

POLITIČKI I DRUŠTVENO-KULTURNI NARATIVI U TURSKIM SERIJAMA: IZMEĐU NENAMJERNOG INSTRUMENTA MEKE MOĆI I TIHOG ORUŽJA ZA VOĐENJE KULTURNOG RATA?

Borna Zgurić 

Fakultet političkih znanosti
Sveučilište u Zagrebu
E-mail: borna.zguric@fpzg.hr

<https://doi.org/10.20901/an.18.05>

Izvorni znanstveni rad
Zaprimljeno: 19. 7. 2021.
Prihvaćeno: 24. 8. 2021.

Sažetak Cilj ovoga rada je identificirati političke, kulturne i društvene narative turskih serija koje imaju propagandnu ulogu. Analizom narativa obrađena su dva žanrovski različita turska serijala novijeg datuma – Sanjalica i 50 m². Analiza narativa nadopunjena je komparativnim pristupom, odnosno dizajnom najrazličitijih sustava. Unatoč tome što oba serijala površinski prikazuju zapadne i sekularne vrijednosti, njihov dublji sloj otkriva gotovo identične političke, kulturne i društvene narative koje obilježavaju politička propaganda vladajuće stranke i reprodukcija konzervativne kulture u Turskoj. Iako rad potvrđuje propagandni sadržaj analiziranih serijala, ponajprije prema turskim gledateljima, zaključuje se kako je potrebno proširiti istraživanje na veći broj turskih serija. Jednako tako, analiza narativa govori nam koje poruke ti serijali šalju, no kako bi se mogla istražiti recepcija njihovih poruka kod turskih gledatelja potrebna su daljnja istraživanja koja se služe drugim metodološkim postupcima.

Ključne riječi turski serijali, analiza narativa, politički narativi, društveno-kulturni narativi, propaganda, meka moć

*Allah Allah!*¹

Uvod: turske serije u Hrvatskoj

Mirjana Kasapović u kratkoj je analizi objavljenoj u *Večernjem listu* 2012. godine među ostalim napisala kako su "južnoameričke telenovele u međuvremenu ... postale out", a sada "su turske sapunice in" te da su potonje "[p]replavile ... kanale

¹ Ova se fraza često koristi u Turskoj, pa tako i u turskim serijama. Izražava oblik nevjerice poput "možeš li to povjerovati!?", "je li to moguće!?" (Quora.com, 2021) ili blisko hrvatskome "za Boga miloga!?"

dviju privatnih televizijskih kuća" (Kasapović, 2012). Gotovo deset godina kasnije može se ustvrditi isto. Kao i na nacionalnoj televiziji, turske se dramske serije, ne samo sapunice, prikazuju i na nekoliko privatnih televizija u Hrvatskoj. Uz današnju rasprostranjenost brzoga interneta te *streaming* opcije koju televizijske kuće nude, turske serije moguće je gledati na zahtjev (*on demand*) kada i kako to vama najviše odgovora. Ako želite, turske serije, ali i filmove, možete čak gledati i na svjetski popularnoj *streaming* platformi *Netflix*. Izjava Mirjane Kasapović kako "su turske sapunice in" danas je čak i točnija nego što je to bila početkom prošloga desetljeća.

Turske su serije danas globalno popularne. Početkom 21. stoljeća bile su tek lokalno emitirane u Turskoj, no od 2006. nadalje šire se na strana tržišta, posebice na Bliski istok (Yanardağoğlu i Karam, 2013: 4). Njihova popularnost narasla je do te mjere da ih se gleda i u zemljama te regije za koje to ne bi očekivali, poput Izraela (Algan i Kaptan, 2021: 7). Zanimljiva je podudarnost rasta globalne popularnosti turskih serija s rastom popularnosti Recepta Tayyipa Erdoğan i njegove Stranke pravde i razvoja (AKP) u Turskoj. Mnoge su privatne televizijske kuće u Turskoj povezane s Erdoğanom (Algan i Kaptan, 2021: 1-2). Kasapović (2012) zamjećuje da "invazija turskih sapunica nipošto nije kulturološki, socijalno i politički neutralna". Turske serije, posebice one povijesne tematike, vanjskopolički gledano imaju meku moć u odnosu na stranu publiku. No kako su primarno namijenjene domaćoj publici u Turskoj, njihova glavna uloga je propagande prirode (Çevik, 2019: 228-229) u unutarnjoj politici. Drugim riječima one imaju socijalizacijsku ulogu s ciljem reprodukcije konzervativne kulture u Turskoj (Çevik, 2019: 233). Dapače, može se čak ustvrditi da ih AKP i Erdoğan koriste kao tiho oružje u kulturnom ratu u Turskoj s ciljem nametanja konzervativnog svjetonazora.

Kasapović (2012) navodi kako postoje brojne opsežne studije telenovela. Isto vrijedi za studije turskih sapunica u društvenim znanostima, pa tako i političkoj. Na međunarodnoj su razini one vrlo rasprostranjene. No što je s hrvatskim društvenim (i humanističkim) znanostima? Kada se u Hrčak, portal hrvatskih znanstvenih i stručnih časopisa, upišu pojmovi "turske sapunice" i "turske serije" dobije se tek jedan znanstveni članak – "Tisuću i jedna noć konzum-(n)acije" – objavljen u časopisu *Narodna umjetnost* kojega je autor Zvonko Benković (2011). Iz ovoga se daje zaključiti kako su Kasapović i Benković pioniri studija o turskim serijama u Hrvatskoj. Međutim, društveno-humanističko izučavanje, posebice iz "rakursa" političke znanosti, popularne kulture općenito je siromašno. Među rijetke primjere tekstova o političkim diskursima u popularnoj kulturi valja ubrojiti članak Marte Zorko i Hrvoja Mostarca (2014) "Popularna geopolitika Japana: geopolitički diskursi anime serijala", uredničku knjigu Marte Zorko i Seada Turčala (2021) "Popularna geopolitika" te doktorsku disertaciju Zlatka Bukaća (2018) "Analiza diskursa različitosti u američkoj popularnoj kulturi na primjeru stripova o superjunacima", obranjenu na Sveučilištu u Zadru.

Jedan od ciljeva ovoga teksta jest nadopuniti postojeće znanje o turskim serijama, a konzekventno i o turskoj kulturi, u Hrvatskoj, izravno se nadovezujući na pionirski tekst Mirjane Kasapović. Članci koji analiziraju ulogu meke moći na strane gledatelje brojniji su, stoga je temeljni cilj ovoga članka identificirati političke, kulturne i društvene narative koji imaju propagandnu ulogu, odnosno ulogu (pre) odgoja turskih gledatelja. Analizirat će se dva serijala² dostupna na *streaming* servi-

² Premda se izraz serija kolokvijalno koristi znatno šire, za sve nizove fiksijskih epizoda bez obzira na značajke radnje, te je stoga zadržan u naslovu, uvodnom dijelu te djelomično i zaključku, literatura medijskih studija jasno određuje što konstituira televizijsku seriju, a što serijal. U serijama svaka epizoda ima svoju radnju uglavnom neovisnu od one iduće ili

sima *RTLplay* i *Netflix* – *Sanjalica* i *50 m²*. Riječ je o dva žanrovski različita serijala – prvi je sapunica s elementima komedije, a drugi kriminalistički akcijski serijal koji istražuje kriminalno podzemlje. Radnja obiju serija smještena je u Istanbulu. Prikupljeni podaci analizirat će se korištenjem analize narativa koja je prikladna za analizu kulture, ideologije, identiteta i odnosa moći u medijskim sadržajima.

Metodološki okvir: analiza narativa i dizajn najrazličitijih slučajeva

Analiza narativa spada u tip kvalitativnih interpretativnih istraživanja u društvenim znanostima koja je uvelike pod utjecajem konstruktivističkog razumijevanja koje stipulira da se naša realnost konstruira u međusobnim ljudskim interakcijama (McAllum i dr., 2019: 2). Analiza narativa svoje korijene vuče iz 1960-ih godina kada su se kvalitativne metode započele svoj "otpor" prema tada dominantnim (kvantitativnim) pozitivističkim pristupima u društvenim znanostima. Dvadesetak godina kasnije, u 1980-ima, analiza narativa "ukorijenila" se u metodama većine društvenih znanosti.

U različitim disciplinama pojavljuju se različiti predmeti istraživanja, ali i pristupi istraživanjima putem analize narativa. Neki autori se usmjeravaju na kraće segmente teksta – kvazirečenice unutar podataka prikupljenih intervjuima. Drugi autori, uglavnom oni naklonjeni kritičkim i postmodernističkim pristupima, analiziraju takozvane metanarative poput ideoloških pretpostavki koji smještaju aktere nekog društva u prethodno definirane uloge. Treći pak smatraju da u svakom pripovijedanju postoje neke univerzalni narativi. I način prikupljanja podataka varira pa su neki autori skloniji analizi narativa prikupljenih intervjuima, neki su skloniji etnografskom pristupu, dok se neki fokusiraju na sâmu praksu pripovijedanja. Postoji cijeli niz načina prikupljanja podataka koji se onda kasnije obrađuju analizom narativa (McAllum i dr., 2019: 8-9). No što je to analiza narativa? "Jednostavno rečeno, analiza narativa fokusira se na to kako ljudi razumiju vlastitu iskustvo u društvu kroz jezik..." (Souto-Manning, 2014: 161). Drugim riječima, to "[k]ako se interpretiraju priče, odnosno specifičnije, tekstovi koji pričaju te priče, u srcu je analize narativa" (Patton, 2002: 118, cit. prema Souto-Manning, 2014: 162).

Narativ je pak "lanac događaja koji se nalazi u odnosu uzroka-posljedice te koji se odvija u vremenu i prostoru" (Bordwell i Thompson, 1990: 55; cit. prema: Gillespie, 2006: 81). Opet, jednostavnije rečeno, narativi su "u svojoj osnovi priče koje ljudi pričaju" (Vafeiadis i dr., 2018: 355). U ljudskoj je prirodi da razumijemo svijet oko nas te da živimo pričajući i prepričavajući priče. To radimo tako što povezujemo događaje, slažemo ih po vremenskom redoslijedu te ih stavljamo u neki kontekst (Souto-Manning, 2014: 162). Takav odnos unutar narativa naziva se još i konfiguracijom narativa (Polkinghorne, 1995: 5).

Prema Gillespie (2006: 82) narativi se nalaze svugdje – možemo ih naći u vicevima, sve do narativa o ratu, svakodnevnom životu ili narativa u medijskim sadržajima poput filma i televizijskih serija. Munganga (2016: 2-3) primjerice navodi kako u fikciji (što znači da postoje i nefikcijski narativi) postoje dva tipa narativa – književni

prethodne epizode. U serijalima je radnja pak kontinuirana i provlači se iz epizode u epizodu. Sapunice su tipičan primjer serijala (Schlüt, 2015: 96-97). Hernández-Pérez i Rodríguez (2014: 27) tvrde kako serijali imaju makropriče koje se protežu kroz sve epizode. Serijali nisu specifični samo za televiziju, česti su i filmski serijali poput serijala *Indiana Jones* ili *Ratovi zvijezda*.

i filmski – te ih onda analizira komparacijom knjige i ekranizacije istoimene knjige Jane Austin *Ponos i predrasude*. Ujedno, on smatra kako su filmovi postali svojevrsni nasljednik književnosti, posebice jer nadopunjuju književna djela u svojim filmskim iteracijama. Slično se smatra i za televizijske serije. Schlütz (2015: 102) smatra kako su suvremene televizijske serije i serijali vrlo slični književnim dijelima zbog svoje narativne složenosti.

Treba napomenuti kako postoji nekoliko razina razumijevanja narativa – osobni, međusobni, društveni te ideološki. I dok su osobni i međusobni narativi primjerice dijelom intervjua, nama su za potrebe ovog teksta od veće važnosti društveni i ideološki narativi jer su dijelom javnosti. Prethodni pripovijedaju o društvenim položajima i ulogama dok potonji nastaju u (političkim) institucijama u širem smislu, a pripovijedaju o zajedničkim ideološkim vrijednostima nekog društva i/ili države (Stephens i Breheny, 2013: 16-17).

Narativi stoga imaju važnu ulogu u konstruiranju identiteta dok televizijski sadržaji kreiraju "ideološku stvarnost" (Car i Osmančević, 2016: 20). Osobni identiteti se konstruiraju i rekonstruiraju u društvenoj razmjeni narativa (Souto-Manning, 2014: 162). Narativima se često prenose kulturne vrijednosti i ideološki stavovi (Polkinghorne, 1995: 7). Kako Munganga (2016) primjećuje, narativi književnih djela i filmova nerijetko u sebi sadrže političke poruke, dok narativi serija isto tako često sadrže političke poruke te poželjne kulturne obrasce ponašanja (Schlütz, 2015: 111). "Ovaj proces spoznaje o sebi te izgradnje identiteta usko je povezan s procesom pripovijedanja" (Barassi i Zamponi, 2020: 4). Narativi su ovdje posebno prikladni za prenošenje ideoloških poruka. Naime, učinkovitost narativa leži u njihovu implicitnom mijenjanju uvjerenja i stavova. Kako je njihova primarna uloga da zabavljaju, a ne uvjeravaju, tako su oni i bolji mehanizam uvjeravanja jer ih se ne doživljava kao takve pa je i otpor prema njima manji (Vafeiadis i dr., 2018). Kompleksni narativi u serijama znaju imati implicitnu ulogu uvjeravanja jer nas uče kako odnosi među ljudima trebaju izgledati. Neke su empirijske studije pokazale kako dugoročno gledanje serija utječe na promijene vrijednosnih stavova kod gledatelja (Schlütz, 2015: 114-115).

Međutim, treba navesti i na koje probleme treba paziti prilikom korištenja analize narativa. Za razliku od nekih drugih kvalitativnih metoda, navodi Andrews (2020: 1-2), u društvenim znanostima analiza narativa nema jasne procedure kako analizirati podatke. Kao što je već navedeno, riječ je o interpretativnoj metodi. Neki autori stoga u svojim istraživanjima sintetiziraju tu metodu s "konzervativnijim" kvalitativnim metodama društvenih znanosti. Drugi, poput Andrews (2020: 11-12) predlažu skup indikatora kvalitete istraživanja. Oni uključuju provjeru istinitosti narativa; pouzdan prikaz podataka; kritičku refleksiju istraživača u odnosu na predmet istraživanja; jednostavan pristup istraživanju i istraživačkim materijalima; etičku osjetljivost, posebice prilikom prikupljanja osobnih narativa i podataka ispitanika; obraćanje visokog stupnja pažnje značenjima koja se pridaju pojmovima; obraćanje pažnje na ono što nije rečeno (kontekst); svijest o vremenskom uokvirivanju narativa (svako pripovijedanje ima svoj početak i kraj); svijest o tome da narativi imaju više razina (mikro i makro) te da su međusobno povezani; te na samome kraju stavljanje narativa u određeni kontekst. Naravno, ne mora svaka analiza narativa zadovoljiti sve ove elemente – u fikciji se primjerice istinitost ne može potvrditi – ali bi se u svakom istraživanju narativa trebalo voditi računa o što većem broju indikatora kvalitete.

Kako je uvodno napomenuto, u radu se analiziraju dva serijala dostupna na *streaming* servisima *RTLplay* i *Netflix – Sanjalica (Erkenci Kuş)* (Flag i dr., 2018) te *50 m²* (Aksak i Aydemir, 2021). Riječ je o dva žanrovski različita serijala s različitim brojem epizoda. *Sanjalica* je sapunica³ s elementima komedije koja ima 161 epizodu. *50 m²* kriminalistički je akcijski serijal⁴ s elementima komedije, koji ima svega osam epizoda. *Sanjalica* kao sapunica završava sa zadnjom epizodom bez naznake da će biti još sezona, dok *50 m²* u posljednjoj epizodi završava s *cliffhanger*-om, držeći publiku u neizvjesnosti, čime je nagovještena mogućnost barem još jedne sezone.

Sanjalica se prikazuje na *streaming* servisu *RTLplay*, čime se može zaključiti da je primarno gledateljstvo te serije ipak trebalo biti tursko, no ona je dalje plasirana na strana tržišta, dok je *50 m²* izvorni *Netflix*-ov serijal nastao u koprodukciji s turskom televizijskom i filmskom kućom *Besiktas Kültür Merkezi* (BKM). To ni pošto ne znači da je taj serijal isključivo namijenjen međunarodnoj publici budući da preko tri milijuna građana Turske ima otvorene *Netflix*-ove račune, a *Netflix* je najavio i otvaranje svojih ureda u Istanbulu (*Seenews.com*, 2020). Nadalje, *Sanjalicu* se smatra jednim od najboljih turskih serijala u posljednjih nekoliko godina koji je na prestižnoj turskoj dodijeli nagrada *Altın Kelebek* osvojio nagradu za najbolju romantičnu seriju 2018. godine. Serijal je prodan brojnim TV kućama u više zemalja koje uz Hrvatsku uključuju i Albaniju, Ukrajinu, Litvu, Španjolsku, Irak, ali i Izrael (*Rtl.hr*, 2021).

Glavni glumački par u serijalu koji čine glumci Demet Özdemir i Đan Jaman⁵ izrazito su popularni turski glumci s velikim brojem sljedbenika na Instagramu – Đan Jaman ima 8,5 milijuna, a Demet Özdemir 13,8 milijuna sljedbenika. Treba napomenuti kako je Đan Jaman popularniji izvan Turske dok Demet Özdemir ima veliku popularnost unutar Turske. *Sanjalica* je, s obzirom na popularnost, zahvalan primjer za analizu narativa, odnosno ideoloških poruka u turskim serijama. S druge strane, serijal *50 m²* nema toliku popularnost, dapače smatra ga se prosječnim televizijskim serijalom koji obećavajuće počinje te ubrzo izgubi svoju privlačnost jer u pogledu priče ne nudi ništa novoga, odnosno tvrdi se da je sve u tom serijalu već viđeno (*Readysteadycut.com*, 2021). Također, glumci u serijalu manje su poznati, iako je glavni glumac Engin Öztürk glumio i u nekim popularnijim turskim serijalima poput *Sulejmana Veličanstvenog* i *Izgubljene časti*.

Oba serijala svojom tematikom ciljaju i na različitu publiku. *Sanjalica* ponajprije za ciljanu skupinu ima žene, dok *50 m²* više cilja na muškarce, pa čak i miješanu publiku. Treba napomenuti da su serijali birani kako bi se zadovoljili postulati istraživačkog dizajna komparativne politike, odnosno dizajna najrazličitijih sustava (Landman, 2008). Drugim riječima birane su serije različitih žanrova kako bi se

³ Sapunice su žanr koji ima velik broj epizoda, a najveći fokus u njima stavljen je na svakodnevni život i međusobnu interakciju ljudi u nekoj zajednici, posebice na odnose između muškaraca i žena (Popović, 2012: 34-35).

⁴ Kod akcijskih serija najčešće prevladavaju akcijski prizori. Međutim, riječ je o žanru koji ima šire značenje budući su akcijske sekvence često prisutne u nekom drugom žanru, u ovome slučaju u kriminalističkom (Leksikon radija i televizije, 2016: 14).

⁵ Imena likova u *Sanjalici* pisana su kako se pojavljuju u prevedenim titulovima na servisu *RTLplay*, dakle fonetski. S obzirom na to da se ime glumca Cana Yamana i lika kojeg glumi u seriji poklapaju i da se na to kasnije referiram, odlučio sam "fonetizirati" njegovo ime pa onda i prezime (Đan Jaman) i izvan "teksta" same serije. O problematici transkripcije i transliteracije imena iz jezika koji se govore na Bliskom istoku, v. u: Havel i Kasapović (2016) te općenito kroz rješenja u različitim poglavljima u: Kasapović (2016).

ustanovilo koji su im zajednički elementi, odnosno šalju li iste ili slične ideološke poruke. Međutim, treba napomenuti kako je u istraživanju riječ o sintezi "konzervativne" i interpretativne kvalitativne metode budući da nisu konstruirane neovisna i ovisne varijable pa se one niti neće dovoditi u kauzalni odnos.

Usto, kao predmet analize uzeti su serijali koji su novijeg datuma kako bi se moglo detektirati vrijede li i u vrijeme pisanja ovoga teksta (2021. godine) isti narativi o kojima je pisala Kasapović (2012) te su uzeti serijali koji su lako dostupni, drugim riječima oni koje se nalaze na *streaming* servisima pa ih se može pratiti na zahtjev, čime je značajno olakšano prikupljanje podataka. Također, uzeti su serijali čija je radnja smještena u sadašnjosti, sa zapadnim "štihom", a koje su prikladnije za pokušaj detektiranja potencijalnih AKP-ovih ideoloških poruka usmjerenih na građane Turske u odnosu na povijesne serije koje su možda prikladnije za analizu neosmanskih narativa. Ujedno, kako je riječ o analizi audiovizualnih sadržaja, analizira se sama naracija – bilježeni su dijalozi između likova – ali i radnja/zaplet tih serijala. Bilježena je i učestalost pojavljivanja nacionalnih simbola poput turske nacionalne zastave te nacionalne hrane (više o gastronacionalizmu v. u Obućina, 2013, više o semiotici v. u Gripsrud, 2006). Prije analize narativa odabranih serijala, idući dio rada ponudit će kulturni, društveni i politički okvir stvaranja i recepcije turskih serija kako bi se dobio kontekst potreban za potpunije razumijevanje odabranog predmeta istraživanja i pripremio teren za tentativni zaključak.

Turske serije: između namjernog instrumenta propagande i nenamjernog instrumenta meke moći

Turske serije su do prve polovice prvoga desetljeća 21. stoljeća bile lokalni proizvod namijenjen lokalnim gledateljima. Međunarodna popularnost turskih serija zapravo je krenula iz puke slučajnosti – jedan je od direktora MBC-a (*Middle East Broadcasting Center*), saudijskog medijskog konglomerata, tokom svoga posjeta Turskoj gledao turske serije te je primijetio kulturne sličnosti između Turske i Saudijske Arabije što je na kraju rezultiralo da je ta medijska kuća otkupila nekoliko tih serija.⁶ Godine 2006. to je bio tek pilot projekt, a ostalo je, kako se kaže, povijest (Yanardağoğlu i Karam, 2013: 4).

Do 2013. godine turska je produkcija televizijskih serija postala "teškašem" na globalnoj razini.⁷ Godišnje se na snimanje serija potrošilo oko 1,5 milijardi američkih dolara, a turske su se serije emitirale u oko 40 zemalja, od čega najviše u zemljama Arapske lige. Te serije ponajprije no ne i isključivo imaju format sapunica. Ciljana i najbrojnija publika su žene, no gledaju ih i muškarci⁸ (Yanardağoğlu i Karam, 2013: 1-5). I dok je 2007. turska industrija televizijskih serija izvozom serija zaradila svega milijun američkih dolara, sedam je godina kasnije taj iznos porastao na oko 200 milijuna američkih dolara godišnje (Yalkin i Veer, 2018: 4).

⁶ Ipak, treba napomenuti kako je u nedavnoj povijesti zbog zatezanja političkih odnosa između Rijada i Ankare, Rijad zaprijetio da će zabraniti turske serije u Saudijskoj Arabiji (Yalkin i Veer, 2018: 2).

⁷ Treba napomenuti kako jedan dio tih serija naručuje javni turski medijski servis i one se uglavnom financiraju javnim novcem (Çevik, 2019: 228). Međutim, zbog globalnog uspjeha turskih serija sve veći broj ih se financira privatnim novcem, a od 2019. moguće ih je i financirati putem otvorenih investicijskih fondova (Dailysabah.com, 2018).

⁸ Primijećeno je da je serija *Ezel*, čija se radnja više-manje labavo temelji na radnji romana *Grof Monte Cristo* francuskoga autora Alexandra Dumasa, posebno dobro "sjela" arapskoj muškoj publici pa su tako u UAE-u muškarci u kafićima pratili tu seriju na televizorima velike dijagonale isto kao što bi pratili i nogometne utakmice (Yanardağoğlu i Karam, 2013: 12).

Do 2017. godine turske su se serije emitirale u preko 75 zemalja svijeta s publikom od oko 400 milijuna gledatelja dok je turska televizijska industrija postala drugim najvećim izvoznikom serija odmah nakon SAD-a. Te se serije emitiraju primarno na Bliskome istoku i sjevernoj Africi, Balkanu, Središnjoj Aziji, odnosno na nekadašnjim prostorima Osmanskoga Carstva ili zemljama koje su graničile s njime. Zanimljivo je kako se emitiraju i u Latinskoj Americi,⁹ unatoč tamošnjim "domaćim" telenovelama, ali i u Zapadnoj Europi. Švedska je tako bila prva zemlja Zapadne Europe koja je počela prikazivati neku tursku seriju one iste 2012. godine s početka ovoga rada (Vitrinel, 2017: 2). Više je razloga tolikoga uspjeha turskih serija. Oni uključuju visoku kvalitetu produkcije, kolaps sirijske televizijske industrije (što se posebice odnosi na regiju Bliskoga istoka), uspon globalne industrije zabave te simultano širenje distribucijskih mreža (Çevik, 2019: 2).

Turske su serije vrlo dobro prihvaćene i u Hrvatskoj. Benković (2011: 69) primjećuje kako je jedan od izraza popularnosti serije *1001 noć* bila i činjenica da su odmah po početku emitiranja te serije mnoge dnevne tiskovine i portali počeli "donositi izvještaje o tome što će (se) dogoditi u narednom nastavku, jedan je tjednik donosio tjedni prikaz serije, a pojedini mjesečnici cjelovit sadržaj 1001 noći". Glavni glumci iz serije posjetili su krajem 2010. Zagreb, što su mediji pomno pratili i o čemu su izvještavali. Dapače glavni su glumci tokom svoga odsjedanja u Zagrebu snimili i nekoliko reklamnih spotova za Konzum. Ubrzo nakon njihova odlaska mediji su svoj fokus preselili na seriju *Ezel*. Ujedno, mediji su puno pisali i o privatnim životima glumaca iz *1001 noći* (Benković, 2011: 70-71).

Takav uspjeh turskih serija polučio je meku moć koju Turska putem njih ostvaruje. Pod mekom moći, u odnosu na čvrstu moć čije su komponente vojna i gospodarska snaga neke države, odnosno sposobnost prisile, Joseph Nye (2004: 5) definira kao sposobnost neke države da pridobije druge na svoju stranu uz pomoć privlačnosti umjesto prisile. Drugim riječima, meka moć proizlazi iz vrednota, kulture, političkih ideala, političkog sustava ili (vanjskih) politika neke države (Nye, 2004: x). Dakako da iz toga proizlazi kako postoji više izvora meke moći, od kojih je jedan svakako popularna kultura (Nye, 2004: 46-49).¹⁰

Yanardağoğlu i Karam (2013: 14) ukazuju na to da turske serije zapravo nisu proizvedene s izravnom namjerom da ih se plasira na strana tržišta, već im je primarno tržište Turska, kao i na to da nisu proizvedene s ciljem da imaju politički i kulturni utjecaj na strane zemlje u kojima ih se prati, no ističu da one svakako imaju takav utjecaj. Dapače njih se smatra alatom "nekonvencionalne vanjske politike" Ankare i, iako možda nisu naručene u tu svrhu, one su svakako u skladu s četvrtim od pet stupova vanjske politike AKP-a – korištenjem meke moći kako bi se povećao ugled i utjecaj Turske u njenom susjedstvu, ali i šire (Yanardağoğlu i Karam, 2013: 2, 6). Iako turske serije nisu, barem ne službeno, alatom vanjske politike Turske, i Senem Çevik (2019: 229) primjećuje kako su joj one u svakom slučaju komplementarne. Tako meka moć turskih serija i neoosmanska vanjska politika Turske idu ruku pod ruku. Na Bliskome istoku, Balkanu i Kavkazu, odnosno regijama koje dijele kulturne sličnosti i zajedničko osmansko nasljeđe, te su serije izrazito gledane što može imati pozitivne posljedice na imidž Turske (Çevik, 2019: 229, 232).

⁹ Do 2018. godine je oko stotinjak serija prodano na ta tržišta (Yalkin i Veer, 2018: 4).

¹⁰ Treba napomenuti kako meka moć nije univerzalno privlačna. Njeno je ograničenje to da će nekoj skupini biti će privlačna, a drugoj odbojna. Primjerice, američka meka moć biti će privlačna mnogim mladima diljem svijeta, no islamistima će istovremeno biti odbojna (Nye, 2004).

Također, pokazalo se da unatoč velikim vanjskopolitičkim ambicijama Turske da postane liderom u regijama koje dijele zajedničko osmansko nasljeđe, vanjska politika Turske nailazi na mnoge izazove, uključujući i nedovoljnu spremnost vlastita diplomatskog aparata na njezinu provedbu (Zarakol, 2012: 741-742). Moglo bi se zaključiti da serije koje se produciraju i plasiraju u navedene regije nisu samo komplementarne vanjskoj politici već i kompenziraju izazove na koje ta vanjska politika nailazi. Mnogi popularni glumci tako su postali *celebrity* diplomati ili "kulturni izaslanici", kako ih AKP-ova vlada naziva. Oni igraju važnu ulogu u brendiranju turske države, dapače ponekad neke od njih, one za koje smatra da najbolje predstavljaju tursku kulturu i identitet, Erdoğan sa sobom vodi na bilateralne posjete u druge države (Algan i Kaptan, 2021). Primjerice, koliki je utjecaj turske meke moći na hrvatske gledatelje serije *1001 noć* bio ukazuje činjenica da se nakon emitiranja te serije kod turističkih agencija naglo povećala potražnja za putovanjima u Tursku, napose u Istanbul, ali posjećivali su se i lokaliteti iz serije. U školama stranih jezika povećana je potražnja za učiteljima turskog jezika, a počele su se tiskati i brojne orijentalne kuharice (Benković, 2011: 72-73).

Međutim, treba napomenuti i "mračnu stranu" toga procesa. Kada se neki od tih popularnih glumaca i glumica odluče na potez iznošenja vlastitih političkih stavova ili javne kritike vlasti, često se nađu na meti represivnog aparata turske države (Vitrinel, 2017). Nadalje, turske serije nisu u zemljama zajednička osmanska nasljeđa univerzalno pozitivno prihvaćene, dapače reakcije često znaju biti negativne. Mnogi arapski gledatelji primjećuju kako unatoč tome što su im turske serije kulturno bliske, one često prikazuju stvari poput predbračnoga seksa ili konzumacije alkohola, odnosno prikazuju nemoral, zbog čega smatraju da te serije prikazuju muslimansko društvo koje nije reprezentativno za islam. Zbog toga česta kritika tih serija u arapskome svijetu navodi da je zapravo riječ o "kulturnoj invaziji" (Yanardağoğlu i Karam, 2013: 8). Jedna je od kritika također da se kroz te serije prikazuje sekularan islam čime je onda Turska *proxy* Zapada u nametanju sekularnosti arapskome svijetu. Nadalje, arapski muškarci često turske serije smatraju protuislamskima jer dovode u pitanje sve ono što prema njima (pravi) islam predstavlja. Muškarci u slavenskim zemljama Balkana, poput Bugarske i Srbije, također smatraju turske serije problematičnima jer se kose s njihovim protuosmanskim identitetom. Naime, Osmanlije se smatraju povijesnim "dušmanima" slavenskome kršćanskom identitetu (Yalkin i Veer, 2018: 13-16).

No, ako je meka moć turskih sapunica tek od njihove sekundarne važnosti, koja im je primarna uloga? Kako Yalkin i Veer (2018: 1) navode, kultura nekoga društva zrcali se kroz njenu umjetnost, pa tako i serije. Turske serije na prvi pogled prikazuju pozapadnjačeno sekularno društvo s istočnim "štitom". Primjerice žene u tim serijama često znaju igrati glavne uloge, emancipirane su, fokusirane su na karijeru, svjesne su svoje seksualnosti te stupaju u seksualne odnose prije braka, oblače se manje čedno u odnosu na žene u arapskome svijetu. Isto tako može se uočiti i česta konzumacija alkoholnih pića. Vjerske norme i prakse se također prikazuju, no na prvi pogled nisu toliko značajne (Yalkin i Veer, 2018: 5, 10). Također, u "njima nema eksplicitnih političkih poruka" (Kasapović, 2012).

No ta je impresija samo ona koja se stječe na prvi pogled. Kada se malo "zagrebe ispod površine", može se uočiti "paralelna stvarnost" koju serije prezentiraju. Te su serije, kako Kasapović (2012) primjećuje, "ponajprije intencijska apologija tradicionalne obitelji" kojoj se pojedinac mora podrediti, a "koju uvijek personificira neka muška glava – djed, otac, muž, najstariji sin". Unatoč površinskom zapadnjačkom

sekularnom "štihu" koji posjeduju one zapravo prikazuju konzervativno društvo. Njihova je primarna uloga prema turskoj publici propagandne, odnosno (pre)odgojne prirode – one reproduciraju konzervativnu kulturu (Çevik, 2019; 2020). Te su serije kulturni instrumenti putem kojih se oblikuju društvena, pa zatim i politička stvarnost. Njihova je uloga indoktrinacija, cilj im je prikazivati te oblikovati poželjno ponašanje.

Tu ulogu nemaju samo serije koje su smještene u suvremeno doba već čak i serije povijesne tematike – one su često komentar suvremenih događaja u Turskoj (Çevik, 2020: 1-2). Mnoge takve serije, a posebice one koje se emitiraju na javnome servisu Turske radiotelevizije (TRT) prenose političke diskurse i stavove te konzervativnu viziju turskoga društva vladajuće stranke AKP-a. AKP pritiscima utječe i na sadržaj tih serija, u cilju stvaranja "nove Turske" te sukladno tome stvaranja "novih turskih građana" (Çevik, 2019: 1-2). AKP čak nudi mjesto televizijskim producentima u Vijeću izvoznika te ih financijski nagrađuje ako u serijama prikazuju konzervativne obiteljske vrijednosti ili osmansko nasljeđe (Vitrinel, 2017: 4). Ujedno, producente i scenariste se financijski kažnjava putem Visokog odbora za radio i televiziju ako serije nisu "po ukusu" AKP-a, a zna se prijetiti i zabranom emitiranja serija (Çevik, 2019: 227).

Time se u turskim serijama vješto propagira AKP-ova nacionalistička i populistička ideologija, odnosno mogu se vrlo jasno uočiti konzervativni i populistički narativi (Çevik, 2020: 12-13; više o populizmu v. u Šalaj, 2012). AKP je u Turskoj došao na vlast na parlamentarnim izborima 2002. godine (tzv. anatolijska revolucija). Stranka i Erdoğan predstavljali su se populističkim diskursom kao predstavnici Anatolije, "navodnoga doma autentičnog, skromnog i neokaljanog tursko-muslimanskog naroda, kojim dominiraju te ga tlače sekularne i modernističke (vojno-civilne) elite, koje ne samo da su kulturno alijenirale od većine naroda već su također otporne na zahtjeve naroda i demokraciju" (Şen, 2010: 59).

Ideološki narativi koji se najčešće mogu uočiti u turskim serijama, a koji su sukladni prethodno navedenom ideološkom diskursu AKP-a, su da su pozapadnjačene liberalne elite predstavljene u mračnome svijetlu, uglavnom izgubivši "nacionalni i moralni kompas", dok su obični siromašni ljudi moralno ispravni (Çevik, 2020: 12-13). Kontrast između "siromašnih-čistih" te nasuprot njima "bogatih-urbanih-i-nepravednih" izrazito je naglašena (Yanardağoğlu i Karam, 2013: 2). Taj kontrast je odraz suvremenoga političkoga sukoba, svojevrsnoga kulturnog rata, u Turskoj između islamističkog AKP-a i sekularnih liberalnih elita koje Erdoğan često optužuje da su "pijuni Zapada" (Çevik, 2020: 11). Pritom se, dakako, liberalne elite u turskim serijama mogu iskupiti za svoje grijehе. Postoje dva mehanizma kako se to postiže, prvo da se same zastranjene elite ipak "transformiraju" u autohtone Turke, ili ovisno o povijesnom razdoblju koje serija prikazuje autohtone Osmanlije, te drugo da ih drugi autohtoni Turci/Osmanlije na neki način iskupe (Çevik, 2020: 12).

Međutim, zanimljivo je uočiti da se, iako su rascjepi siromašni/bogate elite te moderno/tradicionalno vrlo naglašeni, onaj temeljni rascjep na Bliskome istoku, pa tako i u Turskoj, vjersko/sekularno nigdje eksplicitno ne može uočiti u tim serijama. U Turskoj postoji vrlo vidljiv rascjep između sekularista i konzervativnih sunita (Vitrinel, 2017: 7) koji se, barem na prvi pogled, u serijama ne vidi. No vidljiva je kritika sekularnih elita kroz druga dva rascjepa siromašni/bogati i moderno/tradicionalno. Nadalje, kako se liberalne sekularne elite smatra "pijunima" Zapada tako se i zapadnjaci i Zapad prikazuju na pejorativan način, često kao negativci, odnosno moralno iskvareni likovi ili u povijesnom kontekstu neprijatelji (Çevik, 2019; Vitrinel, 2017).

Zarakol (2012: 742) navodi kako u Turskoj postoji preokupacija Zapadom budući da se primjerice učenje europskih stranih jezika, poput njemačkoga i engleskoga, smatralo znakom modernosti, a učenje arapskoga znakom religije i zaostalosti. Taj suvremeni rascjep u Turskoj između *Atatürkove* i Erdođanove Turske na kraju se našao i na "malim ekranima".

No to nisu jedini politički i društveno-kulturni narativi koji se mogu uočiti u turskim serijama. Važni su i odnosi među spolovima te kako se "pravi" turski muškarci i žene trebaju ponašati. Uz televizijsku produkciju i turska je kinematografija, uz to što ima umjetničku vrijednost, nacionalistička i populistička. Turski akcijski, ali ne i isključivo akcijski filmovi, također konstruiraju poželjne identitete, pogotovo identitet poželjnog turskog muškarca. Urbani muškarci prikazani su modernima, dok se muškarce iz ruralnih krajeva prikazuje donekle primitivnima. Ruku pod ruku modernome urbanom muškarcu ide i moderna urbana žena. Takav muškarac ujedno ne smije plakati zbog osjeta boli, mora postizati sportske uspjehe bez previše napora, mora iskazivati nacionalne sentimente, a ako se njegov uspjeh nastavi mora ipak vratiti dug domovini poput služenja vojnoga roka te osnivanja obitelji.

Jednako kako žena uči biti ženom i suprugom tako i muškarac prolazi proces učenja kako postati pravim muškarcem. Turski muškarci u (akcijskim) filmovima, ali i serijama, su mačo muškarci, no za razliku od njihovih hollywoodskih pandana nisu nabildani, iako doduše jesu atletske građe. Prema turskoj kinematografiji muškarci trebaju biti iskreni, dobri očevi, braća ili sinovi. Kada se to iziskuje koriste se moći ili nasiljem. U tom smislu turski se muškarci prikazuju dominantnima – muškost je svojevrsan statusni simbol – oni trebaju biti neustrašivi, u odnosu na ono što se u serijama i filmovima reproducira kao društveno nepoželjne karakteristike za muškarce (Gürkan i Övünç, 2021).

Kao što je već naznačeno, postoje i društveno poželjne karakteristike za žene koje te serije reproduciraju. One smiju biti moderne i posvećene karijeri, no to ne smije "prelaziti neku granicu dobrog ukusa". Naime one se moraju posvetiti stvaranju obitelji, moraju slušati svoju obitelj te se na kraju ipak moraju podrediti muškarcu – ocu, bratu ili mužu. Žene ne smiju odustati od svoje primarne uloge kao majke, odnosno od majčinstva. To se najviše reflektira u tome kako se prikazuju žene koje su se odlučile na pobačaj. To su one žene koje su na prvo mjesto stavile svoju karijeru umjesto obitelji i braka, žene koje spletkare da bi ostvarile svoje želje i interese, one koje traže osvetu zbog neke nepravde koja im je učinjena ili one koje su sebične i sebe stavljaju na prvo mjesto. Takve se žene u turskim serijama odlučuju na pobačaj i takve žene obično loše skončaju. Takve su naracije u skladu s Erdođanovim izjavama kako je pobačaj zločin, kako bi žene ponajprije trebale biti majke te imati najmanje troje djece (O'Neil, 2013: 811-812).

Nadalje, u turskim se serijama često prikazuje nasilje nad ženama. Najčešće se radi o seksualnom nasilju, primarno silovanju, i to iz perspektive muške dominacije. U tom smislu sâme su žene krive ako su silovane – trebale su bolje čuvati svoju čast, odnosno ne nositi pretjerano otvorenu (nedoličnu) odjeću, ne živjeti same bez muške zaštite, ne imati seksualne odnose prije braka, ne biti previše fokusirane na slavu, luksuz ili novac. Žrtve mogu biti i naivne djevojke koje su bile pretjerano lakovjerne prema muškarcima. Da stvar bude gora, često ispadne da je više povrijeđena čast glave obitelji nego sâma žrtva silovanja. Iako silovatelji često znaju biti muškarci iz bogatih elita, ujedno silovatelji znaju biti prikazani kao malo čudni, komični, skoro pa simpatični likovi s kojima se muškarci lako mogu poistovjetiti. Silovane žene obično završe tragičnom sudbinom – nasilna smrt, predoziranje drogom, prosti-

tucija, izbacivanje iz obitelji, ili u najboljem slučaju dožive uspjeh, ali ostanu same i nesretne. Treba napomenuti kako u Turskoj postoji kultura silovanja, a do 2004. godine na snazi je bio zakon koji je omogućavao da se žrtve silovanja udaju za svoje silovatelje. Iako je taj zakon ukinut, AKP je predložio sličan zakon 2016. godine koji doduše nije prošao parlamentarnu proceduru zbog prevelikog otpora udruga za ženska prava (Gökulu, 2013; Inal, 2017).

Povratak u mahalu: narativi u serijalima *Sanjalica (Erkenci Kuş)* i *50 m²*

Sanjalica je turska sapunica s elementima komedije koja prati ljubavne zgrade i nezgode Sanem i Đana. Sanem Ajdin, koju glumi Demet Özdemir, mlada je žena u svojim dvadesetim godinama iz jedne od brojnih mahala Istanbula.¹¹ Iako je visokoobrazovana i završila je fakultet, Sanem svoje dane provodi radeći u maloj lokalnoj trgovini svoga oca te većinom sanjari o tome kako će postati svjetski poznata spisateljica te otići na Galapagos. Njeni roditelji u jednom joj trenutku zaprijetu kako će je udati ako hitno ne pronađe pravi posao. Kako bi izbjegla udaju, preko mlađe sestre Lejle nalazi posao u marketinškog agenciji "Dobra ideja". Na radnome mjestu upoznaje Đana Divita,¹² svjetski poznatoga fotografa koji se u Istanbul vratio zamijeniti svoga bolesna oca na čelu agencije. Sanem i Đan se zaljubljuju čime Sanem, mlada djevojka iz siromašne mahale, dolazi u kontakt s istanbulskim elitama i njihovim intrigama.

Seriya prikazuje društvo Istanbula, bilo da je riječ o bogatim elitama iz poslovnoga dijela grada bilo o siromašnijem i tradicionalnijem stanovništvu mahala u kojima se radnja odvija, kao vrlo pozapadnjačeno s tek neznatnim tradicionalnijim utjecajem. Tako se barem čini na prvi pogled. Većina likova iz serije mahom konzumira alkohol, a ponekad su i vidno pijani.¹³ Žene vrlo često nose "vruće" hlačice ili kratke suknje, obuvaju visoke pete, a česti su i duboki dekoltei. Muškarci, pak, nose ili više klasičnu *smart casual* odjeću ili tipičnu *casual* odjeću, čak i u poslovnim okolnostima. Iako je nošenje brade često kod mnogih muških likova, ono isto tako ide često uz nošenje duge kose svezane u "mušku punđu" (*man bun*), što je također i svojevrsan trend na Zapadu. Uzgred, može se uočiti i kako su mnogi muški te neki ženski likovi tetovirani što je opet u skladu sa zapadnim trendovima kod mlađe populacije.

Pripadnici bogate elite prikazani su mahom kao svjetski putnici – većinom su bili ili obrazovani negdje na Zapadu, živjeli su neko vrijeme i/ili radili na Zapadu, pričaju strane jezike, imaju mnoga prijateljstva i poznanstva u zemljama Zapada itd. Nadalje i muškarci i žene fokusirani su na svoje karijere te naizgled među njima nema razlike. Serija nije sramežljiva niti u prikazivanju ljubavnih trokuta, iako su fizički kontakti poput poljupca među likovima izrazito rijetki. Ujedno, i bogate elite

¹¹ Mahala je gradska četvrt ili zaselak (Jezikoslovac.com, 2021).

¹² Glumi ga istoimeni Đan, ali Jaman, kosovskog porijekla kojega mnogi nazivaju "turski Jason Momoa" (Jutarnji.hr, 2021). U tom se smislu Đan i razlikuje od tipičnih turskih muških likova u serijama jer je zbog fizičke građe puno bliži holivudskim akcijskim junacima. Treba napomenuti i kako Đan Jaman spada u kategoriju turskih *celebrity* diplomata. Iako je glumio u tek nekolicini serija već je postigao svjetsku slavu. Primjerice, tokom jednoga njegova posjeta Španjolskoj okružilo ga je "more" žena pokušavajući ga dotaknuti ili povući vlas iz njegove kose (Algan i Kaptan, 2021: 6).

¹³ Međutim, kada se alkohol ne konzumira u privatnosti vlastita doma, odnosno kada ga se konzumira u nekom javnom prostoru poput bara ili restorana, čaše koje sadrže alkoholno piće zamagljene su, odnosno cenzurirane.

i stanovnici mahale opsjednuti su nekim zapadnim postmodernim trendovima u zdravlju poput stalne tjelovježbe, bilo u teretanama ili u parkovima, ili pak praktičiranju joge. Uz tjelovježbu često idu i motivi zdrave prehrane pa tako bogate elite stalno u restoranima naručuju salatu od čija sjemenki te drže nekakvu dijetu. U jednom je od dijaloga sa Sanem, Đan zaključio kako ga nerviraju istanbulske žene opsjednute održavanjem linije umjesto da jedu tradicionalnu tursku hranu kao što je primjerice jede ona. No, iako se takvi narativi i diskurzivne "crtice" mogu uočiti na "površini", kada se malo zagrebe ispod nje mogu se uočiti drugačije poruke.

Od sâmog početka serije mogu se uočiti ideološki, odnosno populistički narativi koji se konstantno ponavljaju. Sanem, zaposlivši se u marketinškoj agenciji "Dobra ideja", počinje raditi za Đanova mlađeg brata Emrea koji je na njega jako kivan jer mu je otac, kao starijem sinu, ostavio kontrolu nad agencijom. Emre, pod utjecajem svoje djevojke Ajlin koja je dobila otkaz u istoj agenciji, manipulira sa Sanem, govoreći joj kako je njegov brat tu došao da uništi agenciju, a on je želi spasiti. Naravno, istina je stubokom drugačija jer Emre i Ajlin žele pokrenuti vlastitu agenciju te od "Dobre ideje" preoteti klijente. Sanem, koja je zaljubljena u Đana i koji se prema njoj ponaša izrazito blagonaklono prepoznajući u njoj nepatvoreni talent za pisanje i kreativnost, ne razumije kako jedan prema njoj tako dobar muškarac zapravo može biti tako zao prema vlastitoj obitelji. Dapače daje mu i nadimak "zli kralj". Emre se zaljubljuje u Saneminu sestru Lejlu, dolazi "pameti" i prekida s Ajlin, koja zbog spletkarenja sa stranim biznismenom iz Italije, Fabrijem, u želji da se osveti zbog gubitka posla u "Dobroj ideji" te da ostvari vlastitu karijeru biva uhićena zbog poslovnih malverzacija.

Takav tijek radnje na kraju dovodi do toga i da Sanem i Đan, te Lejla i Emre završe skupa. No sada se počinje povlačiti pitanje njihova vjenčanja. I ovdje se jasno mogu uočiti populistički narativi. Emre i Lejla se odlučuju vjenčati u tajnosti što jako rastužuje roditelje Lejle i Sanem, posebno njihova oca, te majku (gospođu Humu) Emrea i Đana koja se odlučila iz Švicarske vratiti u Tursku nakon što joj je propao i drugi ili čak treći brak. Jedno od temeljnih stvari oko koje se oba segmenta društva slažu jest da oni "pripadaju različitim kulturama" te da su njihovi brakovi nemogući. To se posebice pokazuje na večeri održanoj da se roditelji dvaju parova upoznaju. Gospođa Huma ih sve vodi u skupi restoran u poslovnom dijelu Istanbula u kojem naručuje izrazito skupu (zapadnu) hranu koju siromašna obitelj iz mahale ne može platiti, dok se u istom restoranu pušta klasična zapadna glazba koju roditelji Sanem i Lejle ne poznaju, a sve u cilju da ih osramoti te dokaže da je spajanje tih dvaju obitelji ne samo nepoželjno već i nemoguće. Slično se događa i kad gospođa Huma organizira rođendansku zabavu za Đana uz pomoć Sanem kako bi je osramotila pred njegovim pozapadnjačenim prijateljima. Kad to ne uspijeva gospođa Huma pokušava uz pomoć prvo bivše Đanove djevojke Polen, inače doktorice znanosti zaposlene u Londonu, koja se iz Engleske u Tursku vraća da bi ponovno osvojila Đana, odnosno rastavila par, a kad to ne uspijeva uz pomoć njezina brata Jigita, koji se netom vratio iz Kanade, da zavede i osvoji Sanem. Jigit zbog silnog spletkarenja gospođe Hume na kraju eksplicitno zaključuje da kako joj više nije dosta da je toliko zla. Sličan populistički narativ o "potpunoj različitosti dvaju kultura" vidi se i na javnom vjenčanju koje su Emre i Lejla ipak morali organizirati pod pritiskom vlastitih obitelji kako bi očuvali obraz i vratili čast obiteljima pridržavajući se nekih tradicionalnih društvenih normi, nevezano koliko je obitelj Divit disfunkcionalna, za razliku od ipak tradicionalnije i siromašnije obitelji Ajdin. Snažan naglasak stavljen je i na to kako gospođa Huma konstantno inzistira

na tome da se standardi klase moraju održavati jer oni nisu "bilo tko" već obitelj Divit. Slično je i sa stanovnicima mahale kada primaju goste pred vjenčanje, uvijek se pazi jesu li gosti ugošćeni na tradicionalan način. Vjenčanje također izgleda kao zapadno vjenčanje, dok glazbu pušta poznati DJ. U jednom trenutku majka Lejle i Sanem daje DJ-u tradicionalnu tursku glazbu. Iako gospođa Huma na to negoduje, pribijavajući se da će im se "poseljačiti" obitelj, na kraju pripadnici obaju društvenih segmenata zaplešu na tursku glazbu.

Ovo su samo neki od primjera populističkih narativa iz serije, no oni su mnogobrojniji. Stanovnici mahale prikazani su kao jednostavni i dobri ljudi čiji je najveći grijeh stalno tračanje. No time se ujedno prikazuje kako je cijela mahala jedna velika "obitelj" s vlastitim tradicijama, oprečnima onima bogate elite, koja silnim tračanjem zapravo na neki način vodi brigu o dobrobiti svojih članova. Većina stanovnika mahale zapravo su prikazani kao naivni, iskreni i dobrohotni ljudi, u odnosu na pripadnike bogate elite koji su skloni spletkarenju zbog vlastite koristi, često i na štetu vlastite obitelji. No i pripadnici elite mogu se iskupiti. Đan se iskupljuje i opravdava svoje bogatstvo time što se na kraju vraća u Tursku i ženi se sa Sanem te time stvara pravu tursku obitelj. Emre odbacuje svoju osvetoljubivu i koristoljubivu djevojku Ajlin, te se ženi s djevojkom iz skromne gradske mahale, a preuzima i njihove običaje. Također, kako "Dobra ideja" ipak na kraju propada, obitelj Divit, izuzev gospođe Hume, iskupljuje se što postaju siromašnima što ih na kraju niti ne smeta jer bogatstvo i moć u odnosu na obitelj niti nisu toliko važni. To se najbolje vidi u riječima gospodina Aziza, Đanova i Emreova oca, koji po povratku u Tursku s liječenja, iako mu je tvrtka koju je desetljećima gradio propala, izjavljuje kako novci nisu važni jer on samo želi biti sretan. Ujedno, najvažniji mu cilj postaje Đanova sreća kožega pokušava pomiriti sa Sanem (nakon jednog od njihovih brojnih prekida). On kaže Đanu da od njega ipak očekuje da će se oženiti (sa Sanem) kao što se i njegov brat oženio, te da će ostati u Turskoj te ljubav naći u Istanbulu.

Kao što je već rečeno, pripadnici bogate sekularne elite prikazani su kao više-manje negativni likovi. Većinom su povezani sa Zapadom, ne pridržavaju se tradicionalnih društvenih normi, skloni su spletkarenjima i ostvarivanjima vlastitih interesa po svaku cijenu. To se čak pokazuje i na primjerima stanovnika mahale koji su napustili Tursku i vani se obogatili. Primjer toga jest Sanemin i Lejlin stric. Iznimno podsjeća i na hrvatske gastarbajtere, a moglo bi ga se nazvati pripadnikom *nouveau riche* klase. Prikazuje ga se kao čovjeka koji je bogat, ne drži previše do tradicija mahale, nema ukusa u odijevanju, škrtac je pa će prevariti i konobara za bakšiš. Stoga niti ne čudi previše da ga gospođa Huma smatra jedinim članom obitelji Ajdin koji joj po karakteru odgovara. No stranci sa Zapada ipak se prikazuju u najcrnjem svjetlu. Tako je bogati talijanski poduzetnik Fabri prikazan kao mutan tip, sklon gospodarskom kriminalu i krađi ideja od konkurencije, koji će sve napraviti da izmanipulira naivnu Sanem kako bi od nje dobio recept za parfem koji ona radi u kućnoj radinosti, te se na tome dodatno obogatilo. Na kraju je njegova sudbina takva da završi u zatvoru.

Nadalje, važno je navesti i kakva je transformacija muških i ženskih likova u seriji. Ovdje se mogu uočiti poruke o društvenoj poželjnoj ulozi muškaraca i žena u Turskoj. Sanem, kao glavni ženski lik, u početku je sanjalica, individualka, želi ostvariti karijeru kao međunarodno poznata spisateljica, ne želi ovisiti o muškoj pomoći, a udaja joj nije ni na kraj pameti. No kako radnja serije odmiče, ona se sve više transformira u "društveno poželjnu" tursku ženu. Ne želi svojim radnjama

rastužiti oca, odnosno prihvaća njegov autoritet. Sve više prihvaća i Đanov autoritet kao muškarca. Dok Đan okoliša oko braka, ona sve više inzistira na braku te mašta o najmanje troje djece. U odnosu na nju, Ajlin koja je previše fokusirana na vlastiti uspjeh u karijeri, prakticira seksualne odnose van braka, osvetoljubiva je te je previše povezana sa strancima i završava u zatvoru zbog svojih nedjela.

Đan koji u seriji započinje kao lik koji je slobodna duha, individualac, samostalan. Sklon je ekstremnim sportovima, stalno putuje te ga ništa ne može zadržati u Turskoj. Na kraju se transformira u tipičnoga turskog tradicionalnog muškarca. Brine o bolesnom ocu te prihvaća njegovu želju da ostane u Turskoj. Sve više počinje prihvaćati tradicije mahale. Brani Saneminu čast kada god to može te je pokušava zaštititi od svih zala, posebice stranaca poput Fabrija ili pozapadnjačenih Turaka poput Jigita. Ne pokazuje slabost, a kada je to potrebno i fizički će se obračunati sa svojim protivnicima. Na kraju se ipak odlučuje na brak sa Sanem čime završava njegovu transformaciju u društveno poželjnog turskog muškarca – postaje modernim turskim muškarcem s modernom turskom ženom pod rukom. Ta priča o modernom turskom muškarcu koji ide ruku pod ruku s modernom turskom ženom, dok se oboje ustvari vraćaju tradicionalnim vrijednostima, prisutna je kod više parova u seriji.

Iako se u seriji jasno ne pokazuje vjersko-sekularni rascjep, jasno se prikazuje rascjep tradicija-modernost. Također, iako nema jasnih referencija na islam, poput molitve i odlaska u džamiju, većina likova, iz oba segmenta društva, često u dijalozima zazivaju Boga, najčešće frazama "Inšallah", "Mašallah" ili "Allah, Allah".¹⁴ Također, iako nema jasnih referencija na nacionalizam i nacionalne simbole, implicitni su nacionalni simboli kao što su stalno spravljanje i konzumiranje prave turske hrane (najčešće sarme, dolme i bureka) s oduševljenjem većine likova, u odnosu na onu zapadnu, te slušanje i plesanje na tradicionalnu tursku glazbu, također na opće oduševljenje većine likova – naravno većinom izuzev gospođe Hume. Dakako, gotovo da nema trenutka u seriji da netko ne pije čaj ili kavu, koji se isto smatraju turskim nacionalnim simbolima.¹⁵ Nadalje, eksplicitno se prikazuje i društvena hijerarhija između mladih i starijih. Starije se nužno mora poštivati, čak i ako vam nisu roditelji, dok stariji redovito mlade, iako je u većini slučajeva riječ o mladim profesionalcima i poduzetnicima koji su u ekonomskom smislu u značajno višem razredu od tih istih starijih, nazivaju "djecom".

50 m² pripada potpuno drugačijem žanru od prethodne serije. Riječ je o kriminalističkom akcijskom serijalu koji, istini za volju, ima neke elemente komedije. Međutim, odmah na prvi pogled mogu se uočiti neke sličnosti s prethodnim serijalom.

¹⁴ Zanimljivost su u seriji svakako referencije na razne oblike neislamskih vjerovanja. Tako se često zaziva zaštita od "urokljiva oka" (*evil eye*) koje doduše ima svoje utemeljenje u islamu (u hadisima i Kuranu) i zapravo je vrlo rašireno vjerovanje u uroke u široj regiji Sredozemlja (Darwish, 2020: 11-12). Nadalje, česte su referencije na "natalne karte" i "horoskop", posebice kod nekih ženskih likova, što nikako nije u skladu s islamskim vjerovanjem. U slučaju kod jednog posebice komičnog muškog lika imenom Džej Džej vidljivi su i magični narativi budući je on nekim nadnaravnim moćima povezan sa svojim zavičajnim selom, za koje uvijek odbija reći kojeg je imena i gdje se nalazi.

¹⁵ Obućina (2013: 50) navodi kako je "hrana dio nacionalnog identiteta, a time i dio politike nacionalne države i međunarodnih odnosa"... "Tko i što jede – to je duboko političko pitanje. Poznata je uzrečica da smo ono što jedemo, ali u gastronacionalizmu smo ono kako jedemo, jer identitet ne nastaje samo kroz hranu koju konzumiramo nego i kroz način na koji je pripreмимо." U Turskoj postoji tradicionalan način spravljanja i konzumacije kave, ali tradicionalan način spravljanja i konzumacije čaja (Taviloglu, 2021).

Naime, ni radnja ovoga serijala ne odvija se samo u poslovnome dijelu Istanbula. Dapače, većina radnje odvija se u jednoj od tradicionalnijih i siromašnijih mahala Istanbula.

Radnja serije prati čovjeka bez imena, nadimka Sjena (*Gölge*; glumi ga Engin Öztürk), koji je siledžija i plaćeni ubojica za jednu frakciju istanbulskog podzemlja. Sjena je u prošlosti bio siročić kojega je "posvojio", prvenstveno da za njega obavlja prljave poslove, mafijaški šef srednjeg ranga imenom Servet. Sjena je u Servetu vrlo brzo prepoznao očinsku figuru, dok je Servet na Sjenu počeo gledati kao na sina kojega nikada nije imao. Sjena dugo za Serveta obavlja sve najprljavije poslove bez postavljanja ikakvih pitanja, no Sjenu se javi novinar koji istražuje Servetove mutne poslove te mu kaže da zna njegov pravi identitet. Saznavši za to, a budući da je nekako odgovoran za smrt Sjeninih roditelja, Servet naruči ubojstvo obojice. Novinar biva ubijen, a Sjena u bijegu pred svojim dušmanima završava u jednoj istanbulskoj mahali te provaljuje u jednu krojačnicu. Sjena znajući da je vlasnik krojačnice, imenom Adil, netom umro od srčanog udara te da je ubijeni novinar njegov sin kojega je, uz njegovu majku, davnih dana napustio, kako bi se što bolje sakrio od mafije koja ga proganja pokušavajući dovršiti posao, preuzima njegov identitet.

Slično kao i u *Sanjalici*, serijal prikazuje moderno pozapadnjačeno društvo Istanbula s istočnim "štihom". I u ovoj seriji prisutni su ljubavni trokuti. Fizički kontakti između muškaraca i žena poput poljupca nešto su češće prikazani nego u *Sanjalici*, no također su razmjerno rijetki. Žene su, doduše, nešto manje oskudno odjevene, ali i dalje nisu odjevene po uzusima islama te često nose suknje i visoke pete, a alkohol, u puno značajnijoj mjeri nego u *Sanjalici*, teče u potocima. Skoro da i nema epizode u kojoj neki od likova nije pijan, a jedan je od motiva u seriji i ilegalna distribucija i konzumacija narkotika. Sâm Sjena skoro stalno konzumira alkohol, pa ga se tako već u prvoj epizodi može vidjeti kako za doručak pije *smoothie* pomiješan s viskijem da bi na kraju i dovršio tu čitavu bocu viskija. Serijal prikazuje i sveopću digitalizaciju prisutnu u svijetu, pa se kćer jednog od likova čudi vlastitu ocu koji pokušava riješiti preostale dugove od preminulog krojača uredno spremajući papirnate "fizičke" račune umjesto da sve riješi digitalnim putem. U ovoj seriji doduše nema prevelike opsjednutosti s tjelovježbom i čija sjemenkama, no postoji pomodna opsjednutost s izbjegavanjem glutena koja je prisutna kako kod likova koji pripadaju bogatim sekularnim elitama tako i kod pripadnika siromašne i tradicionalnije mahale.

Unatoč tome što je ova serija različitoga žanra od one prethodne odmah se mogu uočiti ideološki, odnosno populistički narativi i to čak značajno jasnije. Nema niti jednog lika koji predstavlja bogate sekularne elite, ili je na neki način s njima povezan, a da mahom nije kriminalac, što je motiv koji se ponavlja unutar serije. To se odnosi i na glavnoga protagonista Sjenu, koji će se doduše s vremenom iskupiti, o čemu će biti više riječi nešto kasnije u tekstu. Naime, najveći je naglasak u seriji na tome kako pohlepa i oholost uništavaju čovjeka, a bogate sekularne elite su prikazane kao vrlo pohlepne i ohole. Također, pohlepni i oportunistički nastrojeni pojedinci na kraju ipak stradavaju dok skromni stanovnici mahale unatoč nedaćama kroz koje prolaze na kraju prođu (relativno) bolje. Sjenu se prikazuje kao lika koji je bogat, živi u vili s bazenom u poslovnome dijelu Istanbula, vozi američki sportski auto marke *Ford Mustang*, no zapravo je sve to stekao kriminalom. Servet, koji na kraju osobno ubivši svoga glavnog konkurenta postaje *capo di tutti capi* istanbulskog podzemlja preuzima i sve njegove poslove, tako preuzima i mutne poslove s nekretninama. Tada dolazi opet u sukob sa Sjenom, misleći da je on krojačev sin,

kada pokušava jeftino kupiti nekretnine od stanovnika mahale lažući im da će uz te novce dobiti i nove stanove. Naravno, pokazuje se da to nije istina već da radi za zapadne kupce koji žele jeftino doći do zemljišta za svoj projekt s nekretninama te otjerati stanovnike mahale tako da ostanu bez ičega. Čak i ljudi iz mahale koji rade za Serveta, a tim se poslom i bogate nauštrb ostalih svojih susjeda i obitelji, prikazani su kao tvrdokorni kriminalci kadri poduzeti svakojake kriminalne radnje, što uključuje i raspačavanje droge maloljetnicima, prijeveru te hladnokrvno ubojstvo. Oni naravno na kraju loše skončaju. Narativi u serijalu predstavljaju bogate sekularne elite kao negativce, a Zapad povezan s njima također se predstavlja u negativnom svijetlu. Kao što je već navedeno zapadna tvrtka, iako se ne zna točno iz koje je zapadne države, ali je bez svake sumnje jasno da se radi o nekoj zapadnoj zemlji, beskrupulozno želi uništiti živote "malih" ljudi iz mahale.

U drugu ruku, konstantno se ponavlja motiv kako su stanovnici mahale većinom tradicionalniji ljudi, siromašni, pomalo naivni, pomažu jedni drugima, ali isto tako voljni su pomoći i "strancima", odnosno ljudima koji ne pripadaju njihovoj mahali. Sjenu po dolasku dobro ugošćuju, daju mu krevet za spavanje kad mu je to bilo potrebno, hranu i piće, pa čak i odjeću. Ono po čemu se 50 m² ipak razlikuje od *Sanjalice* su jasne referencije na islamsku vjeru pa se stanovnici mahale prikazuju kao vjernici. Također, eksplicitno se ističe motiv važnosti tradicije. Tako predstavnik mahale nosi ime Muktar, što zapravo i znači starješina. Njegovo ime je referencija na činjenicu da su muškarci u njegovoj obitelji generacijama bili predstavnici ili starješine te mahale. Također, obitelj koliko god disfunkcionalna, uvijek se stavlja na prvo mjesto, a posebice je mlađi članovi trebaju slušati. Zanimljivo je i kako Servetu u jednom trenutku počinje nedostajati Sjena – dapače, zbog toga čak i ide psihijatrici što doduše podsjeća na američke filmove i serije – te na kraju povlači naredbu za njegovim ubojstvom. Čest ponavljajući motiv jest kritika odstupanja od konzervativne tradicije u odnosu starijih i mlađih pa se tako opetovano može čuti "kako nova generacija nema poštovanja prema starijima".

I ova serija daje više-manje jasne ponavljajuće naputke što je društveno prihvatljivo ponašanje za muškarce i žene. Što više vremena provodi u mahali, Sjena postaje bolji čovjek. U jednom trenutku zaključuje kako se ne može pobjeći od svoje prošlosti, odnosno treba se suočiti s njom, kao i to da svatko zaslužuje još jednu šansu. Počinje podučavati stanovnike mahale samopouzdanju, shvaća da u novcu nije sve, počinje malo po malo odbacivati svoj stari život, zaljubljuje se u lokalnu curu imenom Dilara (Muktarovu kćer), počinje prihvaćati neke od tradicija mahale, a na kraju počinje i zdušno braniti interese mahale. Ujedno, počinje ići i u džamiju, isповijedati svoje grijehе očitо ne razumijevajući osnove islama. Tada ga lokalni imam uči osnovama islama, kako se moli te kako se zapravo može iskupiti za svoje grijehе. Sjena na kraju odbacuje i alkohol. Iako se u serijalu Sjena ne oženi, on svakako pokazuje interes za Dilarom, koja je moderna turska žena. Također, brine za njezina puno mlađeg brata, ali i još neku djecu mahale čime se transformira u dobru očinsku figuru. Također, atletske je građe, iznimno dobro podnosi bol, neustrašiv je, ne plače, a kad je to potrebno fizički će se obračunati pa čak i ubiti svoje "dušmane". Servet je u drugu ruku prikazan kao slabić. Drugi obavljaju prljave poslove za njega. Kad uđe u sukob sa Sjenom koji pobjegne od njega to ga emotivno razori pa mora ići na terapiju. Ohol je i pohlepan. Na kraju to dovodi do toga da mu njegovi mutni poslovi propadnu, iako serija naprasito završava prilikom konačnog okršaja između njega i Sjene pa nije poznato je li na kraju odgovarao i životom za svoje grijehе. Ponavlja se motiv da su likovi koji rade za njega također u konačnici slabići koji loše završavaju

– jedan u zatvoru zbog ubojstva koje je počinio, a jedan moralnom propasti jer zbog osvete poradi neostvarene ambicije da postane profesionalnim nogometašem u snu ubija vlastita oca.

Što se tiče uloge žene u društvu i ona je društvenim narativima jasno naznačena. Dilara se također iskupljuje za grijehe jer je otišla od kuće nakon što joj je umrla majka. Iako nema djece, nakon svog povratka preuzima majčinsku ulogu brinući se za mlađu braću. Također, vlasnica je male pekare koja hrani stanovnike mahale. U drugu ruku Servetovoj odvjetnici Özlem – koja je fokusirana samo na sebe i svoju karijeru, koja je krajnje pozapadnjačena i pije samo pomodne strane kave, te zbog vlastita interesa i karijere obavlja mutne poslove za Serveta – Sjena staje na kraj. Također, treba napomenuti i kako su, još eksplicitnije nego u *Sanjalici*, nacionalni simboli vidljivi u ovome serijalu – naime gotovo posvuda se lako mogu uočiti izvještene turske zastave.

Zaključak: narativi, politička propaganda, meka moć i metodološka ograničenja

Nadovezujući na članak Mirjane Kasapović (2012) "Sulejman Veličanstveni ponovno pokorio Balkan" namjera je ovoga članka bila identificirati političke, primarno populističke, kulturne i društvene narative turskih serijala koji imaju propagandnu ulogu prema turskom gledateljstvu. To je učinjeno analizom narativa dvaju turskih serijala – *Sanjalice* i *50 m²* – nadopunjenom komparativnim pristupom, odnosno dizajnom najrazličitijih sustava. Analizirana su dva žanrovski različita serijala novijeg datuma kako bi se moglo vidjeti mogu li se i danas potvrditi isti narativi o kojima je Kasapović pisala pred devet godina. Pokazalo se da su isti narativi i dalje prisutni u analiziranim turskim serijama. Unatoč zapadnome "štilu" "na površini", obje serije nakon što se "zagrebe ispod površine" imaju gotovo identične političke, kulturne i društvene narative s ciljem političke propagande turske vladajuće stranke AKP-a i s njom povezane reprodukcije konzervativne kulture.

Prikazani su ponajprije populistički narativi sukladni ideologiji AKP-a, koji prikazuju siromašne-čiste-tradicionalne pripadnike turskoga naroda u odnosu na bogate-urbane-nepravedne sekularne elite koje su izgubile nacionalni i moralni kompas koji jasno su uočljivi u obje serije. U serijalu *Sanjalica* skoro su svi pripadnici sekularne elite prikazani ili kao moralno propali pojedinci previše fokusirani na ostvarenje vlastita interesa ili kao ljudi koji su previše vremena proveli na Zapadu te su izgubili svoj nacionalni identitet. U seriji *50 m²* populistički narativi još su i jasniji, a elite su prikazane ne samo kao nepravedne i moralno iskvarene već otvoreno kao kriminalci. Nadalje, Zapad i zapadnjaci prikazuju se također vrlo jasno kao "opasni drugi" koji rade na štetu malom-siromašnom-čistom više-manje autohtonom turskom čovjeku. Međutim, serijali isto tako pokazuju da postoji i mogućnost iskupljenja elita, najčešće uz pomoć tog istog autohtonog-poštenog-siromašnog turskog čovjeka.

Također, a kao što je Kasapović (2012) navela, u slučaju oba serijala može se reći da je vidljiv ponavljajući motiv apologije (tradicionalne) obitelji, koliko god ona disfunkcionalna bila. U slučaju *Sanjalice* svi glavni likovi na kraju se pokoravaju željama vlastitih obitelji. To posebice iznenađuje kod sinova obitelji Ditiv (Đan i Emre) čiji su roditelji rastavljeni, otac je imao ljubavnicu, a majka se višekratno udavala. I kod serije *50 m²* mogu se učiti isti narativi. Sjenu nedostaje njegova prava obitelj, posebice majka, unatoč tome što je nikada nije istinski poznao i koja je razorena zbog očeve ovisnosti o kocki, dok Servetu nedostaje Sjena kojega smatra sinom.

Ujedno, jasno su prikazani i ponavljaju se motivi poželjne uloge koje bi muškarci i žene trebali zauzeti u turskome društvu. Sjena je prvenstveno prikazan kao moralno izgubljena osoba, dok Đan iako dobro poznaje turske običaje i tradicije stalno želi pobjeći iz Turske čime gubi svoj nacionalni identitet. No Sjena se uz pomoć siromašnih-dobrih-autohtonih Turaka malo po malo transformira u društveno poželjnog muškarca. Đan opet uz pomoć obitelji te poštene turske žene shvaća da mu je na kraju ipak mjesto u Turskoj gdje treba zasnovati obitelj.

Sanem i Lejla se prikazuju kao moderne turske žene koje imaju karijeru, no na kraju se ipak odlučuju na udaju i zasnivanje obitelji. Sanem čak priželjkuje troje djece što je u skladu s Erdođanovom javnom izjavom da bi Turkinje trebale biti majke te imati najmanje troje djece. To može, ali i ne mora biti slučajnost. U drugu ruku žene koje su previše fokusirane na svoje karijere, odnosno ne pokazuju interes za majčinstvom – poput Ajlin i Özlem – dožive lošu sudbinu.

Treba napomenuti i kako se u obje serije često uočavaju i ponavljajući nacionalni simboli Iako oni spadaju u semiotiku nije ih zgoroga spomenuti. U *Sanjalici* se prvenstveno radi o hrani, kavi i čaju (gastronacionalizam), za koje se često navodi kako su bolji od bilo koje druge hrane na svijetu. U *50 m²* nacionalni simboli su eksplicitniji – turske nacionalne zastave mogu se uočiti u velikom broju scena.

Također, iako je glavni naglasak u radu na analizi narativnih i diskurzivnih obilježja serijala koji u sklopu unutarnje politike u Turskoj vrše propagandnu funkciju, u radu se spominje i vanjskopolitički relevantna meka moć koju te serije šire na gledatelje turskih serija u regijama koje su se ubrajale u nekadašnje teritorije Osmanškoga Carstva ili su grančile s njime. U tom kontekstu relevantna je napomena o *50 m²*, originalnoj *Netflix*-ovoj seriji koja je nastala u koprodukciji s turskom filmskom i televizijskom kućom BKM: osim što *Netflix* ima i brojnu publiku u Turskoj, koja iz dana u dan sve više raste, to što je kao *Netflix*-ova serija primarno namijenjena stranom tržištu čini je posebno zanimljivom za istraživanje kao izvora turske meke moći. Projiciranjem meke moći, Turska susjednim zemljama može postati vrlo privlačna zemlja što na kraju može utjecati i na to da će te zemlje prema Turskoj formulirati i provoditi povoljnije vanjske politike.

Zaključno, dva analizirana serijala uklapaju se u tvrdnju da su turske serije, uz to što su instrument meke moći, tiho oruđe za vođenje kulturnoga rata u Turskoj. No na samome se kraju u tom smislu svakako trebaju navesti ograničenja i nedostaci članka. Kako bi poopćavanje bilo preciznije i kvalitetnije potrebno je poduzeti istraživanje s puno većim brojem analiziranih serija. Nadalje, analiza narativa u užem smislu govori nam samo o tome koje se poruke šalju. Stoga su potrebni drugi metodološki postupci kako bi se moglo istražiti kakva je prijemčivost tih poruka kod turskih gledatelja, ali i onih u inozemstvu. Bez obzira na skicirani kontekst i tvrdnje prisutne u literaturi, gledajući ovo istraživanje po sebi, obilježja naracija i ideološki sadržaji pokazani u analizi dvaju serijala, koji odgovaraju politici vladajuće stranke, tek su jedan korak u potpunijem istraživanju njihove proizvodnje i recepcije koja može u potpunosti osvijetliti kulturnu, društvenu i političku funkciju turskih serija te s njima povezane diskurzivne prakse unutar i izvan Turske, pa i u Hrvatskoj.

Literatura

- Aksak, B., i Aydemir, S. (2021). *50 m². BKM i Netflix Studios: Turska*.
- Algan, E., i Kaptan, Y. (2021). Turkey's TV celebrities as cultural envoys: the role of celebrity diplomacy in national branding and the pursuit of soft power. *Popular Communication*, 19(3), 222-234. <https://doi.org/10.1080/15405702.2021.1913494>
- Andrews, M. (2021). Quality indicators in narrative research. *Qualitative Research in Psychology*, 18(3), 353-368. <https://doi.org/10.1080/14780887.2020.1769241>.
- Barassi, V., i Zamponi, L. (2020). Social media time, identity narratives and the construction of political biographies. *Social Movement Studies*, 19(5-6), 592-608. <https://doi.org/10.1080/14742837.2020.1718489>
- Benković, Z. (2011). Tisuću i jedna noć konzum-(n)acije. *Narodna umjetnost*, 48(2), 63-82.
- Bukač, Z. (2018). *Analiza diskursa različitosti u američkoj popularnoj kulturi na primjeru stripova o superjunacima*. Zadar: Sveučilište u Zadru.
- Car, V., i Osmančević, L. (2016). Televizijski narativi – pričam ti priču. *Sarajevski žurnal za društvena pitanja*, 5(1-2), 7-27.
- Çevik, S. B. (2019). Turkish historical television series: public broadcasting of neo-Ottoman illusions. *Southeast European and Black Sea Studies*, 19(2), 227-242. <https://doi.org/10.1080/14683857.2019.1622288>
- Çevik, S. B. (2020). The Empire Strikes Back: Propagating AKP's Ottoman Empire Narrative on Turkish Television. *Middle East Critique*, 29(2), 177-197. <https://doi.org/10.1080/19436149.2020.1732031>
- Dailysabah.com. (2018). *Turkish cinema, TV series now to receive investments with capital market instruments*. 25. prosinca. <https://www.dailysabah.com/business/2018/12/25/turkish-cinema-tv-series-now-to-receive-investments-with-capital-market-instruments>
- Darwish, S. (2020). Flowers in Uncertain Times: Waste, Islam, and the Scent of Revolution in Tunisia. *Ethnos*, 86(2), 309-330. <https://doi.org/10.1080/00141844.2019.1696859>
- Flag, C., i dr. (2018). *Erkenci Kuş*. Gold Film: Turska.
- Gillespie, M. (2006). Narrative Analysis. U: M. Gillespie i J. Toynbee (ur.), *Analysing Media Texts* (str. 79-117). Milton Keynes: Open University Press.
- Gökulu, G. (2013). Representation of Sexual Violence in Turkish Cinema and Television Series. *Asian Journal of Women's Studies*, (19) 2: 66-61. <https://doi.org/10.1080/12259276.2013.11666149>
- Gripsrud, J. (2006). Semiotics: signs, codes and cultures. U: M. Gillespie i J. Toynbee (ur.), *Analysing Media Texts* (str. 10-41). Milton Keynes: Open University Press.
- Gürkan, H. i Övünç, E. (2021). Gendering Turkish Action Films in the Post-2010 Period: "Hey boy, protect me and don't cry!". *Studies in European Cinema*, Pret-hodna objava na mreži. <https://doi.org/10.1080/17411548.2021.1903296>
- Havel, B., i Kasapović, M. (2016). Napomene o transkripciji i transliteraciji. U: M. Kasapović (ur.), *Bliski istok: politika i povijest* (str. xvii-xxii). Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

- Hernández-Pérez, M., i Rodríguez, J. G. F. (2014). Serial Narrative, Intertextuality, and the Role of Audiences in the Creation of a Franchise: An Analysis of the Indiana Jones Saga from a Cross-Media Perspective. *Mass Communication and Society*, 17(1), 26-53. <https://doi.org/10.1080/15205436.2013.788192>.
- Inal, T. (2017). The (re)production of a rape culture through film: Turkish cinema's love affair with rape. *Continuum*, 31(6), 802-819. <http://dx.doi.org/10.1080/10304312.2017.1287259>
- Jezikoslovac.com. (2021). Mahala: značenje i definicija. <https://jezikoslovac.com/word/nn4e>
- Jutarnji.hr. (2021). Remake popularne serije: Novi Sandokan bit će turski miljenik žena, pravnik Can Yaman. 7. siječnja. <https://www.jutarnji.hr/scena/strane-zvijezde/remake-popularne-serije-novi-sandokan-bit-ce-turski-miljenik-zena-pravnik-can-yaman-15041122>
- Kasapović, M. (2012). Sulejman Veličanstveni ponovno pokorio Balkan. *vecernji.hr*. 8. rujna. <https://www.vecernji.hr/vijesti/sulejman-velicanstveni-ponovno-pokorio-balkan-450882>.
- Kasapović, M. (ur.). (2016) *Bliski istok: politika i povijest*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Landman, T. (2008). *Teme i metode komparativne politike*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Leksikon radija i televizije. (2016). *Leksikon radija i televizije: drugo izdanje*. Zagreb: HRT i Naklada Ljevak.
- McAllum, K., i dr. (2019). A comparative tale of two methods: how thematic and narrative analyses author the data story differently. *Communication Research and Practice*, 5(4), 358-375. <https://doi.org/10.1080/22041451.2019.1677068>
- Munganga, B. M. (2016). Inference and narrative processing in fiction and film: (Where) (does) narrative reading part(s) ways with its weaving and vice versa (?). *Cogent Arts & Humanities*, 3(1). <https://doi.org/10.1080/23311983.2016.1252138>
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means of Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Obućina, V. (2013). Strategija gastronacionalizma. *Političke analize*, 4(15), 49-54.
- O'Neil, M. L. (2013). Selfish, Vengeful, and Full of Spite: The representations of women who have abortions of Turkish television. *Feminist Media Studies*, 13(5), 810-818. <https://doi.org/10.1080/14680777.2013.838360>
- Polkinghorne, D. E. (1995). Narrative configuration in qualitative analysis. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 8(1), 5-23. <https://doi.org/10.1080/0951839950080103>.
- Popović, H. (2012). Popularni televizijski žanrovi kao refleksija suvremenog društva. *Holon*, 2(3), 18-43.
- Quora.com. (2021). *What's the meaning of (Allah Allah) in Turkish? Why do Turkish people use this phrase a lot?* <https://www.quora.com/Whats-the-meaning-of-Allah-Allah-in-Turkish-Why-do-Turkish-people-use-this-phrase-a-lot>

- Readysteadycut.com. (2021). *50 m² season 1 review – an average, tasty action-drama on Netflix*. <https://readysteadycut.com/2021/01/27/review-50m2-season-1-netflix-series/>
- Rtl.hr. (2021). *Sanjalica*. <https://www.rtl.hr/tv/programi/serije/16608/sanjatica/>
- Schlütz, D. M. (2015). Contemporary Quality TV: The Entertainment Experience of Complex Serial Narratives. *Annals of the International Communication Association*, 40(1), 95-124. <https://doi.org/10.1080/23808985.2015.11735257>.
- Şen, M. (2010). Transformation of Turkish Islamism and the Rise of the Justice and Development Party. *Turkish Studies*, 11(1), 59-84. <http://dx.doi.org/10.1080/14683841003747047>
- Seenews.com. (2021). *Netflix to open office in Istanbul – report*. <https://seenews.com/news/netflix-to-open-office-in-istanbul-report-723270>
- Souto-Manning, M. (2014). Critical narrative analysis: the interplay of critical discourse and narrative analysis. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 27(2), 159-180. <https://doi.org/10.1080/09518398.2012.737046>
- Stephens, C., i Breheny, M. (2013). Narrative Analysis in Psychological Research: An Integrated Approach to Interpreting Stories. *Qualitative Research in Psychology*, 10(1), 14-27. <http://dx.doi.org/10.1080/14780887.2011.586103>
- Šalaj, B. (2012). Što je populizam? *Političke analize*, 3(11), 55-61.
- Taviloglu, E. (2021). Turska kava i kava Kultura. <https://hr.hiloved.com/turska-kava-i-kava-kultura/>. *Hiloved.com*.
- Vafeiadis, M., i dr. (2018). Narratives in Political Advertising: An Analysis of the Political Advertisements in 2014 Midterm Election. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 62(2), 354-370. <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1451858>
- Vitrinel, E. (2017). Forced Politicization of Television Celebrities in Turkey. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 21(2), 222-233. <http://dx.doi.org/10.1080/19448953.2017.1367585>
- Yalkin, C., i Veer, E. (2018). Taboo on TV: gender, religion, and sexual taboos in transnationally marketed Turkish soap operas. *Journal of Marketing Management*, 34(13-14), 1149-1171. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2018.1520738>
- Yanardağoğlu, E., i Karam Imad N. (2013). The fever that hit Arab satellite television: audience perceptions of Turkish TV series. *Identities: Global Studies in Culture and Power*, 20(5), 561-579. <http://dx.doi.org/10.1080/1070289X.2013.823089>
- Zarakol, A. (2012). Problem areas for the new Turkish foreign policy. *Nationalities Papers: The Journal of Nationalism and Ethnicity*, 40(5), 739-745. <http://dx.doi.org/10.1080/00905992.2012.715146>
- Zorko, M., i Mostarac, H. (2014). Popularna geopolitika Japana: geopolitički diskursi anime serijala. *Medijske studije*, 5(10), 4-17.
- Zorko, M., i Turčalo, S. (ur.). (2021). *Popularna geopolitika*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

Political and Social-Cultural Narratives in Turkish TV Shows: Between Involuntary Instrument of Soft Power and Silent Weapon for Waging Cultural War?

Summary The aim of this paper is to identify the political, cultural and social narratives of Turkish series that have a propaganda role. The narrative analysis deals with two Turkish series of recent date and different genres – *Daydreamer* and *50 m²*. The narrative analysis is complemented by a comparative approach, i.e. the most different systems design. Despite both superficially depicting Western and secular values, the deeper layer of the analyzed TV shows reveals almost identical political, cultural, and social narratives marked by the ruling party's political propaganda and the reproduction of conservative culture in Turkey. Although the paper confirms the propaganda content of the analyzed series, primarily towards Turkish viewers, it is concluded that it is necessary to expand the research to a larger number of Turkish TV shows. Equally, while the narrative analysis tells us what messages these series send, in order to be able to investigate the reception of their messages by Turkish viewers, further research is needed, applying different methodological procedures.

Key words Turkish TV series, narrative analysis, political narratives, social-cultural narratives, propaganda, soft power

Kako citirati članak / How to cite this article:

Zgurić, B. (2021). Politički i društveno-kulturni narativi u turskim serijama: između nenamjernog instrumenta meke moći i tihog oružja za vođenje kulturnog rata? *Anali Hrvatskog politološkog društva*, 18(1). Prethodna objava na mreži, <https://doi.org/10.20901/an.18.05>.