07   | 0,923   | 0,106   |
| Reality show           | <i>rho</i> | -0,167 | 0,061   | -0,206* |
|                        | <i>p</i>   | 0,051  | 0,481   | 0,016   |
| Znanstvena fantastika  | <i>rho</i> | 0,019  | -0,193* | -0,011  |
|                        | <i>p</i>   | 0,826  | 0,023   | 0,9     |
| Domaće serije          | <i>rho</i> | -0,115 | 0,034   | -0,071  |
|                        | <i>p</i>   | 0,183  | 0,695   | 0,406   |
| Akcijske serije        | <i>rho</i> | -0,041 | 0,033   | 0,068   |
|                        | <i>p</i>   | 0,633  | 0,704   | 0,428   |
| Serije o superjunacima | <i>rho</i> | -0,042 | -0,098  | -0,098  |
|                        | <i>p</i>   | 0,63   | 0,256   | 0,256   |
| Fantastične serije     | <i>rho</i> | 0,021  | -0,077  | -0,042  |
|                        | <i>p</i>   | 0,804  | 0,371   | 0,63    |
| Drame                  | <i>rho</i> | -0,028 | -0,051  | -0,047  |
|                        | <i>p</i>   | 0,741  | 0,556   | 0,586   |
| Komedije               | <i>rho</i> | -0,12  | -0,119  | 0,063   |
|                        | <i>p</i>   | 0,162  | 0,167   | 0,467   |
| Horor                  | <i>rho</i> | 0,027  | -0,018  | -0,134  |
|                        | <i>p</i>   | 0,752  | 0,839   | 0,117   |

U rezultatima se najviše ističe žanr bolničke drame koji pokazuje negativnu korelaciju s stupnjem obrazovanja majke i oca i broja knjiga u kućanstvu. Obrazovanje majke pokazuje negativnu korelaciju s žanrom znanstvene fantastike, dok više obrazovanje oca negativno

korelira s preferiranjem žanra reality show. Jedina statistički značajna pozitivna korelacija nalazi se između broja knjiga u kućanstvu i preferiranja dokumentarnih serija.

### 6.9. Razlike u načinima sudjelovanja u fandomu između studenata i studentica

H3: Postoji statistički značajna razlika u sudjelovanju u fandomu između studenata i studentica.

T-testom smo ispitali postoje li razlike u načinima sudjelovanja u fandomu između muškaraca i žena. Indekse koji nam pokazuju različite načine sudjelovanja dobili smo iz pitanja “Koliko često sudjelujete u navedenim aktivnostima vezanim uz vaše omiljene serije?” pri čemu smo odgovorima ‘ponekad’ i ‘često’ pripisali vrijednost 1, dok je odgovor ‘nikad’ iznosio 0. U online participaciju spadaju varijable poput praćenja glumaca, profila i blogova na društvenim mrežama, komentiranje i lajkanje tuđih uradaka, dijeljenje sadržaja vezanih uz seriju i razgovor s glumcima ili s ostalim fanovima online. Offline participacija obuhvaća razgovor s prijateljima, zajednička gledanja serije, kupovanje i nošenje predmeta kao što su majice i privjesci, odlazak na konvencije, korištenje šala iz serije i oblačenje u omiljene likove. Kreiranje sadržaja obuhvaća stvaranje fanarta, fanvidea, memova i pisanje fanfictiona, dok informiranje o seriji obuhvaća istraživanje fanteorija, pronalaženje spojlera, informiranje o stvarima spomenutim u seriji i učenje trivijalnosti.

Tablica 9.: ‘Razlike u načinima sudjelovanja u fandomu između muškaraca i žena’

|                       | <i>M</i><br>muškarci | <i>SD</i><br>muškarci | <i>M</i><br>žene | <i>SD</i><br>žene | <i>t</i> | <i>p</i> |
|-----------------------|----------------------|-----------------------|------------------|-------------------|----------|----------|
| online participacija  | 2,66                 | 1,58                  | 2,82             | 1,625             | -0,370   | 0,716    |
| offline participacija | 2,86                 | 1,5                   | 3,37             | 1,56              | -1,233   | 0,233    |
| kreiranje sadržaja    | 0,06                 | 0,25                  | 0,33             | 0,74              | -2,840   | 0,006    |
| informiranje o seriji | 2,53                 | 1,12                  | 2,24             | 1,21              | 0,925    | 0,367    |

U prikazanoj tablici vidimo da postoji statistička razlika u kategoriji kreiranja sadržaja gdje su žene značajno više angažirane od muškaraca što potvrđuje našu hipotezu. U ostalim kategorijama nema statistički značajnih razlika. Dosadašnja istraživanja fanova serija također su utvrdila da su žene te koje najviše kreiraju, dok su muškarci većinom više zainteresirani za informiranje o seriji (Duffet, 2013). Iako u našim rezultatima nismo dobili statistički značajnu

razliku po pitanju informiranja o seriji, ipak možemo vidjeti da je to jedina kategorija u kojoj muškarci imaju nešto veći prosjek od žena.

#### 6.10. Razlike u razini aktivnosti u fandomu s obzirom na razinu kulturnog kapitala koju studenti/ce posjeduju

H4: Postoji statistički značajna razlika u razini participacije s obzirom na razinu kulturnog kapitala koju studenti/ce posjeduju.

U tablici 10. nalaze se rezultati koji prikazuju korelaciju između razine aktivnosti u fandomu i nekih aspekata kulturnog kapitala. Za analizu se koristio Spearmanov koeficijent korelacije. U anketi su ispitani broj knjiga u kućanstvu kao indikator objektiviranog kulturnog kapitala i stupanj obrazovanja oca i majke kao pokazatelj utjelovljenog kulturnog kapitala. Razina aktivnosti dobivena je zbrojem indeksa online i offline participacije i participacije kroz informiranje o serijama i kreiranje vlastitih sadržaja.

Tablica 10.: 'Korelacija između razine aktivnosti u fandomu i nekih aspekata kulturnog kapitala'

|                           |            |       |
|---------------------------|------------|-------|
| Broj knjiga u kućanstvu   | <i>rho</i> | 0,040 |
|                           | <i>p</i>   | 0,641 |
| Stupanj obrazovanja majke | <i>rho</i> | 0,009 |
|                           | <i>p</i>   | 0,917 |
| Stupanj obrazovanja oca   | <i>rho</i> | 0,020 |
|                           | <i>p</i>   | 0,818 |

U prikazanoj tablici nalaze se rezultati korelacije varijabli koje vežemo uz kulturni kapital i zbroja indeksa participacije u fandomu. Rezultati nam pokazuju da kulturni kapital bilo kojeg oblika nije u korelaciji s razinom participacije stoga odbacujemo hipotezu.

#### 6.11. Razlike u načinima sudjelovanja u fandomu s obzirom na neke aspekte kulturnog kapitala

Kako bi ispitali povezanost između načina sudjelovanja u fandomu sa razinom kulturnog kapitala, izračunali smo korelaciju između indeksa koji nam pokazuju različite načine na koji studenti mogu sudjelovati u fandomu i varijabli koje pokazuju neke vrste kulturnog kapitala, a to su broj knjiga u kućanstvu i stupanj obrazovanja oca i majke. U tablici 11. prikazan je Spearmanov koeficijent korelacije između varijabli.



Tablica 11.: korelacija između načina sudjelovanja u fandomu i nekih aspekata kulturnog kapitala

|                       |            | Broj knjiga u kućanstvu | Stupanj obrazovanja majke | Stupanj obrazovanja oca |
|-----------------------|------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------|
| online participacija  | <i>rho</i> | 0,098                   | 0,006                     | 0,077                   |
|                       | <i>p</i>   | 0,252                   | 0,941                     | 0,368                   |
| offline participacija | <i>rho</i> | -0,058                  | 0,018                     | 0,02                    |
|                       | <i>p</i>   | 0,499                   | 0,837                     | 0,813                   |
| kreiranje sadržaja    | <i>rho</i> | 0,081                   | -0,032                    | 0,158                   |
|                       | <i>p</i>   | 0,346                   | 0,71                      | 0,063                   |
| informiranje o seriji | <i>rho</i> | 0,046                   | -0,007                    | -0,07                   |
|                       | <i>p</i>   | 0,596                   | 0,936                     | 0,413                   |

Prema rezultatima možemo zaključiti kako ne postoji statistički značajna korelacija između načina sudjelovanja u fandomu i određenih aspekata kulturnog kapitala. To podupire tvrdnju kako se Bourdieuova analiza ne može uvijek primijeniti na sve vrste kulturnih sadržaja kao što su u ovom slučaju sadržaji masovne kulture (Duffet, 2013).

#### 6.12. Razlike u načinima sudjelovanja u fandomu s obzirom na različite žanrove serija

H5: Postoji statistički značajna razlika u načinima sudjelovanja studenata/ica u fandomu s obzirom na različite žanrove serija.

U tablici 12. je prikazana korelacija između različitih žanrova i načina sudjelovanja u fandomu. Za analizu je korišten Pearsonov koeficijent korelacije.

Tablica 12.: 'Korelacija između načina sudjelovanja u fandomu i preferencija različitih žanrova'

|                        |          | kreiranje sadržaja | informiranje o seriji | offline participacija | online participacija |
|------------------------|----------|--------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| Reality show           | <i>r</i> | -0,236             | -0,072                | -0,072                | -0,136               |
|                        | <i>p</i> | 0,005              | 0,399                 | 0,401                 | 0,111                |
| Bolničke drame         | <i>r</i> | -0,199             | -0,072                | -0,015                | -0,109               |
|                        | <i>p</i> | 0,019              | 0,398                 | 0,864                 | 0,204                |
| Serije o superjunacima | <i>r</i> | 0,144              | 0,194                 | 0,264                 | 0,242                |
|                        | <i>p</i> | 0,093              | 0,023                 | 0,002                 | 0,004                |
| Znanstvena fantastika  | <i>r</i> | 0,17               | 0,247                 | 0,311                 | 0,268                |
|                        | <i>p</i> | 0,046              | 0,003                 | < .001                | 0,001                |
| Fantastične serije     | <i>r</i> | 0,19               | 0,289                 | 0,283                 | 0,285                |
|                        | <i>p</i> | 0,025              | < .001                | < .001                | < .001               |
| Komedije               | <i>r</i> | -0,228             | -0,099                | -0,014                | -0,066               |
|                        | <i>p</i> | 0,007              | 0,249                 | 0,874                 | 0,445                |
| Drame                  | <i>r</i> | -0,008             | -0,016                | -0,168                | 0,03                 |
|                        | <i>p</i> | 0,304              | 0,855                 | 0,049                 | 0,728                |

Rezultati pokazuju kako postoji značajna korelacija između žanrova znanstvene fantastike i fantasy žanra sa svim načinima participacije. Serije o superjunacima također pokazuju značajnu korelaciju sa svim načinima sudjelovanja osim kreiranja sadržaja. Ispitanici koji su pozitivno ocijenili reality show, bolničke drame i komedije, pokazuju negativnu korelaciju s kreiranjem sadržaja, a ispitanici kojima se sviđa drama također pokazuju negativnu korelaciju s načinima participacije offline.

## 7. Rasprava

U našem istraživanju dobili smo rezultate koji pokazuju da studenti najmanje preferiraju domaće serije, reality show i horor, dok su najbolje ocijenili kriminalističke serije, komedije i drame. Što se tiče serija studentima se najviše sviđaju *Stranger Things*, *Black Mirror* i *Sherlock*. Novije serije kao što su *The Witcher*, *The Mandalorian* i *Westworld* često su bile označene sa 'nisam gledao/la', isto kao i starije serije poput *Buffy the Vampire Slayer* i *Star Trek* za koje studenti nisu izrazili da im se pretjerano sviđaju niti su ih gledali.

U dobivenim rezultatima ističe se jedan trend - aktivnosti koje zahtijevaju najmanje truda i angažiranosti najčešće su najpopularnije. U ispitivanju online participacije praćenje glumaca i profila koji objavljuju o seriji su najčešći odgovori, dok nešto angažiranije aktivnosti kao dijeljenje sadržaja na društvenim mrežama, razgovor s ostalim fanovima online i razgovor s glumcima online nisu toliko česti. Govoreći o offline participaciji, razgovor s prijateljima o seriji je daleko najpopularniji način na koji ispitanici iskazuju svoj entuzijizam oko omiljene serije. Tome srodni odgovori kao korištenje šala i citata u svakodnevnom govoru i zajedničko gledanje serija s prijateljima također su vrlo česti. Kupovanje predmeta je nešto rjeđe, dok je oblačenje u omiljene likove i odlazak na konvencije vrlo rijedak oblik sudjelovanja. Kao objašnjenje možemo dati to da u Hrvatskoj konvencije nisu toliko popularne kao primjerice u SAD-u. Kington (2015) u svojem istraživanju fanova koji pohađaju konvencije dolazi do vrlo sličnih rezultata. Kington (2015) navodi kako su među fanovima najpopularnije pasivne aktivnosti kao što su gledanje serija i čitanje fanfictiona, a vrlo česte su i online aktivnosti kao na primjer posjećivanje blogova i foruma.

Prema našim rezultatima zaključujemo kako je većina fanova tek ležerni gledatelj serije dok samo mali dio fanova ulaže nešto više energije i novaca u kupovanje predmeta, kostima i putovanja na konvencije. Kington (2015) ističe kako su fanovi koji pohađaju konvencije uglavnom financijski imućni i imaju dovoljno slobodnog vremena za posvetiti

fandomu stoga možemo zaključiti kako studenti koji su sudjelovali u našem istraživanju si vjerojatno ne mogu priuštiti ili izdvojiti vremena za neke zahtjevnije aktivnosti u fandomu.

Što se tiče kategorije informiranja o seriji, zanimljivo je da je to jedino područje u kojem su muškarci aktivniji od žena, u svim ostalim područjima žene su u prosjeku nešto angažiranije. Hills (2002) primjerice govori o muškarcima koji su fanovi horor žanra i kako je njihova participacija u fandomu utemeljena na poznavanju informacija o serijama i filmovima prije nego na emocijama. Pretjerani izljevi emocija, posebice kod muškaraca, često se gledaju s prijezirom stoga oni nešto više pokazuju svoju pripadnost fandomu pokazujući svoje znanje o serijama (Duffet, 2013). U kategoriji kreiranja sadržaja potvrdili smo tezu da su žene te koje većinom stvaraju fanart, fanfiction i slično. Samo je jedan muškarac odgovorio da ponekad izrađuje memeove o seriji što je najpraktičniji i najčešći oblik kreiranja sadržaja. Duffet (2013) također piše o tome kako postoji razlika u načinima sudjelovanja u fandomu između muškaraca i žena, naglašavajući kako su žene često aktivnije od muškaraca, posebno po pitanju pisanja fanfictiona ili kreiranja neke druge vrste kreativnih sadržaja.

I prema načinu gledanja serija većina ispitanika izabire najpraktičniju opciju koja je u ovom slučaju gledanje preko internetskih stranica koje se ne plaćaju i streaming servisa kao što je Netflix. Niski rezultat koji su postigli gledanje serija preko televizije i DVD-a pokazuje nam zanimljiv prelazak iz starijih medija na načine praćenja serija online. Najviše ispitanika voli pogledati seriju čim izađe nova epizoda, dok duplo manje njih čeka da izađe cijela sezona da pogledaju sve odjednom. Nestrpljivost je, čini se, glavni problem u iščekivanju novih epizoda jer neki ispitanici kažu kako zbog toga gledaju samo stare serije ili uopće ne započinju gledati seriju sve dok u potpunosti ne završi sa snimanjem.

U pitanju 'biste li se nazvali fanom svoje omiljene serije?' čak tri četvrtine ispitanika je odgovorilo 'da' što donekle potvrđuje ideju da identitet fanova više nije toliko negativno percipiran, već je čak i u trendu.

Što se tiče motiva sudjelovanja, ponovno se vraćamo na entuzijazam koji ispitanici iskazuju prema omiljenoj seriji u raspravi s prijateljima. Motiv 'mogu s drugima raspravljati o seriji' bio je najčešći odgovor. Nakon toga slijede informiranje o seriji i produbljivanje znanja, dok su odgovori vezani uz identitet i osjećaj pripadnosti najrjeđi. Naši rezultati ne poklapaju se s prijašnjim rezultatima u području fandoma po tom pitanju. Razlog tome može biti taj što u ovom istraživanju nismo ispitivali samo određeni tip vrlo predanih fanova, već je naša anketa uključivala studente sveučilišta bez obzira na njihovu razinu angažiranosti u fandomu. Tako Kington (2015) u svojem istraživanju dolazi do rezultata kako je najčešći

motiv sudjelovanja u aktivnostima u fandomu osjećaj zajedništva. Slično tome, Fiesler i sur. (2017) u svojim intervjuima s fanovima dolaze do toga kako većina fanova sudjeluje u aktivnostima u fandomu zbog osjećaja zajedništva i potpore.

Što se tiče razlika u načinima sudjelovanja u fandomu i preferencijama žanrova s obzirom na spol, primijetili smo da postoje statistički značajne razlike. Žene u većoj mjeri preferiraju romantične serije i dizajn i kuhanje, dok muškarci pokazuju kako više vole akcijske serije. Žene također daleko više kreiraju vlastite sadržaje, dok muškarci pokazuju veću aktivnost od žena jedino u kategoriji participacije kroz informiranje o seriji.

U ispitivanju korelacije između nekih aspekata kulturnog kapitala i ostalih varijabli uglavnom nismo došli do nikakvih značajnih rezultata osim u korelaciji između preferencija različitih žanrova i nekih indikatora kulturnog kapitala. Oni ispitanici koji imaju obrazovanje roditelje pokazuju negativnu korelaciju u preferiranju žanrova bolničkih drama, znanstvene fantastike i reality show. Jedina pozitivna korelacija nalazi se između preferiranja dokumentarnih serija i broja knjiga u kućanstvu. Isto tako u ispitivanju korelacije između aktivnosti u fandomu i varijabli koje nam ukazuju na kulturni kapital nismo pronašli nikakve značajne rezultate. Prema tome možemo zaključiti da obrazovanje roditelja i broj knjiga u kućanstvu nisu povezani s razinom participacije u fandomu. Niti u analiziranju pojedinih načina participacije nismo pronašli statistički značajnu korelaciju s kulturnim kapitalom.

U istraživanju smo došli do rezultata kako najangažiraniji fanovi uglavnom preferiraju žanrove kao što su znanstvena fantastika, fantasy i serije o superjunacima, a žanrovi kao što su reality show, bolničke drame, komedije i drame pokazuju negativnu korelaciju s aktivnostima u fandomu. Abbot (2010) naglašava kako se fandom u prošlosti uglavnom vezao uz žanrove kao što su fantasy, znanstvena fantastika i horor. Iako je u današnje vrijeme sasvim uobičajeno da i serije iz ostalih žanrova oko sebe skupe velik broj entuzijastičnih fanova, naši rezultati pokazuju da se najaktivniji fanovi i dalje okupljaju oko istih žanrova kao u prošlosti.

## **8. Zaključak**

Prema dobivenim rezultatima mogli smo zaključiti kako su mnoge aktivnosti koje se pripisuju fanovima vrlo raširene. Iako rijetki ulažu nešto više truda kako bi kreirali svoje uratke, kostime ili odlazili na konvencije, mnogo ispitanika je pokazalo kako je razgovor s prijateljima o seriji ili praćenje glumaca na društvenim mrežama zapravo vrlo često. Zaključili

smo kako su one aktivnosti koje su najlakše i najpraktičnije, one u kojima ispitanici najviše sudjeluju.

Drugo, zaključili smo da su najangažiraniji fanovi na kraju krajeva ipak fanovi žanrova kao što su fantasy, znanstvena fantastika i serije o superjunacima. Iako pristup internetu omogućava fanovima svih žanrova da se okupe oko svojih omiljenih serija, fanovi znanstvene fantastike i srodnih žanrova i dalje pokazuju najviše razine participacije u svim poljima.

Činjenica da nismo pronašli korelaciju između razine participacije u fandomu i varijabli koje pokazuju kulturni kapital navodi nas na zaključak kako u fandomu može sudjelovati bilo tko. Naravno, uz to moramo uzeti u obzir činjenicu da smo ispitivali fanove serija koje spadaju u popularnu kulturu. Da smo ispitivali obožavatelje tekstova visoke kulture, rezultati vjerojatno ne bi bili isti.

Na kraju, jedan od najzanimljivijih podataka bio je taj da većina ispitanika sebe naziva fanovima što nas upućuje na to da je pojam fan posljednjih godina uistinu izgubio negativne konotacije i stereotipe. U posljednje vrijeme biti fan postaje sasvim normalno. Ono što su nekada bili introvertirani čudaci koji daju pretjeranu važnost svojim omiljenim serijama, danas su mnogi od nas. Praćenje serija i sudjelovanje u fan aktivnostima postaje sve učestalije i pristupačnije, a sami fanovi stječu sve veći utjecaj. Upravo zbog tih razloga, svako istraživanje u području fandoma je korisno. Iako smo utvrdili da fanovi još uvijek u velikom broju sudjeluju u aktivnostima offline, smatram da je bitno istraživati online fandom. Rezultati su nam pokazali da studenti mnogo više prate serije online nego preko televizije ili DVD-a, pa prema tim podacima moramo uzeti u obzir da postoji mogućnost da će i online fandom s vremenom preći načine sudjelovanja offline. Uz to ne smijemo zaboraviti i sam utjecaj koji fanovi u online sferi imaju zbog bržeg pristupa jednih drugima i mogućnosti da javno kritiziraju svoje omiljene serije i podijele svoja mišljenja.

## **9. Popis literature**

Abbot, Stacey (2010). *The Cult TV Book*. London: I.B.Tauris

Abercrombie, Nicholas i Longhurst, Brian (1998). *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.

Adorno, Theodor (2001). "On The Fetish-Character of Music and the Regression of Listening", u J. M. Bernstein (ur.) *The Culture Industry: Selected Essays on Mass Culture*. New York: Routledge, str. 29–60. (1938)

Barthes, Roland (1977). *The Death of The Author*. London: Fontana

Booth, Paul (2018). *A Companion to Media Fandom and Fan Studies*. New Jersey: Wiley Blackwell

Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge: Harvard University Press.

Cavicchi, Daniel (1998). *Tramps Like Us: Music and Meaning Among Springsteen Fans*. Oxford: Oxford University Press.

Duffett, Mark (2013). *Understanding Fandom: An introduction to the study of media fan culture*. New York: Bloomsbury

Fanuko, Nenad (2008) Kulturni kapital i simbolička moć: tri aspekta Bourdieuove teorije ideologije. Školski vjesnik: časopis za pedagoškijsku teoriju i praksu, 57 (1-2), str 7-41.

Fiske, John (1992). "The Cultural Economy of Fandom.", u: Lisa A. Lewis (ur.) *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. London: Routledge, str. 30-49.

Fiesler, Casey, Morrison, Shannon, Shapiro, Benjamin i Bruckman, Amy (2017). "Growing Their Own: Legitimate Peripheral Participation for Computational Learning in an Online Fandom Community", u: *CSCW '17: Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing*. New York: Association for Computer Machinery, str. 1375-1386.

Harrington, C. Lee i Bielby, Denise (1995). *Soap Fans: Pursuing Pleasure and Making Meaning in Everyday Life*. Philadelphia: Temple University Press.

Hills, Mathew (2002). *Fan Cultures*. London: Routledge.

Jenkins, Henry (1992). "Strangers No More, We Sing", Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community", u Lisa Lewis (ur.) *The Adoring Audience*. New York: Routledge, str. 208–36.

Kermode, Mark (1997). "I was a Teenage Horror Fan", u: Martin Baker i Julian Petley (ur.) *Ill Effects: The Media and TV Violence Debate*. London: Routledge, str. 57–66.

Lewis, Lisa (1992). *The Adoring Audience*. New York: Routledge.

Kington, C. Syphrit (2015). A survey of fans and fandom. *Journal of Fandom studies* 3 (2), str. 211-228.

Krolo, K., Marčelić, S. i Tonković, Ž. (2015). Roditeljski kulturni kapital kao odrednica kulturnih preferencija mladih. *Društvena istraživanja : časopis za opća društvena pitanja*, 25 (3), str. 329-351.

MacDonald, Andrea (1998). "Uncertain Utopia: Science Fiction Media Fandom and Computer Mediated Communication.", u: Cheryl Harris and Alison Alexander (ur.) *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*. Cresskill, NJ: Hampton Press, str. 131-152.

Nye, Jody Lynne (2010). "Hopelessly Devoted to Who", u Lynne Thomas i Tara O'Shea (ur.) *Chicks Who Dig Timelords: A Celebration of Doctor Who by the Women Who Love It*. Des Moines: Mad Norwegian Press, str. 103–11.

Pugh, Sheenagh (2005). *The Democratic Genre: Fan Fiction in a Literary Context*. Bridgend: Seren.

Robson, Hillary (2010). "Television and the Cult Audience: A Primer", u: Stacey Abbot (ur.) *The Cult TV Book*. London: IB Tauris, str. 209–20.

Stanish, Deborah (2010). "My Fandom Regenerates", u Lynne Thomas i Tara O'SheaIn (ur.) *Chicks Who Dig Timelords: A Celebration of Doctor Who by the Women Who Love It*. Des Moines: Mad Norwegian Press, str. 31–7.

## 10. Prilozi

### 10.1. Anketa

Koliko imate godina?

Spol?

1. Muško
2. Žensko
3. Ostalo

Godina studija?

1. preddiplomski
2. preddiplomski
3. preddiplomski
1. diplomski
2. diplomski

Što studirate?

Koliko vam se sviđaju navedeni žanrovi serija?

| Ne poznajem | Uopće mi se ne sviđa | Ne sviđa mi se | Neutralan /na sam | Sviđa mi se | Jako mi se sviđa |
|-------------|----------------------|----------------|-------------------|-------------|------------------|
|-------------|----------------------|----------------|-------------------|-------------|------------------|

Avantura

Akcija

Animirane

serije

Drama

Dokumentarne

serije

Bolničke drame

Znanstvena

fantastika



Fantazija  
Kriminalističke  
serije  
Reality show  
Komedije  
Romantika  
Horor  
Serije o  
superjunacima  
Dizajn /  
kuhanje  
Domaće serije

Na koji način pratite vaše omiljene serije?

1. preko streaming servisa koji se plaćaju (Netflix, Hulu, HBO GO, Mubi...)
2. na internetskim stranicama na koje se ne moram pretplatiti
3. skidam ih s interneta
4. na televiziji
5. preko DVD-a
6. ostalo

Koliko vam se sviđaju navedene serije?

| Ne<br>poznajem | Uopće mi<br>se ne<br>sviđa | Ne sviđa<br>mi se | Neutralan<br>/na sam | Sviđa mi<br>se | Jako mi se<br>sviđa |
|----------------|----------------------------|-------------------|----------------------|----------------|---------------------|
|----------------|----------------------------|-------------------|----------------------|----------------|---------------------|

Game of Thrones  
Westworld  
Stranger Things  
Star Trek  
The Mandalorian  
The Witcher  
The Walking

Dead  
American Horror  
Story  
Arrow  
Black Mirror  
Buffy The  
Vampire Slayer  
Doctor Who  
Merlin  
Rick and Morty  
Sherlock  
Supernatural

Navedite vaše dvije najdraže serije (ne moraju biti s gore navedenog popisa).

Na koji način pratite svoje omiljene serije?

1. pogledam epizodu čim ju objave
2. pričekam da izađe cijela sezona pa pogledam sve odjednom
3. ostalo

Koliko često sudjelujete u navedenim aktivnostima vezanim uz vaše omiljene serije?

nikad      ponekad      često

Dijelim sadržaje vezane uz seriju na društvenim mrežama

Pratim glumce na društvenim mrežama

Stvaram memeove o seriji

Stvaram fanart

Stvaram fanvidea

Pišem fanfiction

Komentiram i lajkam tuđe uratke

Posjećujem blogove

Pratim grupe/prifile na društvenim mrežama koji objavljuju informacije

vezane uz moju omiljenu seriju  
Proučavam fan teorije  
Učim trivijalnosti o seriji  
Trudim se saznati spojlere prije nego što  
izađe nova epizoda  
Kupujem proizvode sa slikama moje  
omiljene serije  
Razgovaram s prijateljima o seriji  
Razgovaram s ostalim fanovima online  
Organiziram ili odlazim na organizirana  
okupljanja fanova  
Nosim majice i privjeske sa slikama  
svoje omiljene serije  
Koristim šale i citate iz serije u  
svakodnevnom govoru  
Oblačim se u svoje najdraže likove za  
maškare ili u nekim drugim prilikama  
Istražujem i informiram se o nekim  
stvarima spomenutim u seriji  
Moji prijatelji i ja organiziramo  
zajedničko gledanje serija

Koji vam je najznačajniji motiv sudjelovanja u aktivnostima nevedenim u prijašnjem pitanju?

1. Ne sudjelujem ni u jednoj od tih aktivnostima
2. Upoznajem druge fanove serija
3. Osjećam se kao da pripadam jednoj velikoj obitelji
4. Cijenim uzajamnu podršku među fanovima
5. Osjećam se da je to dio mog identiteta
6. Ostali fanovi me razumiju bolje nego drugi ljudi
7. Mogu s drugima raspravljati o seriji
8. Saznajem novosti vezane uz serije
9. Produbljujem svoje znanje o seriji
10. Ostalo

Biste li se nazvali fanom svoje najdraže serije?

1. Da
2. Ne

Koju ste srednju školu završili?

1. Gimnazija
2. Trogodišnju srednju školu
3. Četverogodišnju srednju školu
4. Umjetničku srednju školu

Veličina mjesta iz kojeg dolazite?

1. Manje od 2500 stanovnika
2. Od 2500 do 5000 stanovnika
3. Od 5000 do 10 000 stanovnika
4. Od 10 000 do 50 000 stanovnika
5. Od 50 000 do 100 000 stanovnika
6. Od 100 000 do 250 000 stanovnika
7. Veće od 250 000 stanovnika

Stupanj obrazovanja oca?

1. Osnovna škola
2. Trogodišnja strukovna škola
3. Četverogodišnja srednja škola
4. Gimnazija
5. Stručni studij, viša škola
6. Sveučilišni studij
7. Magisterij, doktorata

Stupanj obrazovanja majke?

1. Osnovna škola
2. Trogodišnja strukovna škola
3. Četverogodišnja srednja škola
4. Gimnazija
5. Stručni studij, viša škola

6. Sveučilišni studij

7. Magisterij, doktorata

Koliko otprilike imate knjiga u vašem kućanstvu? (Ne računaju se školski udžbenici)

1. 0

2. do 25

3. 25-50

4. 50-100

5. 100-200

6. 200-400

7. više od 400