

ПОЛИТИЧЕСКИ ПОСЛАНИЯ В ТУРСКИТЕ СЕРИАЛИ ПО БЪЛГАРСКИТЕ ТЕЛЕВИЗИИ И „НЕТФЛИКС“

Жана Попова

POLITICAL MESSAGES IN THE TURKISH SERIES ON BULGARIAN TELEVISION AND ON NETFLIX

Zhana Popova

Резюме: В текста са представени основните изводи от изследването на политическите послания в турските сериали, излъчвани по българските телевизии и по „Нетфликс“.

Основните политически послания във филмите, показвани по българските телевизии, са свързани с въпроса кой носи отговорността за решенията, свързани с живота на жената и на детето. Сред важните политически теми са миграцията, образованието в чужбина и завръщането в родината, конфликтите между богати и бедни.

Ключови думи: теленовела; турски сериал; културна дипломация; Нетфликс идеология

Abstract: The text presents the main conclusions based on the study of the political messages in the Turkish series broadcasted on Bulgarian television and on Netflix. The main political messages in the series, showed on Bulgarian television, are the responsibility for decisions, connect with the life of a woman and a child. Among the important political topics are: migration, education abroad and returning home, conflicts between rich and poor.

Keywords: telenovela; Turkish series; cultural diplomacy; Netflix ideology

След многобройните изследвания, изясняващи технологията, чрез която популярната култура се превръща в ресурс за политическо влияние (Nye, 2012; Ападурай, 2017), въпросът кой говори и какви политически послания отправя чрез формите на забавлението почти винаги съпътства разпространението на телевизионни продукти.

Турските сериали по българските телевизии 2008-2021 г.

В програмите на обществената телевизия БНТ няма излъчвани турски сериали. В частните телевизии bTV, bTV Lady, „Нова телевизия“,

„Диема фемили“, ТВ7 са излъчени над 140 тв сериала от 2009 до 2021 г. Изминали са почти 12 години от първата вълна на засилен зрителски интерес към турски сериали (вж. повече в Дичев, 2011; Минева, 2012; Попова, 2015). Новото днес са многобройните любителски преводи на епизоди и сериали, излъчвани по турските телевизии, които се намират на български в интернет.

Сериалът „1001 нощ“ е излъчен през 2008 г. по „Нова телевизия“ две години след неговото разпространение в Турция през 2006 г. и е посрещнат с одобрение от част от аудиторията. Това е едно от телевизионните явления, в които България не изостава, а е част от световна „въобразена общност“ на меланхолията, сякаш се появява нова форма на „печатния капитализъм“, описан от Бенедикт Андерсън (Андерсън, 1998).

През 2021 г. може да обобщим, че турските сериали се очертават като най-актуалните **чуждоезични сериали за българските телевизионни зрители**. Те гледат сериалите не по-късно от година след турската им премиера.

Основната **цел на изследването**, представено в този текст, е да бъдат сравнени **основните политически послания в сериалите по българските телевизии и по „Нетфликс“**.

За целта е използван дискурс анализ, като са изведени най-често повтарящите се политически послания чрез ключови думи от диалозите.

През 2017 г. Турция е втората държава в света по износ на телевизионни сериали след САЩ. През 2018 г. започва излъчването на турски сериали по „Нетфликс“. Десет години преди това Турция отчита износ на сериали за 10 млн. долара, а през 2018 г. – за 350 млн. долара, като очакванията са да реализира приходи от 1 млрд. долара до 2023 г. (Vivarelli, 2017).

Турция пробива дори на невъобразими на пръв поглед, заради историята на Османската империя, телевизионни сцени като България,

Гърция, Македония, Сърбия... Изследванията, събрани в сборника *Transnationalization Of Turkish Television Series* (Arda, Aslan, Mujica, 2021), за разпространението на турските сериали в различни като културни традиции страни могат да оставят впечатлението, че експанзията на турските сериали и теленовелите наподобява „колонизация на праймтайма“ в програмните схеми по света, като телевизиите са оставени да избират какъв поджанр да предлагат в най-гледаното време. Други изследователи отбелязват мащабната кампания по „културна дипломация“, която Турция провежда чрез договори за културен обмен с Южна Корея, които включват и пазара на тв продукции (Akser, 2014; Kaptan & Tutucu, 2019; Algan, Kaptan, 2021; AĖirseven, Örki, 2020).

Въобразената общност се отлага. Особености на програмирането на турските сериали (*dizi*)

В програмите на турските телевизии се прави разлика между „теленовела“ – това е сериал, който се излъчва всекидневно, и „*dizi*“ – сериал, който се излъчва веднъж седмично. Сериите са снимани за излъчване веднъж в седмицата, а у нас се разделят на по-кратки епизоди (сери в серията). Оригиналните „*dizi*“ са с продължителност 140-165 минути (без рекламите). Тази програмна особеност определя и сложността на снимането, тъй като зрителите трябва 1) да бъдат задържани дълго пред екрана, и 2) да искат да се върнат на същия канал след седмица. Всъщност такъв жанр „турски сериали“ не съществува, но в случая националността става определяща за посочването на композиционни и сюжетни особености. Наименованието „*dizi*“ не е популярно у нас (извън многобройните фенове на сериалите), а то сочи същността на тази художествена форма: „някои от турските сериали започват като романтична комедия, след това продължават като драма, следва любовна история, която понякога завършва като трилър“ (Çataу,

2016). Като добавим и използването на музикални рефрени в някои от филмите, чрез които да бъдат запомняни отделните персонажи, това дава основания да говорим за смесване на филмово и серийно тв изкуство. През 2021 г. у нас почти не се обсъждат в онлайн изданията и медиите естетическите качества на турските сериали. Публикациите съдържат преди всичко негативни мнения за голямото програмно време, което повечето телевизии им отделят. Така „парадоксът „Есмералда“, както нарича Вяра Ангелова програмното планиране през 90-те години (Ангелова, 2012: 187), се е превърнал в „парадокса Ферхунде“ – телевизиите са много, но еднообразието в програмните им предложения е ограничено предимно в многобройни часове мелодрама, които само сменят канала, по който са излъчвани. И докато латиноамериканските сапунени опери имат своята добре оформена аудитория у нас в часовите пояси преди и след обяд, турските сериали са програмирани и във времето след новините вечер. Българските зрители поглъщат износа на зрелища от Юга (по Бодрияр) почти синхронно с целия свят. Износът на сантименталност, примесена с образите на лукса, е само една от колективните фантазии, които Турция продава, докато в страната има райони с бедно население, с жени, които са лишени от права, с гладни деца...

Това е едно от най-важните политически послания – в сериалите по българските телевизии **семейството е превърнато в държавна, а не в обществена ценност**. При продуцирането им част от турските сериали имат двоен адресат – част от филмите трябва да образуват жените в Турция и в турските гастарбайтърски общности в чужбина по въпроси, които се разпростират от профилактичните прегледи за рак на гърдата до нуждата от образование на жените. Но в Азия, в Близкия изток се разпространяват и няколко исторически сериала, които създават колективната фантазия чрез друг медиен опият – фантазията за лукса от образи на Османската империя и религиозната мощ на исляма. В

Пакистан младите хора са насърчавани от политически лидери да гледат турски исторически сериали, чрез които трябва да бъде изградена националната идентичност след години „културен вакуум“ и държавен изолационизъм (Mohyidin, 2020); (Abbas, S., H. Abbas, Rafi, Asad, 2021).

„Великолепният век“ в България – паралелната реалност с новинарския сериал за КТБ и ТВ7

На 12 септември 2012 ТВ7 започва да излъчва епизодите на сериала „Великолепният век“. В интернет форуми зрители пишат, че най-накрая могат да видят „и друга гледна точка“ за Османската империя, а не само разказа от българската история. Други са недоволни от преекспонирането на „прекалено много секс“ в харема на падишаха.

През 2012 г., заради сцените на сексуална пищност и хедонистичния образ на Сюлейман паша турският президент Реджеп Ердоган критикува сериала, тъй като „противоречи на историята и на добрите нрави“. След неговите осъдителни думи към режисьорите и собствениците на телевизията, които си играят с „ценностите на народа“, Партията на справедливостта и развитието внася законопроект за спиране на сериала, който „дегероизира важни исторически личности“.

Сериалът „Великолепният век“ се излъчва в програмата на телевизия, чиято собственост и финансиране са един от най-важните политически, а не само медийни случаи, които остават неизяснени. Телевизията съобщава за финансови затруднения, след като Корпоративна българска банка (КТБ) е обявена в несъстоятелност през 2014 г.

На 16 септември 2016 г. Съветът за електронни медии обявява решения за отнемане на лицензиите за телевизионна дейност на *ТВ Седem* и *Балкан Българска Телевизия* ЕАД. Година по-късно, на 14 август 2017 г., Върховният административен съд отменя решенията на СЕМ. Телевизия ТВ7 не подновява дейността си.

Заради влошеното финансово състояние на ТВ7 излъчването на четвъртия сезон на „Великолепният век“ е прекратено – от 3 април 2014 г. са излъчени само до 48 епизода. През следващите години старите епизоди преминават в ефира на „Диема“, а през 2016 г. bTV излъчва „Великолепният век: Къосем“. Така най-гледаният, според ТВ7, турски сериал „Великолепният век“ и луксът на една отминала епоха е прекъснат по средата на сезона заради прокурорското обвинение срещу КТБ, което обвързва в сюжета и съдбата на ТВ7.

В медиите започва новинарският сериал за фалита на КТБ, а действията на прокуратурата продължават от 2014 до 2021 г. без особено развитие. Така „сериалът“ в новините за една банкова империя прекъсва излъчването на историческия сериал за Османската империя.

Истанбул или Анадола – срещата на Изтока и Запада

Турските филми продават виртуалното телевизионно пространство на Истанбул – и виртуално, и реално: жадните за образи зрители са поканени да разгледат като туристи улиците между луксозните къщи на актьорите, и бедняшките квартали, в които е заключен „нашият свят“ на героите в няколко сериала, в които срещата между бедни и богати очертава основния конфликт.

Но в турските сериали Изтокът има многообразни измерения. Турските продуценти правят кавърверсии на южнокорейски сериали (Khan, Won, 2020), а след това препродават правата за реализирането на сериала от местен екип (както се случи и в България). Тази схема на франчайзинг културата продава образи и чувства, които на пръв поглед са несъвместими с различията в азиатската и европейската култури. През 2020 г. bTV излъчва сериала „Белези“, сниман от режисьорите Драго Шолев, Станислав Тодоров-Роги, Петър Крумов и Виктор Чучков – син. Телевизията го рекламира като „български сериал“, а зрители, които

гледат турските сериали в интернет, разпознават сюжетната линия на „Децата на сестрите“.

„Белези“ ще пренесе зрителите и онлайн потребителите на bTV Media Group в многопластовия свят на едно българско семейство, белязан от любов, омраза, трудни заплетени решения и трудни за преглъщане последици. Сериалът ще повдигне завесата към сложността на семейните отношения, дълбочината и силата на дълбоко-пазените тайни, значението на това да бъдеш родител – как децата се отблагодаряват на родителите си и къде е мястото на личните пред общите интереси.“ (bTV, за сериала, 29.12.2020)

„Белези“ показва като „българска действителност“ за „българско семейство“ отношения, които само до преди 12 години са назовавани „патриархални“ и са смятани за неприемливи с разбиранията за „нашата култура“.

Всъщност турските сериали, за разлика от латиноамериканските теленовели, ни показват колко бързо могат да настъпят промени точно в разбиранията ни за някакъв общ културен код на времето.

Редица изследователи на медийната рецепция на сериалите и културното влияние на турската държава в Близкия изток отчитат, че неведнъж под натиска на различни институции, които отговарят за следването на добрите нрави, продуцентите са били принудени да променят сценарии и внезапно да оженят щастливо герои, които до скоро са имали бегли отношения в сериала (Arda, Bilsel, 2020; Öztürkmen, 2018).

Бедни и богати. Държавата или кварталът?

Подобни транснационални преливания на сюжетите раждат един от най-успешно продаваните сериали за сблъсъка между лукса и бедността, доброто и злото – „Д-р Чудо“. Излъчен е всеки работен ден от 21.30 ч. по bTV Lady и на Voyu от 7 август 2021 г.

„Д-р Чудо“ използва познатия мотив за „аутизма“ като „истинския човешки поглед“ към хората. Главният герой е момче с аутизъм, което е спасено от добър лекар при срутването на опасен тунел. Момчето остава само, след като срутените греди убиват грижещия се за него брат. Превръща се в отличен студент, който е поканен да стане част от престижна частна клиника. Но сериалът проблематизира въпроса за „комерсиализирането на добротата“ – бордът на частната болница променя мнението си и приема д-р Чудо като лекар едва след като се е превърнал в медийна сензация. Но частната болница е показана като единственото място, където може да преоткрият „социалния лукс“ да помогнат на гениален лекар с аутизъм.

По „Нетфликс“ през 2021 г. са предложени два нови сериала „Фатма“ и „50 кв. м“, в които се появяват нови персонажи – женски и мъжки образи на борещи се срещу мафията герои, които искат да спасят квартала и града. Тази сюжетна линия съвпада с една промяна в политическата действителност в Турция, където управляващите след 2019 г. освобождават от затвора някои от най-могъщите организатори на престъпна дейност в подземния свят.

Една от най-важните теми е свързана с питането кой носи **отговорността при взимането на решения за семейството – държавата или общността**. В сериалите въпросът за **отговорността** се разрешава чрез предаването на традицията. Решенията, за които спорят героите на филмите, са за брака и развода, особено за разведената жена, „разваленото семейство“ или самотните родители. В сюжета на сериали като „50 кв. км“ („Нетфликс“) и „Нашата история“ (Би Ти Ви) полицаят е образът на държавата, която охранява жената от любовта. Зигмунт Бауман казва, че „държавите са нетърпеливи да се отърват от своите задължения, отговорности (и благодарение на глобализацията и зараждащата се космополитна ситуация) от обременителния дълг да превръщат хаоса в ред, докато довчерашните местни общности и енории

се гласят да се докопат до тези отговорности и да се борят дори за още повече“ (Бауман, 2017: 49).

Затова особено важни в турските сериали са ролите на детето. В „Хартиени животи“ по „Нетфликс“ детето е „обществен проект“. В историческите филми детето е образ за „бъдещето, което копнее за връщане към величието“. При отсъствието на всякаква национална икономика... „в съществуващите държави и в много надигащи се популистки движения – да реализират национален суверенитет чрез обръщане към културен мажоритаризъм, етнонационализъм и смазване на вътрешното интелектуално и културно несъгласие. С други думи, загубата на икономически суверенитет навсякъде произвежда превключване към изтъкване на културния суверенитет. Това обръщане на културата като място на националния суверенитет се появява в много форми“ (Ападурай, 2017: 19).

„Нетфликс“ идеология – може ли да бъде обяснена турската душа?

През 2018 г. „Нетфликс“ отваря платформата за турски филми. Някои от тях се нареждат в класациите за най-гледаеми криминални или фантастични филми през 2021 г. По-назад остават историческите сериали.

В един от най-гледаните филми по „Нетфликс“ самите турски сериали са превърнати във вътрешна сюжетна линия – в „Етос“ главната героиня, млада жена, с кърпа на главата, живее чрез времето, прекарано вечер с брат ѝ пред телевизора, докато през деня чисти дома на мъжа, който се среща с актриса от един от популярните сериали. Така сериалът *dizi* става „приказка в приказката“ в развитието на действието на сериал, филмиран за „Нетфликс“, който не е *dizi*. В турските сериали, които и българските зрители гледат по телевизиите на български език, „диалозите се изпълняват почти в реално време, в *dizi* са „естествено

бавни“ (Öztürkmen, 2018: 7). Още една особеност разграничава турския сериал, наричан *dizi*, от теленовелата – изборът от различни места, на които е пренасян зрителят (Öztürkmen, 2018: 7), а това пренасяне в света на различни места, които са непознати и за част от турците, и за чужденците води до усещането за по-високо ниво на драматургия на турския сериал, с повишени нива на несигурност в композирането на края на филма, който да накара зрителя да гледа следващия епизод след седмица.

В програмирането на турските телевизии също има „лятна програма“. Сериалите с усложнена драматургия се излъчват от септември до май, а от юни до август са показвани по-леките „летни *dizi*“. Това е втора промяна при „превода“ в българския ефир на това телевизионно явление – у нас „летните сериали“ се излъчват като премиерни в най-гледаемото време на телевизиите през силния телевизионен сезон всяка вечер. Докато Турция произвежда „бавно гледане“ със забавен каданс и отлагане на действието след ударен интригуващ финал на всеки епизод, който зрителите да очакват да се развие след седмица, в България мелодрамите са забързвани и поглъщани на един дъх.

Подобна разлика в пазарното предлагане на един и същи филм с различно програмиране в Близкия Изток, Източна Европа или Латинска Америка води до различни прочити на турските сериали, като засега у нас отчитаме само всеобщата мания на света по тях. За пореден път виждаме потвърждение на извода на Арджун Ападурай, че етносът, езикът, съседство или родство – тези „сентименти, чиято най-голяма сила е да създават близост в политическата държава и да превръщат локалността в основа на идентичност, са се разпрострели върху обширни и необичайни пространства, тъй като групите мигрират, но въпреки това остават свързани една с друга чрез усъвършенстваните медийни възможности“ (Ападурай, 2006:69). Разпространението на турските

сериали е добър експеримент как може да се използва онова усещане на зрителите, че в „глобалното село“ на Маршал Маклуън медиите създават общности „без усещане за място“, както казва цитираното от Апдурай определение на Мейровиц (Ападурай, 2006:69).

В България турските сериали предизвикват във фейсбук групи и форуми „носталгия без памет“ (Ападурай, 2006:51) по патриархална идилия, каквато има романът „Под игото“, според някои от мненията. Това е безвъзвратно загубена битова заедност, която се крепи чрез йерархията на чувствата, каквато част от българското общество не е преживявало.

В „Етос“ психоложката разказва на друга психоложка разказа на своята пациентка, в търсене на отговори защо младата жена, която крие косите си с кърпа, е толкова чужда и неразбираема (дори повече от перуанския шаман, когото е срещнала при пътуването си наскоро в екзотична държава). „Етос“ е превод на сантименталната идеология за напреднали зрители, които търсят обяснение на кабелните и сателитните турски сериали. Тази картина е напълно различна от представата за турската държава като империя в историческите сериали, продавани и чрез „Нетфликс“ (вж. повече за образите на държавата в сериалите в De Bruijn, 2013).

Градът/селото. Миграцията като политически въпрос

Образите на учещите се в чужбина млади хора. В немалка част от сериалите, излъчвани по нашите телевизии, се настоява на посланието, че „не е много сигурно за жена в чужбина“. Изпълнените с разумни свекърви и тъщи сюжети ще повтарят, че е блаженство синовете да се завръщат след тяхното обучение в чужбина, за да развият наследения от бащата бизнес. За дъщерите посланието е свързано със заплахата да не бъдат нападнати от „местните“ там някъде далеч по света. Затова тяхното завръщане е завръщане на честта. Сравнението с отношението

към образите на „вариациите на другостта“ в образите на чужденци в българското кино, анализирани от Андроника Мартонова (Martonova, 2019: 45-57) и Ингеборг Братоева-Даракчиева (2006), както и „играта със схематизация като „азиатците“ във филма „Снимка с Юки“ (Мартонова, 2021: 136), са друг възможен подход към ролята на „завърналия се като чужденец син“ или „невъзвращенеца“.

„Детето“ има още една важна роля в част от сериалите, в които действието се развива далеч от големия град. Това е политическо послание за смисъла на образованието в чужбина, като „чужбина“ не се ограничава само до Европа. Такова разбиране напомня за начина, по който политиците изграждат своя версия на ценностите. „Всички от тях обещаваат национално културно изчистване като път към глобалното политическо могъщество. Всички те са приятелски настроени към неолибералния капитализъм, като имат своя собствена версия как да го накарат да работи за Индия, Турция, САЩ или Русия. Всички те се стремят да трансформират меката власт в твърда власт (Ападурай, 2017: 23).

След 1990 г. в България се появява явлението „новите бедни“. Както пише Надеж Рагару „един от най-впечатляващите аспекти на социалните преобразувания през 90-те е географското диверсифициране на траекториите“ (Рагару, 2010: 214). Наред с „новите бедни“, между 1990-1996 обществото се управлява от „капиталистите без капитализъм“ (по Петър-Емил Митев). „Така Западът попада в центъра на съжденията за това какво е „добрият живот“. Чувството на обществено разочарование се подсилва от сравнението със стандарта на живот, който най-често се вижда посредством телевизионния екран.“ (Рагару, 2010: 221)

През 2008-2021 г. наблюдаваме същия процес, но с обратен знак – пак чрез телевизионния екран този път Изтокът попада в центъра на емоциите около въпроса какво е „добрият живот“. Само че и този път

много от зрителите виждат материалната си изостаналост, сравнявайки домовете си с дома на Ферхунде, въпреки че не стандартът на живот би трябвало да е в центъра на сравнението. А чувството за лично разочарование се подсилва от илюзията, която се разказва всяка нощ, в праймтайма. Обществената самооценка е останала твърде далеч на заден план в това емоционално сравнение с турските сериали.

Конфликтът бедни-богати поддържа романтиката в сюжета на сериали като „Нашата история“. Една от най-повтарящите се реплики в интернет е на главната героиня към влюбения в нея младеж: „Теб те няма в нашата история“. Социалното включване и откриване на взаимно невидими светове е една от най-често повтарящите се политически теми в сериалите, включително и в някои от показваните по „Нетфликс“. В края на второто десетилетие социалните теми са все така екзотични и продават сценария. Неслучайно голяма част от героите в турските филми са по своему различни от хора, със затворена чувствителност, на фона на искрящите погледи на другите във филма. Тази телевизионна меланхолия е превърната в политически проект, който се търгува успешно и на вътрешния, и на външния пазар.

Заклучение

Обществената телевизия БНТ и партийните телевизии се самоопределят не чрез имането в програмата на специални произведения, а чрез „отказа да показват определено тв предаване“. Например, в периода 2008-2021 г. някои от телевизиите използват турските сериали и латиноамериканските сапунени опери като разграничителна естетическа линия за „качество на медията“. Така нямането на едно тв предаване в програмата се обявява за знаково за качеството на програмата, а не какво изпълва със смисъл съдържанието ѝ. Обществената телевизия БНТ, телевизия „България он еър“, партийните телевизии на управляващите в коалицията с ГЕРБ партии в

периода 2016-2020, свързани с „Алфа ТВ“, СКАТ и „24България“, се гордеят, че не излъчват турски сериали.

Турските сериали показват няколко основни модела на схематизации на междучовешките отношения: конфликтите между свекърва от Анадола и бъдеща снаха от Истанбул; сблъсък между хората, живеещи в лукс и децата от улицата; между пътуващата туркиня и затворената въщи туркиня. Това са сблъсъци между идеята за „реда в миналото“ и „хаоса в настоящето“. Затова във форумите (подобно на рецепцията на турските сериали в Гърция, вж. Pothou, 2020) можем да видим мнения за турските сериали като представящи картината на „патриархални отношения“, на някакво идеализирано минало, в което цялото семейство е на масата. За част от аудиторията в Европа картината от турските сериали е домодерна визия за човешките взаимоотношения, патриархална идилия, която е далечно минало. Но ако използваме идеята за „медийната нация“ (Mihelj, 2011), в нея има различни степени на модерност. В културата на част от държавите в Близкия Изток обаче отношенията между партньорите в някои от турските романтични драми се възприемат като модерно, дори непостижимо освободено положение, което зрителите могат да консумират чрез телевизионните мрежи (Berg, 2020). Представите за „модерност“ в турските сериали обаче винаги включват очакването за промяна в световния ред, който да разреши дълбоки социални конфликти – като бедността, експлоатацията на детския труд, смачкването на човека чрез данъци и т.н. Така гледането на турски сериали едновременно в голяма част от света прилича на жажда за справянето с възникнал „идеологически вакуум“, който поддържа неравенствата в обществото.

Турските разпространители на сериали налагат пространството на нов телевизионен Константинопол с религиозни, идеологически и политически послания, в който сблъсъкът не е на реални цивилизации, а е между скорости на гледане – образите и посланията са различни според

културната памет на зрителите. Сериалите, разпространявани по българските телевизии, ни показват свят, в който държавата има много засилена роля, докато в няколко сериала режисьорите се опитват да настояват за значението на общността. Затова в сериали като „Етос“, „Клубът“, „50 кв.м.“, „Фатима“, разпространявани най-напред по „Нетфликс“, конфликтът между държавата и общността в квартала е водещ за сюжета. В тях има повече въпроси, отколкото отговори, които да дадат модели за подражание на семейни отношения или отношенията между приятели. В сериали като „Д-р Чудо“ или „Нашата история“ героите се изправят пред избори, които са предопределени от традицията, религията или правото, а професионалната общност или кварталната общност остават на заден план. Така остава усещането, че няма друг избор освен малобройните схеми, които и самите сериали използват. Сериалите се превръщат в шаблон, чрез който различните култури все повече ще се сближават в разбиранията за благоденствие, но докато има герои, които се променят в сюжета, шаблоните за смисъла на личния избор в междучовешките отношения ще се увеличават.

Използвана литература

АНГЕЛОВА, Вяра (2000). Алтернативната телевизия. Филмите по кабелите – фалшивият избор. Ангов, Константин (ред.) *Алтернативната телевизия*. Враца: изд. „Псидо“, с. 186-209. [Angelova, Vyara (2000). *Alternativnata televiziya. Filmitе po kabelite – falshiviyat izbor*. Angov, Konstantin (ed.) *Alternativnata televiziya. Vratsa: izd. ‘Psido’*, pp. 186-209]

АНДЕРСЪН, Бенедикт (1998). *Въобразените общности. Размишления върху произхода и разпространението на национализма*. София, изд. „Критика и хуманизъм“. [Anderson, Benedikt (1998). *Vaobrazenite obnstnosti. Razmishlenia vurhu proizhoda i razprostraneniето na natsionalizma*. Sofia, ‘Kritika i humanizam’]

АПАДУРАЙ, Арджун. (2006) *Свободната модерност. Културни измерения на глобализацията*. София, 2006. [Apadurai, Ardzhun. 2006. *Svobodnata modernost. Kulturni izmereniya na globalizatsiyata*. Sofia.]

АПАДУРАЙ, Арджун. (2017). Умората от демокрацията. *Големият регрес*. София, „Критика и хуманизъм“, с. 17-34. [Apadurai, Ardzhun. (2017). *Umorata ot demokratiyata. Golemiyat regres*. Sofia. ‘Kritika i humanizam’, pp. 17-34]

БАУМАН, Зигмунт (2017). Симптоми в търсене на един обект и едно име. *Големият регрес*. София, „Критика и хуманизъм“, с. 35-54. [Bauman, Zigmunt (2017). *Simptomi v tarsene na edin obekt i edno ime. Golemiyat regres*. Sofia. ‘Kritika i humanizam’, pp. 35-54]

БОДРИЯР, Жан. (1995). *Илюзията за края или Стачката на събитията*. София, „Критика и хуманизъм“. [Bodriar, Zhan (1995). *Ilyuziata za kraya ili Stachkata na sabitiyata*. Sofia, ‘Kritika i humanizam’]

БРАТОВА-ДАРАКЧИЕВА, Ингеборг. (2006) Новото европейско кино – идентичност и транснационалност. *Проблеми на изкуството*, 2008, No 1, 42–47. [Bratova-Daraktchieva, Ingeborg (2006). Novoto evropeysko kino – identichnost i transnatsionalnost. *Art Studies Quarterly*, 2008, No 1, 42–47.]

ДИЧЕВ, Ивайло (2011). Дигиталният посткомунизъм: из виртуалните салони на субполитиката. *Нови медии – нови мобилизации*. (ред. Дичев, Ивайло, Орлин Спасов). София, „Отворено общество“, с. 15-37. [Dichev, Ivaylo (2011). Digitalniat postkomunizam: iz virtualnite saloni na subpolitikata. *Novi medii – novi mobilizatsii*. (ed. Dichev, Ivaylo, Orlin Spasov, p. 15-37]

МАРТОНОВА, Андроника (2021). *Между миграция и уседналост: Екзотичният друг и новото българско кино. Към културологичните полета на идентичността, различието и дискурса Свой/Чужд*. София: Институт за изследване на изкуствата. [Martonova, Andronika (2021). *Mezhdu migratsia i usednalost: ekzotichniyat drug i novoto balgarsko kino. Kam kulturologichnite poleta na identichnostta, razlichieto i diskursa Svoi/Chuzd*. Sofia: Institut za izsledvane na izkustvata]

МИНЕВА, Мила (2012). Сериалите на българската идентичност. *Критика и хуманизъм*, бр.39/2012 [Mineva, Mila (2012). Serialite na balgarskata identichnost. *Kritika i humanizam*, br. 39/2012]

ПОПОВА, Жана (2015). *Жанрове и форми на забавлението в телевизията*. Хасково: изд. „Полиграфюг“. [Popova, Zhana (2015). *Zhanrove i formi na zabavlenieto v televiziata*. Haskovo: Poligraf Press]

ABBAS, Sadia, Hamza **ABBAS**, Saima **RAFI**, Ammar **ASAD** (2021). Re-Imaging Western Culture Through Turkish Dramas In Urdu Renaissance of Pakistan. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, Volume 12, Issue 11, January-2021 109 ISSN 2229-5518

AĞIRSEVEN, Nehir, Armağan **ÖRKİ**. (2017) Evaluating Turkish TV Series as Soft Power Instruments, *The International Journal of Media and Culture*. Yıl 2017, Cilt 7, Sayı 13, pp. 836 – 853.

ALGAN, Ece, Yeşim **KAPTAN** (2021). Turkey’s TV celebrities as cultural envoys: the role of celebrity diplomacy in nation branding and the pursuit of soft power. *The International Journal of Media and Culture*. Volume 19, 2021 - Issue 3

MARTONOVA, Andronika (2019). Identity Dialogues: an Approach towards the Theoretical Framework in the Aspects of Modern Bulgarian Cinema. *Post-totalitarian Cinema in the Eastern European Countries – Models and Identities*. Institute of Art Studies, pp. 45-57. http://artstudies.bg/books/Posttotalitarian_cinema.pdf

ARDA, Özlem, Pınar **ASLAN**, Constanza **MUJICA** (ed.) (2021). *Transnationalization Of Turkish Television Series*. Istanbul University Press.

ARDA, Özlem, Özlem Çağlan **BILSEL** (2020). Cultural Codes Creating a Universal Context and Reception of The Audience: the Case Study of İstanbullu Gelin.

BERG, Miriam (2020). Turkish Drama Serials and Arab Audiences: Why Turkish Serials Are Successful in the Arab World. Kaptan Y., Algan E. (eds) *Television in Turkey*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46051-8_12

DE BRUIJN, Petra (2013). Deep State. Visual Socio-Political Communication in the Television Series and Serials of the Turkish Television Channel Samanyolu. *TV Series*. <https://journals.openedition.org/tvseries/2500>

MOHYDIN, Ravale (2020). *The Global Appeal of Turkish Drama Series: A Case Study in Pakistan*. TRT WORLD RESEARCH CENTRE.

MIHELJ, Sabina (2011). *Media Nations: Communicating Belonging and Exclusion in the Modern World*. Basingstoke: Palgrave Macmillan

KHAN, Musa and Yong-jin **WON** (2020). Transnationalization of TV Serials: A Comparative Study of the Exportation of Korean and Turkish TV Serials. *European Journal of Social Sciences* ISSN 1450-2267 Vol. 59 No 2 April, 2020, pp. 193-208

NYE, Joseph S., Jr. (2012) The Twenty-first Century Will Not be a “Post-American” World. *International Studies Quarterly* 56(1): 215-217.

ÖZTÜRKMEN, Arzu (2018). “Turkish Content”: The Historical Rise of the Dizi Genre.

POTHOU, Eleni (2020). Why so Successful? An Audience Research on the Turkish TV Series in Greece. *VIEW Journal of European Television History and Culture*, 9(17), pp.62–78.

VIVARELLI, Nick (2019). Turkish TV Producers Adapt to Digital World as MIPTV Begins. *Variety*.

ÇETIN, Kumru Berfin Emre (2014). The ‘Politicization’ of Turkish Television Dramas. *International Journal Of Communication*, vol. 8, Los Angeles, University of Southern California, Annenberg Press, 2014, pp. 2462–2483.

За сериала. bTV, 29.12.2000 г. <https://www.btv.bg/seriali/belezi/about/>

Жана Попова е доцент във ФЖМК, СУ „Св. Кл. Охридски“, в катедра „Радио и телевизия“.

Автор е на монографиите „Диалогови модели. Между събитията и медийните образи“ (УИ „Св. Кл. Охридски“, 2013); „Жанрове и форми на телевизионното забавление“ („Полиграф ЮГ“, 2015), на главата за историята на БНТ в сборника „БНР и БНТ – между държавата и обществото 1989-2015“ (УИ „Св. Кл. Охридски“, 2017).

През последните години Жана Попова изследва взаимоотношенията между естрадните музиканти и политическата сцена в медиа дискурса във вестниците и тв шоу от 1990 до 2017 г. В резултат на изследването е издадена книгата „Медийните биографии на естрадните музиканти в България след 1989 г.“

Част от редакцията на научното списание "Медialog" www.medialog.bg.

От 2017 г. е ръководител на магистърската програма „Дигитални медии и видеоигри“ във ФЖМК.

Zhana Popova is an Associate Professor at the Faculty of Journalism and Mass Communications at Sofia University. She is the author of the monographs *Dialogue Models. Between Events and Media Images* (2013) and *Genres and Forms of TV Entertainment* (2015), a chapter in the a BNT publication *BNR and BNT - between State and Society 1989-2015* (2017).

For the last five years, Zhana Popova has been working on exploring the *interactions between Estrada musicians and the political scene* in media discourse in newspapers and TV shows from 1990 to 2017. The result of the study is the book ‘*Media Biographies of Pop Musicians in Bulgaria after 1989*’.

She is part of the editorial board of the scientific journal "Medialog" www.medialog.bg. She is the coordinator of the master's program ‘Digital Media and Video Games’.