

GALACTICA MEDIA

JOURNAL OF MEDIA STUDIES

VOL 7 NO 1 (2025)

www.galacticamedia.com

The image was generated by Flux AI

ISSN: 2658-7734

18+

Galactica Media

Journal of Media Studies

Academic e-Journal

www.galacticamedia.com

Vol. 7, No 1

<https://doi.org/10.46539/gmd.v7i1>



2025

Галактика медиа

журнал медиа исследований

Научный электронный журнал

www.galacticamedia.com

Том 7, No 1

<https://doi.org/10.46539/gmd.v7i1>



Table of Content

CINEMA STUDIES

- 15 **Nikolay S. Babich & Anastasia A. Vlasova-Yagodina**
Testing Hypothesis about the Prototext through Content Analysis in Cinematography: The Case of “Pretty Woman”

MASS CULTURE

- 48 **M Afifulloh**
Gender Construction in Original Netflix Film: A Representation Study
- 69 **Şerif Arslan & Aytekin İşman**
Turkish TV Series as a Soft Power Tool

NEW MEDIA AND HUMAN COMMUNICATION

- 107 **Lixiong Chen & Nairui Xu**
How Does the Government Crowd Out the Public? An Analysis of Networked Crisis Communication Patterns on Weibo during the Earthquakes of 2010–2019
- 130 **Sofia A. Volkova**
Impact of the Algorithmization and Policies of Internet Platforms on Contemporary Internet Art: RYTP Case Study
- 151 **Sergey A. Khrapov, Dmitriy A. Chernichkin, Mikhail S. Topchiev, & Anastasiya I. Krivenko**
Reflection of Markers of the New National Identity of the Republic of Kazakhstan in the Media Environment: Actualization of Anti-Russian Sentiments
- 184 **Animesh Kumar Sharma & Rahul Sharma**
Analyzing the Engagement Patterns of #RamMandir on Instagram**

MEDIA LITERACY SKILLS

- 207 **Burak Ili**
Exploring Trends in New Media Literacy (NML) Field: A Bibliometric Analysis Using Bibliometrix R-Tool

MEDIA & POLITICAL STUDIES

- 232 **Polina V. Kulneva**
Representation of Memory of the Second Sino-Japanese War in Contemporary Chinese and Japanese Media: Factors of Disagreement

CRITICS & REVIEWS

- 251 **Alexander V. Pavlov**
“The Conjuring”: Invisible Fear, Theology of Horror, and Traditional Values

Содержание

ИССЛЕДОВАНИЯ КИНЕМАТОГРАФА

- 15 **Бабич Н. С., Власова-Ягодина А. А.**
Контент-аналитическая проверка гипотезы о прототексте в кинематографе
(на примере фильма «Красотка»)

ИССЛЕДОВАНИЯ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

- 48 **Афифулло Эм**
Конструирование гендера в оригинальных фильмах Netflix: исследование репрезентации
- 69 **Арслан Ш., Ишман А.**
Турецкие телесериалы как инструмент мягкой силы

НОВЫЕ МЕДИА И КОММУНИКАЦИИ

- 107 **Чэнь Л., Сюй Н.**
Как правительство вытесняет общественность? Анализ сетевых паттернов
кризисной коммуникации на платформе Weibo во время землетрясений 2010-2019 годов
- 130 **Волкова С. А.**
Влияние политики интернет-платформ и их алгоритмизации
на современное интернет-искусство: кейс жанра YUTP
- 151 **Храпов С. А., Черничкин Д. А., Топчиев М. С., Кривенко А. И.**
Отражение маркеров новой национальной идентичности
Республики Казахстан в медиасреде: актуализация антироссийских настроений
- 184 **Шарма А. К., Шарма Р.**
Исследование моделей вовлеченности с использованием хэштега #RamMandir
в социальной сети Инстаграм**

МЕДИЙНАЯ ГРАМОТНОСТЬ

- 207 **Или Б.**
Изучение тенденций в области новой медиаграмотности (NML):
библиометрический анализ с использованием инструмента Bibliometrix для R

МЕДИА И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- 232 **Кульнева П. В.**
Репрезентация памяти о японо-китайской войне
в китайских и японских СМИ в 2000-е гг.: факторы разногласий

КРИТИКА И РЕЦЕНЗИИ

- 251 **Павлов А. В.**
«Заклятие»: невидимый страх, теология хоррора и традиционные ценности

Dear friends, colleagues, readers, and authors!

Galactica Media: Journal of Media Studies is a periodic academic e-journal without printed forms (since 2019). The journal publishes scholastic articles, reviews, information resources, reports of expeditions, conferences and other scientific materials.

This project is a truly ambitious initiative that serves to disseminate scientific intellectual knowledge and information in the field of media and popular culture (history, cultural studies, anthropology, philosophy, etc.) in the modern world community.

It is not for nothing that we used the epithet ambitious, since from the very beginning of its inception and preparation, it really is such. The project was started in 2018 by a small group of enthusiasts, young scientists whose interests lie in the above-mentioned areas of research.

First of all, we have assembled a truly big international team to become the members of our editorial board, people from different parts of our “small global village” called planet Earth, as media culture theorist Herbert Marshall McLuhan put it. Our editors are leading scholars in the field of media and popular culture from Russia, USA, UK, Spain, Austria, Sweden, India, Sri Lanka, China, Malaysia, Ghana.

Therefore, we chose English (the international language of science) and Russian (as the project is an initiative of Russian scientists) as the working languages of the online journal.

Openness, and peer reviews by leading scholars are the fundamental principles of our project (Ethics). And the digital character of modern international communications made us choose the electronic version of the journal (without physical printing). Based on the above while choosing a platform we preferred an open and free engine called Open Journal Systems, which ideally allows to organize the entire publishing process.

This allowed us to automate each stage of publication through the user registration system.

The names and e-mail addresses entered on the website of this online journal will be used solely for the purposes indicated by the journal and will not be used for any other purposes or passed to other individuals or organizations.

Journal publishes articles on quarterly basis.

Our online edition is devoted to the topical issues in the field of studies of media and mass culture in the broadest coverage of: history, cultural studies, anthropology, philosophy, etc.

The title of the journal was chosen as a reference to the work of the famous theorist of media culture, Herbert Marshall McLuhan, who in his periodization of the invention and assimilation by mankind of mass communications (media) introduced the concept of “Galaxy” (Galaxy of Gutenberg, Galaxy Marconi, etc.).

Aim and Scope

To create a virtual platform for exchange of views and discussions in the field of studies of media and mass culture. We strive to ensure that our network publishing performs an important scientific function – communication and information, which allows not only to accumulate new achievements in this area, but also serves as the basis for new discoveries and insights.

Online edition maintains its principles – to ensure the intercultural dialogue and to reduce the conflict of civilizations. It adheres to the philosophy of non-violence, cultural and religious tolerance. The editorial Board aims at removing language barriers while maintaining respect for the national culture of each nation, residing on the small planet Earth.

All materials submitted to the editors will be carefully selected and sent for double-blind review.

Which does not mean though that any article sent to the editor will be accepted for our online edition. Any unscientific or not based on facts article will be rejected by the editors.

All articles are published FREE, but the fee is not paid to the authors.

**Best regards,
Editors**

- ◆ Certificate of registration issued by Roskomnadzor: ЭЛ № ФС77-75215 since 07 march 2019
- ◆ Materials are intended for persons over 18 years old.

Уважаемые друзья, коллеги, читатели и авторы!

Сетевое издание Galactica Media: Journal of Media Studies является периодическим научным изданием, не имеющим печатной формы, и выпускается с 2019 года. В сетевом издании публикуются научные статьи, рецензии, информационные ресурсы, отчеты об экспедициях, конференциях и прочие научные материалы.

Данный проект является поистине амбициозной инициативой, служащей распространению научных интеллектуальных знаний и информации, посвященных исследованиям в области медиа и массовой культуры (история, культурология, антропология, философия и т.д.) в современном мировом сообществе.

Мы не зря использовали эпитет амбициозный, так как с самого начала его зарождения и подготовки он действительно является таковым. Проект был задуман в 2018 году небольшой группой энтузиастов, молодых учёных, сферой интересов которых оказалась вышеуказанная область научных исследований.

Первым делом мы собрали по-настоящему огромную международную команду, которая представлена в редколлегии сетевого издания и охватывает большинство континентов, как выразился теоретик медиакультуры Герберт Маршалл Маклюэн, нашей «маленькой глобальной деревни» под названием планета Земля. Сюда вошли ведущие учёные в сфере медиа и массовой культуры следующих стран: Россия, США, Великобритания, Испания, Австрия, Швеция, Индия, Шри-Ланка, Китай, Малайзия, Гана.

Поэтому в качестве рабочих языков сетевого издания мы выбрали английский (международный язык науки) и русский (так как проект является инициативой российских учёных).

Открытость и рецензируемость ведущими учёными всех поступающих для публикации материалов являются основополагающими научными принципами нашего проекта (основные этические принципы представлены здесь). А цифровой характер современных международных коммуникаций заставил нас выбрать электронный вариант публикации статей (без физической печати). Исходя из вышеперечисленного в выборе платформы для реализации задуманного, мы остановились на открытом и бесплатном движке под названием Open Journal Systems, который позволяет идеально организовать весь издательский процесс.

Это дало нам возможность автоматизировать каждый этап на пути к опубликованию научных материалов через систему регистрации пользователей.

Имена и адреса электронной почты, введенные на сайте этого сетевого издания, будут использованы исключительно для целей, обозначенных этим

сетевым изданием, и не будут использованы для каких-либо других целей или предоставлены другим лицам и организациям.

Мы выходим ежеквартально 4 раза в год.

Сетевое издание посвящено актуальным вопросам в сфере исследований медиа и массовой культуры в самом широком их охвате: история, культурология, антропология, философия и т.д.

Название проекта было выбрано в качестве отсылки к творчеству известнейшего теоретика медиакультуры Герберта Маршалла Маклюэна, который в своей периодизации изобретения и усвоения человечеством средств массовой коммуникации (медиа) использовал понятие «Галактика» (Галактика Гуттенберга, Галактика Маркони и т.д.).

Цель проекта

создание виртуальной площадки для обмена мнениями и дискуссий в области исследований медиа и массовой культуры.

Исходя из цели, мы стремимся к тому, чтобы наше сетевое издание выполняло важные научные функции – коммуникативную и информационную, которые послужат основой для новых открытий и озарений.

Сетевое издание выступает с позиций «идеологии» диалога культур и устранения условий конфликта цивилизаций. Оно придерживается принципов философии ненасилия, культурной и религиозной толерантности. Редакция преследует цель устранения языковых барьеров и уважительного отношения к границам национальной культуры каждого народа, проживающего на маленькой планете Земля.

Все материалы, поступающие в редакцию проходят тщательный отбор и отправляются на двойное слепое рецензирование.

Вместе с тем это не означает, что любая, присланная в редакцию статья, будет напечатана в нашем сетевом издании. Любая антинаучная и не подкрепленная фактологически статья будет отклонена редакторами.

Все статьи публикуются в сетевом издании БЕСПЛАТНО, но и гонорар авторам не выплачивается.

**С уважением,
редакция журнала**

- ◆ Свидетельство о регистрации выдано Роскомнадзором: ЭЛ № ФС77-75215 от 07 марта 2019
- ◆ Опубликованные в журнале материалы предназначены для лиц старше 18 лет

Editorial Team

Editor-in-Chief **Olesya S. Yakushenkova**
PhD, Associate Professor, Astrakhan State University, Russia

Associate Editors **Serguey N. Yakushenkov**
Dr. Habilitatus in History, Professor,
Astrakhan State University, Russia

Copy editors **Emilia A. Taysina**
Dr. Habilitatus in Philosophy, Professor, Kazan State Energy
University, Russia

Elina A. Sarakaeva
PhD, Hainan Professional College of Economics and Business
in Haikou, China

Isabeau Vollhardt
B.A. Philosophy/English University of Washington, USA

Editorial Board **Aleksandr V. Pavlov**
Dr. Habilitatus, Associate Professor, Higher School
of Economics, Russia

Amador Iranzo
PhD, Universitat Jaume I de Castelló, Spain

Christophe Duret
PhD Université de Sherbrooke, Canada

David Hesmondhalgh
PhD, Professor, University of Leeds, UK

Elena V. Khlysheva
Dr. Habilitatus, professor, Astrakhan State University, Russia

Gautam Basu Thakur
PhD, Associate Professor, Boise State University, USA

Ibitayo Samuel Popoola
PhD, University of Lagos, Nigeria

Joan Copjec
PhD, Brown University, USA

Konstantin A. Ocheretyaniy
PhD, Senior Lecturer, St. Petersburg State University, Russia

Kwasu David Tembo
PhD, Independent Researcher, Zimbabwe

Editorial Board**Madina Tlostanova**

PhD, Professor, University of Linköping, Sweden

Maksim V. Kirchanov

Dr. Habilitatus, Associate Professor, Voronezh State University, Russia

Natalya B. Kirillova

Dr. Habilitatus, Professor, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Russia

Neeraj Khattri

PhD, Associate Professor, Jaipur National University, Jaipur Rajasthan, India

Nikolai B. Afanasov

PhD, Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences, Russia

Qiao Li

Associate Professor, University of Wollongong in Malaysia, Malaysia

Robert Pfaller

Dr. philos., Professor, niversity of Art and Design Linz, Austria

Stephen Duncombe

PhD, Professor, Steinhardt School New York University, USA

Todd A. Comer

PhD, Professor, Defiance College, USA

Todd McGowan

PhD, Associate Professor, University of Vermont, USA

Theodora Dame Adjin-Tettey

PhD, Lecturer, University of Professional Studies, Accra, Ghana

Valeriy V. Savchuk

Dr. Habilitatus, Professor, St. Petersburg State University, Russia

Wasana Maithree Herath

PhD, Senior Lecturer, Uva Wellassa University, Sri Lanka

Главный редактор	Олеся Сергеевна Якушенкова к. филос. н., Астраханский государственный университет, Россия
Заместители главного редактора	Сергей Николаевич Якушенков д. ист. н., профессор, Астраханский государственный университет, Россия
Литературные редакторы	Эмилия Анваровна Тайсина д. филос. н., профессор, Казанский государственный энергетический университет, Россия Элина Алиевна Саракаева к. филол. н., Хайнаньский профессиональный колледж экономики и бизнеса Хайкоу, Китай Изабо Воллхардт Бакалавр философии университет Вашингтона, Сиэтл Вашингтон, штат Вашингтон, США
Редакционная коллегия	Александр Владимирович Павлов д. филос. н., НИУ ВШЭ, Россия Амадор Иранцо PhD, Университет Хайме I, Испания Кристоф Дюре PhD, Университет Шербрука, Канада Дэвид Хесмондхалг PhD, профессор, Университет Лидса, Великобритания Елена Владиславовна Хлыщёва д. филос. н., профессор, Астраханский государственный университет, Россия Гаутам Басу Тхакур PhD, профессор, Государственный университет Бойсе, США Ибитайо Самюэль Попула PhD, профессор, Лагосский университет, Нигерия Джоан Копьек PhD, профессор, Университет Брауна, США Константин Алексеевич Очеретяный к. филос. н., Санкт-Петербургский государственный университет, Россия Квасу Дэвид Тембо PhD, Независимый исследователь, Зимбабве Мадина Тлостанова д. филол. н., профессор, Университет Линчепинг, Швеция

**Редакционная
коллегия**

Максим Валерьевич Кирчанов

д. ист. н., доцент, Воронежский государственный университет, Россия

Наталья Борисовна Кириллова

доктор культурологии, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (УрФУ), Россия

Нирадж Хаттри

PhD, профессор, Джайпурский национальный университет, Индия

Николай Борисович Афанасов

к. филос. н., Институт философии РАН, Россия

Сяо Ли

PhD, профессор, Университет Вуллонгонга в Малайзии, Малайзия

Роберт Пфаллер

Dr. philos., профессор, Университет искусств и дизайна Линца, Австрия

Стивен Дункомб

PhD, профессор, Школа Стейнхардта Нью-Йоркского университета, США

Тодд А. Комер

PhD, профессор, Колледж Дефайнс, США

Тодд МакГован

PhD, профессор, Вермонтский университет, США

Теодора Даме Аджин-Тетти

PhD, лектор, Профессиональный университет в Аккре, Ghana

Валерий Владимирович Савчук

д. филос. н., профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Россия

Васана Мейтри Герат

PhD, старший лектор Университет Ува Велласса, Шри-Ланка

CONTACTS

Founder Limited Liability Company Scientific Industrial Enterprise
“Genesis. Frontier. Science”

Address 57, Granovskiy St. apt. 2, Astrakhan,
Russia 414038

Editor-in-Chief Olesya S. Yakushenkova

Email admin@galacticamedia.com

Support Contact Olesya S. Yakushenkova

Email galacticamedia@gmail.com

<p>The opinion of the editorial board may not coincide with the opinion of the authors</p>
--

КОНТАКТЫ

Учредитель	Общество с ограниченной ответственностью научно-производственное предприятие «Генезис.Фронтир.Наука»
Адрес редакции	414038, Астраханская обл., г. Астрахань, Грановский пер., д. 57, кв. 2
Главный редактор	Олеся Сергеевна Якушенкова
Email	admin@galacticamedia.com
Представитель технической поддержки	Олеся Сергеевна Якушенкова
Email	galacticamedia@gmail.com

Мнение редколлегии журнала
может не совпадать с мнением авторов



Testing Hypothesis about the Prototext through Content Analysis in Cinematography: The Case of “Pretty Woman”

Nikolay S. Babich (a), & Anastasia A. Vlasova-Yagodina (b)

(a) Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology, Russian Academy of Sciences. Moscow, Russia. Email: sociolog[at]mail.ru
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8697-3038>

(b) Intellectual Property Protection Research Institute. Moscow, Russia. Email: niizis[at]niizis.ru
ORCID <https://orcid.org/0009-0007-9821-7505>

Received: 11 July 2024 | Revised: 16 October 2024 | Accepted: 22 October 2024

Abstract

For decades, Harry Marshall’s romantic comedy “Pretty Woman” has been attracting public and critics’ the attention. The authors of the article suggest that the reason lies in the existence of a hidden meaning that contrasts with the overt celebration of wealth and of prostitution as a means of achieving the former. The problem of uncovering the hidden meaning is conceptualized as the problem of establishing intertextual connections with another independent work (the prototext). To implement this approach, the authors propose a content analysis in which the presumed prototext serves as a codifier for the search for paired (present in both texts) motifs. The result can be interpreted based on a statistical rule: more than 25 paired motifs for two works indicate a reliable proof of the prototext hypothesis. This approach made it possible to establish that at least one of the main prototypes of the film is the story of “The Beauty and the Beast.” This hidden meaning is non-trivial because it is not explicitly articulated either in the film or in the literature devoted to it. However, it sets the vision of a new perspective of the realistic transformation of the characters under the influence of mutual feelings. This model of development is absent in alternative readings (like, very often, in “Cinderella”), but it is traced in “The Beauty and the Beast.” Thus, we are presented with a narrative about personal growth, necessary for true love, and not a propaganda of venality with the help of a fairy tale. This interpretation allows us to explain the cultural role and appeal of “Pretty Woman” as a work of cinema.

Keywords

“Pretty Woman”; “The Beauty and the Beast”; Cinema; Proof of the Prototext Hypothesis; Intertextual Connections; Prototext; Analysis of a Media Work; Content Analysis; Cultural Code; Paired Motifs



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Контент-аналитическая проверка гипотезы о прототексте в кинематографе (на примере фильма «Красотка»)

**Бабич Николай Сергеевич (а),
Власова-Ягодина Анастасия Александровна (б)**

(а) Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. Москва, Россия. Email: [sociolog\[at\]mail.ru](mailto:sociolog[at]mail.ru) ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8697-3038>

(б) Научно-исследовательский институт защиты интеллектуальной собственности. Москва, Россия. Email: [niizis\[at\]niizis.ru](mailto:niizis[at]niizis.ru) ORCID <https://orcid.org/0009-0007-9821-7505>

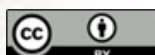
Рукопись получена: 11 июля 2024 | Пересмотрена: 16 октября 2024 | Принята: 22 октября 2024

Аннотация

На протяжении десятилетий романтическая комедия Гарри Маршалла «Красотка» привлекает массовое внимание публики и исследователей. Авторы статьи в качестве причины такого неутихающего интереса предполагают существование нетривиального и привлекательного скрытого смысла, контрастирующего с лежащим на поверхности воспеванием богатства и проституции как способа его достижения. Проблема обнаружения скрытого смысла при этом концептуализируется как проблема установления интертекстуальных связей с иным самостоятельным произведением (прототекстом). Для реализации такого подхода авторы предлагают процедуру контент-анализа, в которой предполагаемый прототекст служит кодификатором для поиска парных (присутствующих в обоих текстах) мотивов. Результат подобного анализа может быть интерпретирован на основе простого статистического правила: более 25 парных мотивов для двух произведений свидетельствуют о надежной проверке гипотезы о прототексте (вероятность случайного совпадения такого набора мотивов меньше одной миллионной). Примененный к «Красотке», такой подход позволил доказательно установить, что, как минимум, одним из основных ее прототекстов служит история «Красавицы и Чудовища». Этот скрытый смысл нетривиален потому, что он не артикулируется явным образом ни в фильме, ни в посвященной ему литературе (включая интервью и мемуары авторов). Но он задает видение новой перспективы реалистической трансформации героев под влиянием взаимных чувств. Такая модель развития отсутствует в альтернативных прочтениях (наиболее часто «Красотка» рассматривается как вариант «Золушки»), но четко прослеживается в «Красавице и Чудовище». Таким образом, перед нами предстает нарратив о личностном росте, необходимом для истинной любви, а не ведущаяся с помощью сказки пропаганда продажности. Эта интерпретация позволяет объяснить культурную роль и сохраняющуюся привлекательность «Красотки» как произведения кинематографа.

Ключевые слова

«Красотка»; «Красавица и чудовище»; кинематограф; проверка гипотезы о прототексте; интертекстуальные связи; прототекст; анализ медиа-произведения; контент-анализ; культурный код; парные мотивы



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



Введение

Одна из важнейших констант в исследованиях произведений кинематографа – это попытки обнаружения их скрытого смысла, причем эти попытки могут вдохновляться как собственно киноведческими (Эльзесер & Хагенер, 2016), так и культурологическими (Хренов, 2008), социологическими (Радаев, 2021), философско-политическими (Павлов, 2014) и другими междисциплинарными интересами. Инструменты выявления смыслов оказываются столь же разнообразны, как теоретические направления гуманитарных наук, и включают в себя психоанализ (Метц, 2013), марксизм (Ван, 2023), герменевтику (Baracco, 2017a), структурализм (Лотман, 1998), постструктурализм (Делёз, 2022) и т. д. Но, независимо от конкретной теоретической базы, для того, чтобы подвергнуть некоторый объект анализу, то есть разложению на составные части, необходимо предполагать наличие этих частей. А так как в нашем случае речь идет о художественном произведении, любые его относительно самостоятельные части будут иметь какое-то культурно обусловленное значение. Совокупность же культурно обусловленных означающих представляет собой ничто иное как текст в широком смысле слова. Иными словами, само предположение о возможности анализа фильма уже фактически приравнивает его к тексту. Но этот текст, так сказать, лежит перед нами в своем явном виде, а задача анализа состоит в выявлении его более глубокого плана, связанного со скрытыми смыслами. В отличие от художника, исследователь не может нарисовать, станцевать или выразить в музыке открытый им потаенный смысл произведения; для передачи его научному сообществу исследователь вынужден писать. Поэтому единственный доступный ему способ фиксации обнаруженного смысла – языковое выражение. Таким образом, скрытые смыслы в операциональном виде – это всегда некий текст (пусть даже принадлежащий самому исследователю), стоящий за основным, явным текстом. Поэтому задача их выявления в итоге сводится к установлению интертекстуальных связей.

Интертекстуальность – один из основных концептов современных социогуманитарных наук (Allen, 2011), поэтому методы обнаружения интертекстуальных связей достаточно широко применяются и развиваются. Основные их направления восходят к сравнительному литературоведению (Фатеева, 2006), историческому источниковедению (Данилевский, 2018) и формалистическому подходу в фольклористике (Пропп, 2021), впоследствии развитому в структурных моделях трансформации сюжетов (Леви-Строс, 2006–2007). К сожалению, из этого обширного арсенала выпадает такой хорошо известный метод исследования как контент-анализ. В классическом виде он представляет из себя членение текста на ряд единиц (смысловых, сюжетных, лексических и т.п.) с последующим статистическим описанием их распределения (Таршис, 2021, с. 61–63). Будучи активно применяемым в медиа-исследованиях (Riffe et al., 2023) и решении таких проблем как установление авторства (Бубнов,



2019), этот метод, по-видимому, весьма редко (или вообще никогда) оказывается задействован для обнаружения интертекстуальных связей. Во всяком случае, нам не удалось найти ни одного использующего количественный контент-анализ для решения этой задачи исследования в базах данных научных публикаций Google Академия, Scopus, Web of Science, EBSCO, JStor и (для русскоязычных работ) РИНЦ.

Задача настоящей статьи – восполнить этот методический пробел, сформулировав некоторые общие принципы проведения интертекстуального контент-аналитического исследования. Одновременно мы предложим вниманию читателей пример апробации этих принципов на конкретном произведении.

Актуальность такого рода исследования связана с двумя процессами, наблюдаемыми в рамках идущей сегодня информационной революции. Во-первых, развитие систем хранения и распространения цифрового контента сделало широкодоступными почти любые медиа-произведения, существующие в записи, и сегодня их без каких-либо трудностей могут регулярно смотреть миллионы людей по всему миру. Во-вторых, доступность медиа-контента вместе с интенсификацией его производства (в том числе за счет эволюции компьютерной графики, а теперь и систем искусственного интеллекта) повышает степень его социального влияния, а значит – важность совершенствования инструментов анализа этого влияния.

Материалы и методы

Объектом нашего анализа станет вышедшая в 1990 г. романтическая комедия Гарри Маршалла «Красотка» (“Pretty Woman”). Интерес, который этот фильм представляет для исследования, состоит в том, что он стал не только самой коммерчески успешной романтической комедией в истории, принеся более 450 млн. долларов при бюджете в 14 млн. (Marshall, 1995, р. 6), прославившей Джулию Робертс (Золотой глобус и номинация на Оскар за лучшую женскую роль), но и заметным явлением массовой культуры. «Красотка» была включена в список 100 величайших историй любви Американским институтом киноискусства (American Film Institute, 2002) и до сих пор периодически выходит на первые места в рейтингах кинопросмотров (Netflix, 2023). Практически сразу после выхода этот фильм стал предметом академических исследований (Caruti, 1991; Greenberg, 1991), и к настоящему времени ему посвящены десятки статей, монографии и диссертации на многих языках мира. В них, в частности, отмечается его ключевая роль в становления феминистского кинематографа (Radner, 2010; Ruti, 2016).

Однако немалое культурное значение «Красотки» резко контрастирует с имморализмом поверхностного слоя ее смыслов. То, что уличная проститутка Вивиан, пользуясь своей профессией, не просто добивается исполнения романтической мечты, но попадает в высшее общество, на первый взгляд



кажется неприкрытой рекламой антисоциального поведения, благодаря которой «проституция была нормализована как шаг в карьерном восхождении» (Хантер, 2014, с. 86). Можно сказать, что в фильме «моральный выбор, который делают женщины, продавая себя за деньги, остается без серьезных последствий» (Smith, 1997, р. 91), в результате чего формируется своеобразный «миф Красотки» – не имеющее ничего общего с реальностью представление об уличной проститутке как молодой, красивой и перспективной девушке (Dalla, 2006).

Этот контраст культурного влияния и пошлости прямолинейной интерпретации делает «Красотку» удобным объектом для попыток аналитической реконструкции лежащего в глубине произведения смысла, привлекательного как для рядовых зрителей, так и для критиков (Lapsley & Westlake, 1993). Конечно, существуют многочисленные примеры культурного влияния и плоских аморальных историй, но вполне возможно, что именно «Красотка» десятилетиями привлекает массовое внимание вовсе не пропагандой проституции, а чем-то другим. Чем же? Настоящая статья пытается ответить на этот вопрос с использованием, насколько это возможно, строгого инструментария – количественного контент-анализа.

Для достижения поставленной цели нам понадобится решить три задачи. Во-первых, представить такой алгоритм контент-анализа, чтобы с его помощью можно было обнаруживать интертекстуальные связи. Во-вторых, рассмотреть уже существующие интерпретации скрытого смысла «Красотки», оценить степень их достаточности. В-третьих, применить метод объективного описания интертекстуальности к «Красотке».

В наиболее общем виде интертекстуальные связи могут быть разделены на два класса, которые мы для удобства будем называть авто- и гетерореферентными. Первый из них возникает тогда, когда текст, отражающий скрытый смысл, базируется в основном на явном тексте, из которого смысл реконструируется. Скрытый смысл является фактически выжимкой, переописанием явного плана с какими-то акцентами изложения, или, говоря школьным языком – «моралью» произведения. Например, социально-критический анализ «Красотки», который утверждает, что это просто прославление патриархального порабощения женщин (Madison, 1995) или богатства как смысла жизни в обществе потребления (Greenberg, 1991) предлагает нам такой самостоятельный экстракт. «Прославление богатства как смысла жизни в обществе потребления» – это и есть тот скрытый смысл, который может быть реконструирован в виде резюмирующего текста. Для его обоснования необходимо сопоставить полученное описание «морали» с самим фильмом и доказать существование связей между двумя текстами – основным и резюмирующим. Так как связи в этом случае устанавливаются фактически внутри одного и того же текста, только в краткой и полной версиях, они могут быть названы автореферентными. Разумеется, в таком случае сами правила установления связей



выводятся не из анализируемого текста, а задаются внешней теоретической рамкой. Она служит метафорическими «очками» исследователя, позволяющими увидеть главное и игнорировать второстепенное. При использовании классического психоанализа акцентированию и выделению подлежат сексуальные аспекты произведения; для марксизма интерес представляют отношения социального неравенства и экономического господства, и т.д. Традиционный контент-анализ, в котором рассчитывается частота появления определенных смысловых единиц текста, на основании чего делается вывод о его направленности – тоже представляет собой способ резюмирования.

Гетерореферентные интертекстуальные связи возникают тогда, когда в качестве текста, выражающего скрытый смысл произведения, выступает другое самостоятельное произведение. Например, задокументировано, что литературной основой мультфильма «Король лев» (Роб Минкофф, Роджер Аллерс, 1994) стала история Гамлета (Стюарт, 2006, с. 168). Понимание подобной связи между разными текстами также позволяет интерпретировать их, только в качестве средства интерпретации выступает не резюмирующее смысл обобщение, а самостоятельная основа – прототекст. Такой прототекст, с одной стороны, усложняет процесс интерпретации. Ведь, указывая, что в основе «Короля льва» лежит пьеса Шекспира, мы оказываемся неспособны кратко охарактеризовать скрытый смысл произведения – ибо трудно себе представить краткое и притом полностью адекватное изложение смысла «Гамлета». Но, с другой стороны, представление скрытого смысла текста через его прототекст позволяет добиться большей полноты. Ведь прототекст заведомо отражает гораздо больше смысловых нюансов, чем обобщенная «мораль».

Кроме того, проверка гипотезы о прототексте обладает еще одним важным методологическим достоинством: она оказывается операцией, относительно независимой от теоретической рамки исследователя. Для создания автореферентной «выжимки» смысла необходимо руководствоваться теоретическими указаниями о том, на что следует обращать внимание, а чем можно пренебрегать. Следовательно, результат в значительной степени зависит от теоретических предпочтений исследователя. Как уже говорилось, фрейдист скорее вычитает в «Красотке» сексуальный подтекст, а марксист – подтекст, связанный с классовой борьбой. Проверка же гипотезы о прототексте – это более техническая, эмпирическая операция. Хотя она не запрещает исследователю занимать определенную теоретическую позицию, результат операции от такой позиции зависит в гораздо меньшей степени. Конечно, сохраняется и возможность рассмотрения теоретических работ в качестве прототекстов художественных произведений. Например, в «Опасном методе» (Дэвид Кроненберг, 2011), повествующем о треугольнике отношений Фрейда, Юнга и Сабины Шпильрейн, нетрудно увидеть прямое переложение трудов двух классиков психоанализа. Но такие случаи, во-первых, достаточно экзотичны.



тичны, во-вторых, поддаются той же технической логике проверки гипотез. Если в «Красотке» найти достаточно много (в предложенном нами варианте методики – более 25) совпадений с текстами Маркса о женском вопросе, то даже убежденный антимарксист должен будет признать их неслучайный характер.

Третье преимущество прототекста как средства интерпретации – возможность достижения высокой степени достоверности выводов. Сведение художественного произведения к «морали», даже статистическими методами, всегда основано на опыте его личного прочтения, а значит, остается в значительной степени субъективным решением, на которое влияет не только занимаемая исследователем теоретическая позиция, но и его личные вкусы и предпочтения. Эта неустранимая печать личности интерпретатора в художественном контексте (в режиссуре или в выражении мнения критика) обладает своей собственной ценностью, но для научных задач она представляется скорее нежелательным эффектом, своего рода «грязной пробиркой». И, подобно неаккуратно проведенному лабораторному исследованию, субъективное выделение «морали» оказывается невоспроизводимым, а потому единичным, необобщаемым результатом (хотя в традиционном контент-анализе против этого и придуманы некоторые паллиативные средства типа расчета межкодировочной надежности). Напротив, проверка гипотезы о прототексте может представлять собой результат сравнительного анализа, опирающегося не на конкретную теорию (будь то психоанализ, марксизм, герменевтика или различные структурализмы), но скорее на метод, который позволяет прийти к конкретным выводам на основе относительно объективных параметров анализируемого фильма (Корте, 2018), на объективные количественные критерии. И тогда этот результат будет гораздо лучше проверяем и воспроизводим.

Однако для реализации указанных преимуществ использования прототекста как средства интерпретации произведения необходимо применение достаточно строгого инструментария, не допускающего значительных различий. В этом-то качестве и может быть полезен контент-анализ.

Стандартная процедура контент-анализа предполагает создание кодификатора, позволяющего зафиксировать частоту появления определенных элементов содержания в тексте. Распространенность единиц анализа – элементов содержания (слов, ситуаций, описаний и т. п.) подсчитывается применительно к фиксированным мерам текста (страницы, количество знаков, статьи и т. п.) – единицам счета, в результате чего появляется возможность определения относительной частоты смысловых элементов в различных разрезах. Например, если в качестве единицы анализа взять разные окраски социальных ситуаций взаимодействия отца с детьми, то можно обнаружить, что в американских ситкомах с 1980 до 2017 года произошло общее сокращение таких ситуаций, и отцы в них стали рисоваться более глупыми и некомпетент-



ными (Scharrer et al., 2021). Эта интерпретация явным образом представляет собой резюмирующую «мораль» отношения проанализированных ситкомов к образу отца, то есть установление автореферентных интертекстуальных связей. Нам же необходимо расширить процедуру контент-анализа на гетерореферентные ситуации. Изложим его алгоритм, адаптированный к этому случаю.

В первую очередь, необходимо определиться с тем, какие единицы текста и прототекста должны подвергаться сравнению для доказательного обнаружения их общности. Решение этого вопроса напрямую зависит от того, как будет определена природа текстов, подлежащих сравнению. Рассмотрим этот вопрос на нашем конкретном примере. С одной стороны у нас имеется кинематографическое произведение – «Красотка», с другой – неограниченное множество других произведений, среди которых могут быть также кинематографические, литературные, музыкальные и даже живописные. Для проведения гетерореферентного контент-анализа все они должны рассматриваться как тексты одной природы. Она, следовательно, должна быть общей для любого художественного произведения. Так как любое художественное произведение сообщает своей аудитории нечто о событиях, чувствах, идеях, действиях, и/или состояниях, а все эти элементы в своей композиции образуют то, что называется «фабулой», искомая степень общности оказывается возможна, прежде всего, на фабульном уровне.

Если текст состоит из слов, то рассказываемая история состоит из событий, чувств, идей и прочих фабульных элементов. И подобно тому, как фраза объединяет между собой слова, обобщая их смысл на новом уровне, так элементы фабулы объединяются «мотивом». Таким образом, мотив – это единица повествования фабульного уровня, обобщающая ряд повествовательных элементов (Силантьев, 2004, с. 78-79). Как и фраза, мотив может включать одну обобщаемую смысловую единицу (например, «мотив инициации», «мотив ревности») или их группу («мотив возвращения из царства мертвых», «мотив зависти животного к человеку» и т.д.).

Итак, инструментами контент-аналитического сопоставления двух текстов – явного и скрытого – для нас служат фабула (как целостный текст повествования) и мотив (как фразовая комбинация повествовательных элементов). В таком случае открываются две возможности обнаружения прототекста: на уровне фабулы как таковой или на уровне совокупности мотивов. Первая возможность оказывается полностью реализуемой только в том случае, когда речь идет о более или менее сохраняющих первоначальное произведение переработках. Например, в основе фильма Тома Мэддена «Влюбленный Шекспир» (1998) зрителем легко обнаруживается фабула «Ромео и Джульетты», которая перекликается с встроенной в кинематографическое повествование постановкой той же пьесы. Однако уже с «Гамлетом» и «Королем львом» ситуация выглядит не так однозначно. Если бы у нас не было



свидетельства авторов мультфильма о связи между этими произведениями, на уровне целостного текста она оставалась бы скорее гипотетической, поскольку в одном случае речь все же идет о датском королевском дворе, а в другом – о львином прайде. И здесь нужна вторая возможность обнаружения прототекста: на уровне мотивов. Элементы сходства в данном случае сводятся к простому совпадению мотивов.

Если мы видим, что в двух текстах встречается одинаковый набор мотивов, то при каких условиях более ранний из этих текстов можно считать прототекстом по отношению к более позднему? Очевидно, одни и те же мотивы могут возникать независимо и/или заимствоваться параллельно из одних и тех же источников, то есть совпадение их вполне может оказаться случайным. Но чем больше мотивов совпадает в двух текстах, тем меньше оказывается вероятность того, что такое совпадение случайно. Следовательно, для получения достаточно достоверного вывода о взаимосвязи двух текстов необходимо, чтобы в них обнаруживалось такое количество одинаковых мотивов, которое практически исключает шансы случайного совпадения (свести их к полному нулю невозможно, но, например, шансы один к миллиону разумно оценивать как *практически нулевые*).

На вероятность совпадения также влияет оригинальность мотивов. Ясно, что чем более редко мотив встречается в культуре, тем менее вероятно, что он случайно появляется в двух независимых произведениях, и наоборот. Например, два стихотворения про леопарда, крадущего луну, с высокой вероятностью имеют общность происхождения. В то время, как если в двух стихотворениях встречается ревность, то этот мотив настолько тривиален, что не говорит ни о каких интертекстуальных связях. В идеале необходимо учитывать частоту распространенности тех или иных символических конструкций в культуре для того, чтобы оценивать вероятность их заимствования. К сожалению, точная оценка такой частоты – это дело будущего, возможно не слишком (видимо, это задача для систем искусственного интеллекта, прототипы которых имеются уже сейчас), но все же отдаленного. Поэтому на данный момент мы вынуждены ограничиться упрощенным подходом, ориентированным только на количество мотивов, а не на их специфичность. В таком случае все мотивы рассматриваются как одинаково неоригинальные, и результаты проверки гипотезы обеспечивают статистическую надежность выводов с некоторым запасом. Каким образом обеспечивается эта надежность?

Пусть всего существует g различных мотивов. Каждое произведение включает выборку из d мотивов. В двух произведениях часть из этих d мотивов может совпадать в силу чисто случайных причин или же быть заимствована. Эту общую часть мотивов обозначим как n . Вероятность того, что в двух произведениях, каждое из которых включает в себя d мотивов, их совокупности будут совпадать в объеме n , изменяется следующим образом. При увеличении



g и n она снижается, при увеличении d , наоборот повышается. Например, если в двух произведениях имеется по 30 мотивов, то, очевидно, что если они берутся из совокупности всего в 40 мотивов, то вероятность совпадения двух наборов будет весьма велика (минимум 20 мотивов будут заведомо совпадать). Если же совокупность g достигает 500, то вероятность совпадения оказывается намного ниже. Далее, если мы рассматриваем вероятность совпадения 5 мотивов (n) в двух выборках по 10 мотивов (d) из генеральной совокупности в 1000 (g), то она будет намного меньше, чем вероятность совпадения 5 мотивов в двух выборках по 200 из той же генеральной совокупности. Вероятность совпадения всего 3 мотивов (n) из 100 (d), должна быть намного выше, чем вероятность того, что в обе выборки попадут по 30 одинаковых мотивов.

Описанные соотношения вероятностей дают ключ к пониманию того, каков должен быть критерий истинности гипотезы о прототексте в гетерорентном контент-анализе. Во-первых, в анализируемом произведении и в предполагаемом прототексте должно быть выделено достаточно много общих мотивов, то есть величина n должна быть достаточно велика. Во-вторых, общая совокупность мотивов, из которой черпают свои наборы сравниваемые тексты, тоже должна быть достаточно велика, чтобы случайные комбинации мотивов получались достаточно редко. В-третьих, набор мотивов, выделяемых в одном произведении, должен быть не слишком велик, так как в противном случае он даст высокую вероятность случайного совпадения.

Какова величина общего набора мотивов художественных произведений (g)? Очевидно, ответ на этот вопрос может иметь очень большой разброс, в зависимости от того, какую степень общности мотивов мы предполагаем, насколько широко охватываем культурный универсум и т. п. Например, если считать значимым для нашего анализа мотивом каждое возможное в культуре сочетание нарративных элементов типа «леопард, крадущий луну», то их общая совокупность должна достигать многих миллионов. Но следует ли нам брать столь широкий охват? Ведь очевидно, что мотивы типа «леопарда, крадущего луну» в медиа-произведениях, которые составляют предмет нашего исследования, будут встречаться заведомо очень редко — в отличие от таких мотивов как «ревность» или «обман делового партнера». Логично ввести предположение, что универсум g , величину которого нам необходимо определить, должен состоять из распространенных в современной медиа-культуре мотивов. К сожалению, нам неизвестны базы данных или словари кинематографических мотивов, поэтому воспользоваться можно только соответствующими разработками в области литературоведения, которые, к счастью, достаточно развиты. В различных справочниках и словарях по литературным мотивам (Seigneuret, 1988; Daemrich, 1995; Ceserani, Dominichelli & Fasano, 2006) количество основных статей достигает, в среднем, полутора сотен. Но так как некоторые крупные мотивы могут включать в себя несколько более детализированных (например, мотив глаз включает мотив дурного глаза,



всевидающего ока и т.п.), то консервативной оценкой количества распространенных мотивов можно считать величину порядка 1000. С одной стороны, она отвечает требованию достаточной величины, с другой – разумно ограничивает анализируемый универсум.

Величина d определяется легче и зависит напрямую от объема произведения. Ясно, что в тексте, состоящем из трех фраз, очень трудно выразить тридцать мотивов. Продолжительность фильма «Красотка» составляет 120 минут, и он включает до 50 относительно самостоятельных сцен (эпизодов, сопровождающихся сменой декораций и/или действующих лиц). Многие сцены не раскрывают существенных самостоятельных мотивов, а только повторяют их, но некоторые включают более одного мотива. Кроме того, ряд эпизодов может рассматриваться как последовательность изолированных сцен. Исходя из этого, величину d можно определить со значительным запасом как достигающую 100. В целом это достаточно разумная и консервативная оценка выборки мотивов для самостоятельного произведения масштаба полнометражного фильма.

Имея условную оценку генеральной совокупности мотивов (1000) и величины их выборки в произведении (100), можно оценить вероятность попадания одного и того же набора мотивов в две разные выборки, в зависимости от величины этих наборов (т.е. от величины n).

Пусть событие A_k – в двух произведениях встретится ровно k одинаковых мотивов. Обозначим событие B_n – в двух произведениях встретится не менее n одинаковых мотивов. Обратное событие $\overline{B_n}$ – в двух произведениях встретится менее n одинаковых мотивов. Тогда по общеизвестным правилам комбинаторики, исходя из классического определения вероятности, имеем

$$P(\overline{B_n}) = \sum_{i=0}^{n-1} P(A_i) = \sum_{i=0}^{n-1} \frac{C_{100}^i C_{900}^{100-i}}{C_{1000}^{100}}.$$

$$P(B_n) = 1 - P(\overline{B_n}) = 1 - \sum_{i=0}^{n-1} \frac{C_{100}^i C_{900}^{100-i}}{C_{1000}^{100}} \quad n = 1, 2, \dots, 100 \quad \text{— формула для расчета вероятности того, что в двух произведениях встретится не менее } n \text{ одинаковых мотивов.}$$

ятности того, что в двух произведениях встретится не менее n одинаковых мотивов.

Например, вероятность того, что в двух произведениях при указанных условиях встретится не менее 5 одинаковых мотивов, составляет 98%. Иными словами, наблюдая всего пять одинаковых мотивов в двух произвольных фильмах, мы не можем быть уверены, что это не случайное совпадение. Действительно, если взять, например, фильм «Привидение» (Джерри Цукер, 1990) и тот же самый «Король Лев», то в них легко найти пять совпадающих мотивов (общение с мертвыми, потерянная и найденная любовь, предательство близкого, корыстное убийство близким, африканский мистицизм) при том, что эти произведения друг с другом явно никак не связаны. Аналогичные примеры установления случайных тематических связей можно легко умно-



жить. Однако если по приведенной выше формуле вычислить зависимость вероятности от m , то мы увидим, что она имеет резко сокращающуюся величину, и уже для 20 мотивов вероятность случайного совпадения составляет всего 0,00107, несмотря на то, что все эти 20 мотивов являются неспецифическими и часто встречаются в культуре. Это значит, что из 1000 сравнений лишь одно даст нам такое количество случайных совпадений. Для 26 совпадений вероятность составляет уже меньше одной миллионной, а для 30 – меньше одной миллиардной. Обычный уровень достоверности, принятый для статистической проверки гипотез в социальных и гуманитарных науках, составляет 0,95 (5% вероятность ошибки) или 0,99 (1% вероятность ошибки), то есть означает вероятность ошибочного вывода 1 к 20 или 1 к 100. Вероятность случайного совпадения меньшая 5% достигается при количестве общих мотивов, достигающем 15. Вероятность меньшая 1% – 17. Но в случае с выделением мотивов присутствует дополнительная неопределенность, связанная с субъективизмом исследователя. Мотивы, кажущиеся очевидными одному читателю, могут показаться отсутствующими в тексте другому. Эта неопределенность не абсолютна, но она может влиять на достоверность выводов. Для того, чтобы ее компенсировать, мы предлагаем взять запас прочности на «сомнительные» и «спорные» мотивы. Пусть к ним может быть отнесено не менее трети выделенных единиц членения фабулы (что является очень высоким показателем). Тогда, если критической величиной выбрать 26 мотивов, то даже при исключении 9 из них достоверность вывода все равно остается на высоком для социальных и гуманитарных наук уровне 0,99 (вероятность ошибки всего 1%). Таким образом, для среднего медиа-произведения масштаба полнометражного фильма критической массой совпадающих мотивов, которая достоверно свидетельствует в пользу истинности гипотезы о прототексте, можно считать число не менее 26.

Представив с необходимой подробностью предложенный алгоритм контент-анализа, мы можем приступить к его эмпирическому применению. Однако, как говорилось выше, «Красотка» уже неоднократно становилась предметом интерпретационных исследований, поэтому собственным результатам мы считаем необходимым предпослать хотя бы краткий обзор уже проделанной другими авторами работы.

Обзор предыдущих исследований

В нашем обзоре мы сосредоточимся только на попытках выявления прототекста «Красотки». Они достаточно многочисленны и могут быть классифицированы, прежде всего, по тому, какое произведение рассматривается в качестве прототекста.

Существуют единичные наблюдения, не получившие широкого признания, например, интерпретация фильма как развития средневекового романа о рыцаре, освобождающем прекрасную даму из заточения в башне



(Scala, 1999). Эта трактовка апеллирует к прямому тексту реплик персонажей (Вивиан рассказывает о своих детских мечтах о принце, а Эдвард символически реализует их в финале, забираясь по лестнице при помощи зонтика, выполняющего роль рыцарского меча). Однако в общем повествовании фильма заточение героини именно в башне никак не акцентируется, а поведение главного героя в большинстве эпизодов (использование оплаченных услуг проститутки, указание ей на ее место и т. п.) совершенно не выглядит рыцарским.

Еще одним очевидным источником, прямо цитируемым в фильме, служит «Травиата» Дж. Верди. Помимо очевидного параллелизма между занятиями Виолетты и Вивиан, интерпретаторы усматривают общность их романтических устремлений к любви и созданию семьи с мужчиной из высшего общества (Scala, 1999; Кнаус, 2012). Ария из «Травиаты» также сопровождает финальные сцены фильма. Но, как и в случае с рыцарским романом, это лишь эпизодическое проявление общих мотивов. Вивиан не богата, определенно здорова и остается в живых, а Эдвард акцентированно свободен от семейных обязательств, которые определяют основную драматическую линию в «Травиате».

Попытки обнаружить другие источники, вдохновившие фильм, сосредотачиваются, в основном, на двух историях: Пигмалиона и Золушки. Первая из них включает общие мотивы с «Красоткой», благодаря драматическому переосмыслению Б. Шоу, в котором представитель высшего общества формирует из простолюдинки настоящую леди (James, 2011). Причем такую леди, которая, в свою очередь, оказывает формирующее влияние на покровительствующего ей мужчину (Graham-Smith, 1993). Этот мотив преображения «простушки» роднит пьесу «Пигмалион» не только с «Красоткой», но и с некоторыми сказочными сюжетами типа принца, превращенного в лягушку (Murphy, 2015, с. 66-101) или «Золушки» (Hamburger & Pramataroff-Hamburger, 2014; Varacco, 2017b; Andrews, 2020, p. 67). Последняя прямо упоминается в разговоре Вивиан с подругой-проституткой, и в этой истории прослеживаются и некоторые другие общие с фильмом Г. Маршалла мотивы: принца, «природной принцессы» (прекрасной героини), покровительства (со стороны феи-крестной/менеджера отеля) и бала (Cooks, Orbe & Bruess, 1993; Kelley, 1994, p. 87). С. Бруцци отмечает также важность и трансформационное значение мотива модной дорогой одежды в «Красотке», что легко поставить в качестве параллели к смене нарядов Золушки (Bruzzi, 2012, p. 14).

Нет никаких сомнений, что все выделенные различными авторами произведения оказали влияние на нарратив «Красотки». Часть из них, такие как «Травиата», прямо цитируются в фильме, а часть (например, «Золушка» или «Пигмалион») даже составляют столь привычный элемент культурного контекста, что ни создатели фильма, ни зрители не могли бы не видеть тут явных смысловых связей. Тем не менее, все эти произведения пока должны рассматриваться лишь как цитируемые в «Красотке» тексты, но не как истинные прототексты этого фильма – по той простой причине, что количе-



ство совпадающих мотивов, выделяемых интерпретаторами в каждом случае, оказывается недостаточно велико. Ни одно из проанализированных исследований не использует количественного критерия проверки гипотезы о прототексте, все они полагаются скорее на импрессионистский подход – проведение правдоподобных, но немногочисленных параллелей. А, как мы продемонстрировали в методическом разделе настоящей статьи, если параллели оказываются немногочисленными, то они легко могут быть и случайными. Поэтому наш собственный анализ эмпирического материала будет основан, прежде всего, на накоплении объема статистики, достаточного для строгого подтверждения гипотезы о прототексте.

Результаты анализа

Гипотеза, которую мы собираемся проверить с помощью контент-анализа, состоит в том, что основным прототекстом для «Красотки» служит история «Красавицы и Чудовища». Эта связь ранее отмечалась в литературе (Griswold, 2004, p. 21; Farrell, 1998, p. 267), но всегда мимоходом, и никогда не подвергалась самостоятельному подробному исследованию. Это делает ее еще более интересным предметом для предложенного исследовательского подхода. Но прежде, чем перейти к его применению, необходимо остановиться на основаниях выдвигаемой гипотезы. Почему именно историю «Красавицы и Чудовища» можно считать когерентным «Красотке» прототекстом?

С когерентностью Красавицы все более или менее ясно, ибо само название фильма “Pretty Woman” прямо указывает на эту интерпретацию, но характер главного героя фильма как Чудовища далеко не столь очевиден. На первый взгляд, Ричард Гир играет обаятельного, интеллигентного и чуткого миллионера – мечту женщин, настоящего принца без каких-либо признаков темного колдовства. Для понимания чудовищности его природы требуется некоторое погружение в контекст времени и места создания фильма – США начала 90-х годов. Эпохи, когда общественное внимание уже много лет было приковано к так называемым «враждебным поглощениям», при которых корпоративные рейдеры, вооружившись заемными средствами и коррупционными связями, дешево выкупали испытывавшие трудности компании и распродавали их имущество, выбрасывая на улицу тысячи сотрудников (Стюарт, 2021). Именно этим занимается Эдвард, как он сам объясняет Вивиан. А его адвокат Филипп Стаки на 45-й минуте фильма добавляет конкретики: «А вот бриллиант в короне Морса: первоклассные промышленные предприятия, расположенные между портом Лонг-Бич и Лос-Анджелесом. Их потенциал безграничен, но большую часть мы просто уничтожим». Разумеется, для последующей продажи дорогой земли. По признанию сценариста «Красотки» Дж. Ф. Лоутона, в его первоначальный план входило столкнуть финансиста с кем-то, чья жизнь была разрушена подобным корпоративным рейдерством (Erbland, 2015).



К 1990 г. в Голливуде уже был создан яркий образ фигуры, аналогичной Эдварду Льюису. Это был Гордон Гекко – главный герой появившегося чуть раньше фильма «Уолл-стрит» (Оливер Стоун, 1987). Гекко сугубо отрицательный герой, потому что он без романтического обаяния воплощает ту же беспринципность, коррумпированность и бесчеловечность, которая свойственна Льюису в начале «Красотки»: оба используют в биржевой игре подкуп и инсайдерскую информацию, игнорируют социальные последствия своих действий, относятся к окружающим людям как к вещам. У них есть даже специфическое сходство в повадках: оба не спят ночами, потому что им нужно следить за азиатскими рынками. Более того, Ричард Гир рассматривался как один из кандидатов на роль Гордона Гекко (Mell, 2005, p. 251).

Таким образом, американские зрители на премьере Красотки могли довольно легко распознать в Эдварде Льюисе опасного корпоративного хищника, который разрушает компании и лишает людей работы ради быстрой выгоды. И только встреча с Красавицей меняет его чудовищную сущность. Это общесюжетное подобие фильма и сказки служит основанием для выдвижения гипотезы о прототексте, но само по себе еще не является достаточно доказательным. На том же уровне проведения аналогий работают ранее рассмотренные интерпретации «Красотки» как истории «Золушки», «Пигмалиона» и т. п. Для надежной проверки гипотезы о прототексте необходимо свести вероятность случайного совпадения повествовательных элементов к микроскопической величине, что требует обнаружения гораздо большего количества парных (присутствующих в обоих текстах) мотивов. К их поиску мы теперь и переходим.

В случае с «Красавицей и Чудовищем» для начала поиска необходимо определить, какой конкретно текст из литературной традиции мы будем считать прототекстом. Сама по себе традиция широко распространена, может считаться примером универсального мифа, и, по классификации Аарне-Томпсона-Утера относится к типу 425 (поиск исчезнувшего супруга) (Uther, 2004, p. 247–252), который широко распространен в мировой культуре и включает среди прочих, такие широко известные произведения как «Амур и Психея» Апулея. Но наиболее яркими (по крайней мере, для западного творческого воображения, в России, разумеется, важную роль играет также «Аленький цветочек») представителями собственно типа «Красавица и зверь» (425C) выступают две истории “La Belle et la Bête” – авторства Габриэль Барбо де Вильнёв и Жанны Лепренс де Бомон (Defrance, 2008). Первая была опубликована в 1740-м году в сборнике новелл «Юная американка, или истории, рассказанные в море». Лепренс де Бомон, вероятно (сама она об этом не упоминает), сократила сказку де Вильнёв, сделав ее более «детской» и нравоучительной. Хотя из этих двух текстов самым известным является вариант Лепренс де Бомон, обстоятельство сокращения и упрощения указывает на то, что более глубокие структуры могут быть найдены (Леви-Строс,



1985) при анализе книги де Вильнёв. Поэтому она и послужит нам кандидатом на роль прототекста.

Поиск общих для двух текстов мотивов может производиться в разном порядке и разными способами, которые, однако, основаны на общем принципе «проходки» каждого из двух произведений. Мы полагаем, что удобнее всего осуществлять ее в рамках основного анализируемого текста, держа наготове прототекст как образец, с которым могут сравниваться обнаруживаемые мотивы. Иными словами, в отличие от классического количественного контент-анализа, кодификатором должна служить не теоретически обоснованная система категорий, а сам предполагаемый прототекст. Единицей счета здесь становится каждое из двух сравниваемых произведений в отдельности.

Соответственно, ниже будет представлен подробный разбор фильма «Красотка» по сценам, с указанием мотивов, общих для него и сказки «Красавица и Чудовище» в варианте Барбо де Вильнёв. Всего мы выделили 45 сцен, но подробное обсуждение будет предложено только для тех из них, в которых усматриваются общие мотивы. Остальные же эпизоды фильма упоминаются только для целей контроля полноты анализа.

1. Эдвард на вечеринке у Филиппа Стаки. Уже с этой первой сцены начинает разворачиваться мотив *силы денег*: в первых кадрах демонстрируются фокусы с монетой и произносится фраза «Дело всегда в деньгах» (“It’s all about money”), пока Эдвард с помощью своего богатства ловко манипулирует жизнями окружающих людей. Может показаться, что это слишком широко распространенный мотив, но он безусловно является ключевым для фильма, поскольку именно доступ к большим деньгам формирует основные отличительные черты фигуры Эдварда, и деньги являются основным поводом для выстраивания отношений всех героев между собой, даже второстепенных. Так, менеджер отеля, помогающий Вивиан вроде бы по доброте душевной, в момент их знакомства прямо говорит о том, что мистер Льюис – особенный гость (то есть, снимающий самый дорогой номер), а особенные гости – его друзья. Подруга менеджера, одевающая Вивиан в приличное платье, тоже проявляет доброту на коммерческих началах, как и подруга Вивиан Кит де Лука. В сказке один из основных двигателей сюжета – это также финансовый интерес: купец разоряется и попадает в замок Чудовища именно в поездке, предпринятой для того, чтобы вернуть деньги. Красавица при каждом возможном случае «выводит деньги» из замка: либо набивает ими сундуки своего отца, либо везет их ему сама. Ее сестры больше всего в жизни хотят выйти замуж, и единственное средство для этого – деньги.

2. Эдвард уезжает на машине Филиппа. В сказке де Вильнёв имеется средство передвижения – конь Принца (Чудовища), который самостоятельно, без управления со стороны героев перевозит их из одного мира в другой (из замка в дом купца и обратно). Машина, на которой едет Эдвард, не слушается его и привозит из мира Филиппа в мир Вивиан, что служит очевидной



параллелью к сказке. Мотив волшебного коня еще раз проявляется в конце фильма, когда лимузин привозит главного героя к Вивиан опять же без его руководства (Эдвард попросту не знает адреса).

3. Панорама улиц Лос-Анжелесса.

4. Появление Вивиан. Оно сопровождается фотографиями героини в компании с мужчинами, лица которых оторваны. Впоследствии Вивиан расскажет Эдварду про серию «мерзавцев», в которых влюблялась, и романы с которыми в конце концов привели ее на панель. Зрителю также продемонстрируют целый ряд потенциальных клиентов и сутенеров, с которыми ей приходится иметь дело. Все это позволяет утверждать, что фотографии с оторванными лицами отчетливо вводят в повествование «Красотки» мотив ложных женихов. В сказке он раскрывается через ухаживания за Красавицей и ее сестрами, которые прекращаются сразу же, как только их отец разоряется, и возобновляются после получения денег от Чудовища.

5. Вивиан спускается по лестнице. Главная героиня слышит, как владелец дома грозит выгнать соседа, если он не заплатит за квартиру и обнаруживает, что у нее самой нет денег на оплату жилья. Семья главной героини в сказке де Вильнёв теряет свое жилище в городе после разорения отца. Это позволяет нам усмотреть общий мотив *потери дома* из-за бедности.

6. Голливудский бульвар.

7. Клуб «Голубой банан». Кит де Лука, которая живет вместе с Вивиан, ведёт слишком дорогой образ жизни подобно сестрам Красавицы, тратит деньги, превышающие то, что они зарабатывают, чтобы соответствовать статусу в обществе, в котором она живёт. Здесь виден мотив *расточительности близких*.

8. Вивиан и Кит выгоняют конкурентку со своего участка. Появляется Эдвард на машине.

9. Знакомство Эдварда и Вивиан. Хотя проституция как таковая не является прямой параллелью к занятиям главной героини «Красавицы и Чудовища», этот контекст из фильма разительно совпадает с особенностями знакомства героев сказки. Как Эдвард недвусмысленно нанимает Вивиан для оказания сексуальных услуг, так и Чудовище сразу предлагает Красавице интимную связь. Эта параллель образует, как бы вульгарно это ни звучало, мотив *быстрого секса*.

10. Эдвард проводит Вивиан в отель. Выглядящий как замок, в антитезе с обычным местообитанием главной героини он дает следующий мотив *богатого и бедного пространства*, между которыми регулярно перемещаются герои как фильма, так и сказки. Кроме того, на стенах номера Эдварда видны многочисленные изображения растений и животных, добавляя сказочной специфичности мотиву фильма.

11. Эдвард и Вивиан общаются в номере и заключают договор. Элементы одной и той же сделки присутствуют и в сказке, и в фильме. Купец получает



от хозяина замка неожиданно крупную сумму денег за проживание там его дочери, как и Вивиан за свое время, проведенное в отеле с Эдвардом. Этот общий мотив может быть описан как *щедрые дары гостю*. Здесь же, при знакомстве героев, впервые появляется красная роза (на подносе с клубникой и шампанским), цветок, который затем еще раз возникнет в финальной сцене фильма уже в руках у Эдварда. Мотив *заветного цветка* может быть связан с символизацией жениха и невесты, ведь Красавица отправляется в замок к Чудовищу потому, что захотела розу из его сада. В финале сказки Принц прямо говорит, что обязан своей счастливой любовью кусту роз, и эти цветы Эдвард использует в последней сцене для того, чтобы показать Вивиан окончательную трансформацию их отношений из деловых в любовные.

12. Вивиан чистит зубы в ванной.

13. Просмотр старой комедии, переходящий в секс. Здесь возникает важный мотив, лежащий в основе сюжета сказки и неоднократно всплывающий в фильме – *магическая сила физической любви*. Чудовище преобразуется после того, как Красавица добровольно отдается ему. Но не менее волшебную силу в глазах Вивиан имеет поцелуй, который каким-то загадочным образом заставляет проститутку влюбиться в своего клиента. Поэтому она сначала говорит Эдварду, что не целуется, а впоследствии нарушение этого табу рассматривается Кит де Лукой как причина любви Вивиан.

14. Эдвард видит Вивиан спящей без парика. Это еще один ключевой мотив *истинного облика героя, приобретаемого во сне*, образующий важную сюжетную деталь в сказке де Вильнёв (во сне Красавица видит настоящую внешность Принца).

15. Утро. Появление менеджера отеля Томпсона. Этим небольшим эпизодом в фильм вводится мотив *волшебных слуг*. В сказке де Вильнёв нет людей-слуг, помогающих героине, однако, когда она проходит по комнатам замка, волшебным образом появляется всё, что ей нужно, когда нужно, кроме того, в определённый момент она находит птиц и обезьян, которые начинают служить ей и вести себя как люди. В фильме служащие отеля также не полноценные личности, а скорее незаметные исполнители желаний для таких постояльцев как Эдвард – об этом ясно говорит неудачная попытка Томпсона представиться своему «особенному гостю и другу». И только Вивиан удается увидеть в них настоящих людей, что образует параллель с очеловечиванием животных в сказке.

16. Эдвард разговаривает о делах с Филиппом и объясняет их суть Вивиан. Параллельно выясняется, что у Вивиан отсутствует образование, как и у Чудовища в сказке. Хотя тут мотив *невежества* инвертирован относительно героев, как будет подробно обсуждаться ниже, сама структура «Красотки» не только допускает, но и создает такие инверсии. Оба героя красивы внешне, но один из них является чудовищем в моральном плане (богач, уничтожающий жизни людей), а другой – в глазах добропорядочного общества (проститутка).



17. Вивиан в ванной. Эдвард предлагает ей более длительный контракт. Вновь появляется мотив щедрых даров гостю, однако в этой сцене более важным представляется то, что Эдвард видит героиню, которая поет в наушниках с закрытыми глазами, думая, что она одна, то есть, вновь сталкивается с ее истинным обликом. Параллелью к этому невольному раскрытию Вивиан служит разговор в ванне, в котором Эдвард рассказывает о том, как он зол на отца, помогая героям стать истинными. Эти две сцены вместе с разговором у бассейна с Кит, когда последняя видит, что Вивиан не годится в проститутки, позволяют усмотреть мотив *водяной стихии*. Именно у воды (возле канала) Красавица встречает Принца в своих снах, и вид этого канала в реальности помогает героине осознать, что Принц из сна как-то связан с реальным миром. И именно с помощью воды героиня оживляет Принца в сказке, что по сути является переходом из царства смерти, в царство жизни.

Дальнейший ход событий позволяет найти также общие мотивы организации времени. В обоих произведениях оно делится на две части. День как общественное время – в течение которого происходят внешние события (в фильме встречи Эдварда в офисе, посещение Вивиан магазинов, их совместные выезды в разные места, в сказке – изучение Красавицей замка, посещение оперы, общение с животными). Ночь как время разговоров, когда главные герои остаются наедине друг с другом и открываются друг другу. В фильме каждый день заканчивается беседой между героями (в ванной, в холле отеля, в номере) и сексом (кроме одного дня), в сказке каждый день в замке Чудовища заканчивается совместным ужином Красавицы и Чудовища и разговором, предложением отправиться в постель и сном Красавицы, в котором она разговаривает уже с Принцем. И в сказке, и в фильме именно в пространстве ночи происходит рефлексия главных героев и их внутренняя трансформация.

18. Вивиан звонит подруге.

19. Неудачная попытка купить одежду на Родео-драйв. Здесь ярче всего проявляется мотив *сословного неравенства*. Когда Вивиан приходит в роскошный бутик, чтобы купить приличную для общества одежду, ей отказывают не потому, что у нее нет денег (их волшебная сила пока не действует в ее руках), а потому что этот магазин не предназначен для «таких как она». В сказке этому соответствует одна из последних сцен – когда Принц расколдован и главным героям понятно, что они любят друг друга, между ними возникает неожиданное препятствие. Принц не может жениться на Красавице из-за её *мещанского происхождения*.

20. Разговор с мистером Томпсоном. В сказке добрая Фея (мотив *волшебного помощника*) решает проблему сословного неравенства между Красавицей и Принцем с помощью нахождения истинных родителей Красавицы – Короля и Королевы. Барнард Томпсон, выполняя функцию волшебного помощника Вивиан (эта его роль существенно отличается от роли волшебного слуги,



который только обеспечивает бытовые удобства, а не решает проблемы героя), исправляет положение ровно тем же способом: называя ее племянницей Эдварда – человека, уже имеющего высокий статус (кстати, Красавица в сказке – племянница доброй феи). Только после этого Вивиан получает право войти в высшее общество. Идентичность этих решений дает нам в руки еще один мотив – *фиктивного родства*, устанавливаемого благожелательной внешней силой для достижения целей героев.

21. Обсуждение сделки в офисе Эдварда. Среди героев фильма не только Эдварда и Вивиан можно соотнести с персонажами сказки де Вильнёв. Выше уже говорилось, что Барнард Томпсон выполняет функцию доброй Феи, но она довольно ограничена по времени. Более весомые фигуры, которым, начиная с этой сцены можно найти сказочные параллели – это Филипп Стаки и Джеймс Морс. Первый из них вводит в повествование мотив *злой феи*, заколдовавшей Принца. На самом деле именно он, а не Эдвард принимает жесткие решения. Главный герой периодически пытается вырваться из-под влияния Стаки, но тот цепко удерживает власть над ним, все время апеллируя к волшебной силе денег, и очень злится, когда эта власть начинает улечиваться из-за Вивиан. При общении со Стаки у Эдварда всегда поджаты губы, только в моменты, когда речь заходит о Вивиан, его лицо меняется.

Близкий к враждебному поглощению компанией Эдварда бизнес Джеймса Морса, как и у разорившегося купца из сказки, связан с кораблями. Как и в сказке, причины трудностей лежат где-то вне самого бизнеса, они связаны не с плохим управлением (во всяком случае, об этом ничего не говорит даже злобный Стаки), а с внешними, объективными и стихийными обстоятельствами. Фигура Морса сближается со сказочным купцом и в двух других отношениях. Во-первых, он относится к Вивиан, а впоследствии и к Эдварду по-отечески, сочувствуя и помогая в сложных ситуациях с высоты своего опыта. Во-вторых, хотя Морс и крупный бизнесмен, внутри кинематографического нарратива он не ровня Эдварду. Последний, как принц, имеет доступ к власти и может на неё влиять (дает указания политикам и банкам). Морс, несмотря на богатство, вынужден подчиняться власти. Все эти сближения позволяют нам выделить мотив *купца, потерпевшего неудачу с кораблями*.

22. Вивиан покупает платье у подруги мистера Томпсона и возвращается в отель.

23. Звонки Эдварда Вивиан. Назначается ужин в ресторане «Вольтер». Это название не просто вводит в повествование мотив *Франции XVIII века* через хорошо известное публике имя, но и косвенно отсылает к сказкам того периода, которые писались в том числе Вольтером. Он, кроме того, был лично знаком с де Вильнёв достаточно близко, чтобы в письмах называть ее «старой мегерой» (Voltaire, 1880, p. 93).

24. Томпсон учит Вивиан правилам этикета.



25. Эдвард в холле встречается с Томпсоном и находит Вивиан.

26. В ресторане «Вольтер».

27. В отеле. Эдвард после разговора уходит из номера, а Вивиан остается смотреть старое кино. По телевизору показывают «Шараду» с Одри Хэпберн и Кэри Грантом, фильм про разведчиков, скрывающихся в разных странах под разными именами и масками. Акцентируется заключительная сцена, в которой героиня Хепберн говорит: «Я люблю тебя, Адам, Брайан, Питер, Алекс, Джеймс...» и показывается нарезка кадров с масками главного героя. Тем самым этот фильм в фильме воплощает главный мотив «Красавицы и Чудовища» – *важность внутреннего, а не внешнего*. Но более удивительной параллелью со сказкой в этом эпизоде служит само *телевидение*. Красавица, как и Вивиан, находясь в замке одна, оказывается в комнате, где через стекло может наблюдать за созданными на большом расстоянии посредством хитрой системы зеркал отражениями лучших театральных сцен мира, ярмарки в Сен-Жермен, вида на Тюильри и просто разнообразных событий (таких как свадьбы знаменитостей и революции), происходящих повсюду в мире. Как видим, де Вильнёв изображает даже новостные передачи, разделяя те провидческие идеи о современных медиа, которые были свойственны мыслителям Просвещения (Эйзенштейн, 2013).

28. Эдвард играет на рояле в ресторане отеля. Вместе с пением Вивиан в ванной из сцены №17 этот эпизод позволяет выделить мотив *музыкальности* героев. В сказке Красавица все время сталкивается с музыкальными инструментами (которые, очевидно, соответствуют вкусам Принца) и сама играет на клавесине (предшественнике того инструмента, на котором играет Эдвард).

В этом же эпизоде опять проявляется сущность Эдварда, как Принца, который может приказывать буквально всем и всегда, и люди его слушаются. Вивиан говорит об этом прямым текстом, когда, по приказу Эдварда, все сотрудники отеля покидают зал, где находятся герои.

29. Покупка нарядов с Эдвардом. Как было сказано выше, мотив *новой одежды* часто связывается исследователями с историей Золушки. Однако эта сцена – одна из самых долгих и ярких в фильме (в том числе сопровождаемая центральной музыкальной композицией “Pretty Woman” Роя Орбисона), знаменующая серьезную внешнюю (окончательный пропуск в высшее общество) и внутреннюю (приобретение самоуважения) трансформацию героини, не выглядит параллелью к односторонним действиям феи-крестной, ведь источником волшебства выступают деньги Эдварда, то есть сила Принца, а выбор нарядов принадлежит героине. Между тем, в сказке де Вильнёв также присутствует дарение новой одежды Красавице, но уже со стороны Чудовища, и способом весьма близким тому, что мы наблюдаем в фильме: в замке обнаруживается шкаф, который предоставляет героине *неограниченное количество нарядов*, соответствующих ее вкусу, и она с энтузиазмом занимается их примеркой под *восхваления волшебных слуг*. Эти два мотива – не только одни



из самых запоминающихся в фильме, но и чаще всего подвергающихся критике в качестве апофеоза консюмеризма.

30. В своем офисе Эдвард обсуждает с Филиппом сделку по поглощению. Эдвард сомневается, Стаки пытается удержать власть над ним, напоминая про деньги.

31. Вивиан и Эдвард беседуют в ванне. Эдвард рассказывает историю, сделавшую его тем, кто он есть. Она включает смерть матери и уход отца, который удалился к своим делам, не интересуясь сыном. Вследствие этой личной драмы Эдвард стал заниматься разорением компаний, то есть попал в руки к Стаки. История Принца из сказки де Вильнёв имеет аналогичные элементы: смерть одного из родителей (отец умер до его рождения, мотив сиротства) и уход в свои дела другого (королева-мать вынуждена была вести войну с соседями, мотив оставленности), в результате чего Принц был отдан на воспитание злой фее, сделавшей из него Чудовище.

32. На игре в поло. В сцене с сёстрами Олсен, которые «превратили брак в искусство» вводится мотив охоты на женихов, которой увлечены сестры Красавицы.

33. Ссора в отеле. Вивиан и Эдвард обсуждают смену внешнего облика, что образует очевидный мотив, связанный с визуальной трансформацией Чудовища.

34. Разговор в постели. Вивиан рассказывает свою историю

35. Эдвард в офисе. Стаки переживает, что Эдвард никак не подпишет контракт.

36. Герои летят смотреть «Травиату». В сказке опера – любимое развлечение Красавицы. Возможно, это объясняет происхождение очередного магического правила, которое Эдвард сообщает Вивиан: когда впервые смотришь оперу, то сразу влюбляешься в нее или начинаешь ненавидеть. Ложное в общем виде (так как любовь к опере явно прививается культурой), оно имеет смысл, когда речь идет о проявлении истинной сущности героини. Если она в душе Красавица из сказки, то, разумеется, должна обнаружить соответствующие вкусы. Так и происходит, Вивиан успешно проходит испытание и мотив любви к опере еще больше сближает ее со сказочным образом.

37. Выходной день Эдварда. Герои отправляются на пикник.

38. Утро. Эдвард предлагает Вивиан стать содержанкой. Она в ответ рассказывает ему историю о том, как в детстве после наказания матерью вообразила себя принцессой, запертой в башне. Эта история, обыгрываемая также в финальных кадрах, вводит в повествование мотив заточения, явным образом прослеживаемый и в сказке де Вильнёв.

39. Встреча Кит и Вивиан у бассейна.

40. Встреча с Морсом.

41. Эдвард гуляет по траве.

42. Стаки и Вивиан в отеле.



43. Эдвард и Вивиан прощаются, Вивиан уезжает.

44. Вивиан прощается с Кит. Передает ей деньги, называя их «стипендией фонда Эдварда Льюиса». Как зритель узнает во время прохода Эдварда в следующем эпизоде, эти деньги изменяют жизнь Кит, что происходит и с сестрами Красавицы. Вместе с тем моментом истории, в котором Вивиан своим влиянием помогла Морсу спасти его компанию, деньги для Кит образуют мотив даров Красавицы. В фильме, как и в сказке, их источником являются богатства Эдварда/Чудовища.

45. Воссоединение. Опять появляется тема «волшебного коня», с которой начиналась история. Вивиан из отеля-замка в её прежнее бедное жилище отвозит «волшебный конь Принца» – водитель на лимузине из отеля. Эдвард так же отправляется за Вивиан на этом «волшебном коне». Но, в отличие от истории Золушки, он не предпринимает никаких активных действий по розыску возлюбленной. Главный подвиг, который должен совершить Эдвард – это смириться с сословным различием и принять избранницу такой, какая она есть. Именно эту дилемму и решает Принц в Красавице и Чудовище. Но все ключевые действия и в сказке, и в фильме за главного героя совершают волшебные помощники – Фея и мистер Томпсон соответственно. Последняя реплика, обращенная к Эдварду, которую мы слышим перед его визитом к Вивиан: «Ваш рейс не задерживается, прилетите в Нью-Йорк вовремя, сэр». Значит, в этот момент Эдвард ещё не принял роль жениха, не решил, что ему нужно. Но в следующем кадре он покупает букет роз, и зрителю становится очевидна произошедшая с ним трансформация. Наконец, в финальной реплике Вивиан появляется один из наиболее характерных мотивов «Красавицы и Чудовища»: спасение Принца Принцессой.

К этому моменту читатель, вероятно, уже порядком устал от перечисления мотивов, поэтому мы не будем злоупотреблять их повторением в виде общего списка. Укажем только, что нам, без учета общего сюжетного подобия, удалось насчитать 35 достаточно убедительных с нашей точки зрения параллелей между «Красоткой» и «Красавицей и Чудовищем». При этом многие параллели были опущены как недостаточно очевидные, и еще неизвестное количество могли быть не замечены. Часть из обнаруженных парных мотивов широко распространена в художественных произведениях (волшебные помощники, сила денег и т.п.), часть довольно специфична (например, любовь к опере или разорившийся из-за своих кораблей купец, контекст получения героиней новой одежды и т.п.). Но ни один из них не является уникальным. Тот же купец с кораблями может быть найден и в «Венецианском купце» Шекспира, и в историях о Синдбаде. Показательным является не каждый мотив в отдельности, а их общая масса, которая, как следует из приведенных выше формул, практически исключает случайное совпадение (вероятность его меньше одной миллиардной). Следовательно, можно с высокой степенью уверенности констатировать, что проведенный анализ доказал отношение



«Красотки» к сказке «Красавица и Чудовище» как к прототексту. Это, конечно, не означает, что данная сказка была единственным источником для сюжета фильма. Как известно, количество осознанных и тем более неосознанных заимствований ничем априорно не ограничивается, вплоть до того, что существует особый жанр центона. Но на «Красавицу и Чудовище» определенно можно указать как на один из основных прототекстов, существенным образом формирующих смысл «Красотки».

Обсуждение результатов

Выявление прототекста открывает перед нами две альтернативные интерпретации «Красотки» как медиа-произведения. Первая интерпретация, очевидно, состоит в том, что сценарий этого фильма был просто существенной переделкой рассказа де Вильнёв. Для этого необязательно даже предполагать близкое знакомство авторов с первоисточником. Многие детали могли быть заимствованы ими не непосредственно из текста 1740 г, а, например, через экранизации, такие как знаменитый фильм Жана Кокто «Красавица и чудовище» (1946). В конце концов, одновременно с «Красоткой» снявшая ее компания Дисней создавала по той же сказке мультфильм, который вышел всего годом позже. Однако у нас есть основания предпочесть более интересную интерпретацию, состоящую в том, что вся выделенная совокупность мотивов прототекста оказалась встроенной в «Красотку» не как сознательное заимствование, а в результате реализации внутренней логики культурного кода.

Во-первых, ни в одном опубликованном источнике по истории создания «Красотки» нет ни одного упоминания о переработке «Красавицы и Чудовища». Никто из его основных творцов не специализировался на французской литературе или культуре. Более того, согласно воспоминаниям и режиссера (Marshall, 1995; 2012), и основного автора сценария (Erbland, 2015) в работе над сюжетом на разных этапах участвовали как минимум пять человек (и еще несколько внесли вклад в отдельные детали, такие как финальная фраза Вивиан). Сценарий менялся в том числе под влиянием игры актеров – образы, созданные Ричардом Гиром и Джулией Робертс в некотором смысле заставили создателей выбрать определенный финал. Иными словами, «Красотка» – это плод не стройного замысла, а подверженного множеству случайностей коллективного творчества. Тем более интересно, что у такого произведения обнаруживается достаточно надежно проверяемый прототекст. Если он складывается сам собой, это значит, что мы имеем дело с некоторыми внутренними закономерностями культуры. Тогда вполне возможно, что и последовавший на следующий год после «Красотки» триумф мультипликационного воплощения «Красавицы и Чудовища» был не случайным совпадением, а следствием тех же культурно-исторических потребностей публики, которые



обусловили длящийся до сих пор успех фильма Гарри Маршалла (как он неоднократно признавался, неожиданный для него самого).

Что же это за потребности? Какую соответствующую им самоорганизующуюся в «Красавицу и Чудовище» внутреннюю логику повествования имеет сюжет «Красотки»? Ответ на эти вопросы требует специальных исследований, но в нашей статье он может быть дан в виде рабочей гипотезы, которая проиллюстрирует объяснительный потенциал такого инструмента как гетерореферентный контент-анализ. Эта гипотеза состоит в том, что история Красавицы и Чудовища, по крайней мере для европейской (в широком смысле) цивилизации, играет роль культурного кода, описывающего сближение будущих супругов.

Первое, на что можно обратить внимание – это бинарность рассматриваемого кода. Девушка по имени Красавица и мужчина Чудовище будто бы образуют символические полюса, такие как распространенные в культуре оппозиции левого/правого, мужского и женского, хорошего и дурного. Уже в их именах постулируется основной мотив истории – красота против уродства, а также соответствие внутреннего наполнения внешнему проявлению. Однако, если внимательнее взглянуть в сюжет, то такое разделение перестаёт быть очевидным. В фильме мы видим внешнюю привлекательность как Эдварда, так и Вивиан (её внешняя красота даже постулируется названием фильма). Но у них обоих есть черты, присущие Чудовищу. Профессия Вивиан в социальном пространстве однозначно классифицируется, как низкая, чудовищная, аморальная, это понимает сама героиня, рассказывая, например, Эдварду, свою жизнь. С другой стороны, поступки Эдварда оцениваются как чудовищные – не соответствующие некоему общему представлению о норме. Он использует женщин, которые рядом с ним, для достижения своих бизнес-целей. При первом же появлении персонажа мы видим, как он просит девушку приехать, потому что она нужна ему в Лос-Анжелесе для ведения переговоров, и когда она отказывается, то с лёгкостью её бросает. Тут же он встречает свою давнюю пассию, от которой мы узнаём, что в их отношениях он вёл себя так же. Эдвард зарабатывает деньги на том, что уничтожает то, что создали другие. Он не производит, не создаёт, не творит, а разрушает. И наиболее сказочный элемент «Красотки», то есть то, что должно быть более всего заимствовано из прототекста – это именно преодоление обоими героями в процессе общения своих отрицательных черт. Проститутка, поднимающаяся с общественного дна и стремящаяся к лучшей жизни, и биржевой воротила, превращающийся в обычного доброго парня, сами по себе воспринимаются как фантастические образы. Но помещение их в контекст любовных взаимоотношений внезапно делает фантастическое правдоподобным. Потому что зрители понимают, что в этом контексте подобные трансформации действительно происходят.



Таким образом, культурный код истории Красавицы и Чудовища может рассматриваться как символическое описание такого взаимного изменения двух людей, которое сближает их и делает одним целым, без чего невозможно возникновение счастливого брака. Изменения, в ходе которого посторонние чудовища друг для друга становятся прекрасными возлюбленными.

Эта же интерпретация позволяет понять, какую функцию выполняют три «официально заявленных» в фильме истории, которые могли бы быть его прототекстом: «Золушка», «Травиата» и рыцарский роман о принцессе в башне. Если фильм на глубинном уровне основан на сюжете Красавицы и Чудовища, то зачем нужны отсылки к этим трем нарративам? Ответ, с нашей точки зрения, заключается в том, что они раскрывают внутренний взгляд персонажей на окружающую их действительность. Взгляд, который формируется определенными культурными стереотипами.

«Золушка» – это то, как Вивиан видит свою идеальную жизнь. Именно от неё мы всё время слышим упоминания о ногах, именно в её разговоре с Кит де Лука всплывает имя Золушки, в одном из кадров мы видим, как Вивиан буквально примеряет на себя туфли Эдварда. Этот детско-сказочный взгляд Вивиан на жизнь с одной стороны приводит её к социальному краху (она следует за «подонками», потому что в её восприятии они те самые принцы, способные её спасти и защитить), с другой стороны помогает проявить для Эдварда её истинную сущность. Именно то, что Вивиан не утратила веру в историю про Золушку, помогает ей увидеть красоту жизни.

Взгляд же Эдварда на жизнь и отношения с людьми описывается через историю «Травиаты». Эдвард представляет себя бедным Альфредом, жертвой жестокосердного отца, романтическим персонажем. Вивиан же в его представлении поднимается из статуса уличной проститутки всего лишь до уровня содержанки, когда он предлагает купить ей квартиру и давать деньги. Да и выбор оперы для просмотра, и подспудная уверенность главного героя, что необразованная Вивиан с первого просмотра поймет ее прелесть, рождается именно из взгляда на жизнь через призму «Травиаты». Преодоление такого взгляда и становится основным испытанием Эдварда. Он чуть не теряет любовь, предлагая Вивиан отношения на основе своего восприятия жизни.

Воссоединение героев, их окончательную трансформацию и преодоление собственных стереотипов знаменует финал, в котором Эдвард под арию из «Травиаты» приезжает к Вивиан, но уже в качестве рыцаря, а не Альфреда. Вивиан же встречает его не как Золушка или Виолетта, а как принцесса. Внутренние миры героев переплетаются и становятся единым целым, новым совместным миром, в котором оба могут существовать, и символизм этого мира форматируется третьим нарративом – об освобождении из башни (отсылающим нас к историям об обычаях женских инициациях, например, Рапунцель).



Заключение

Проблема обнаружения скрытого смысла, которая представляет собой один из основных фокусов интереса в анализе кинематографических произведений, была концептуализирована нами как проблема установления интертекстуальных связей – либо исходного произведения с резюмирующим скрытый смысл текстом («моралью»), либо с иным самостоятельным произведением (прототекстом). Для реализации второго подхода мы разработали алгоритм контент-анализа, который включает в себя следующие шаги:

- 1) предполагаемый прототекст рассматривается как кодификатор, содержащий совокупность мотивов, которые должны быть найдены в анализируемом тексте;
- 2) эти мотивы выделяются путем разделения обоих текстов на совокупность обобщений событий, чувств, идей и прочих фабульных элементов;
- 3) подсчитывается количество совпадающих мотивов, при этом совпадение по каждому мотиву должно быть достаточно убедительным, но процедура остается устойчивой и при появлении спорных и неочевидных интерпретаций (до трети выделенных мотивов);
- 4) с учетом запаса надежности, заложенного на спорные мотивы, результат истолковывается в соответствии с простым статистическим правилом: более 25 параллелей для двух произведений свидетельствуют в пользу гипотезы о прототексте (вероятность случайного совпадения меньше одной миллионной, если все мотивы установлены надежно и меньше одной сотой, если надежно установлено лишь 2/3 мотивов).

Примененный к «Красотке», этот подход позволил насчитать 35 параллелей и тем самым доказательно установить, что, как минимум, одним из основных ее прототекстов служит история «Красавицы и Чудовища».

Достаточно надежно выявленный прототекст, в свою очередь, становится инструментом для интерпретации исследуемого произведения. В тот момент, когда мы понимаем, что «Красотка» – это история «Красавицы и Чудовища», а не, например, «Золушки», смысл фильма приобретает новые измерения. В частности, становится видимой перспектива реалистической трансформации героев под влиянием взаимных чувств – модель развития, которая отсутствует в «Золушке» (и принц и Золушка изначально хороши и должны только найти друг друга, пройдя испытания), и вместо пропаганды проституции средствами сказки (если бы Вивиан была Золушкой, – это награда за антисоциальное поведение) перед нами предстает нарратив о личностном росте, необходимом для истинной любви. Эта интерпретация позволяет объяснить культурную роль и сохраняющуюся привлекательность «Красотки» как произведения кинематографа.



Благодарности

Авторы выражают признательность анонимным рецензентам за глубокие и ценные замечания к статье

Список литературы

- Afi's 100 Years...100 Passions. (2002). American Film Institute. <https://www.afi.com/afis-100-years-100-passions/>
- Allen, G. (2011). *Intertextuality*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203829455>
- Andrews, E. (2020). Mythic Transformations on Screen: Cinderella Meets Galatea. In N. Darwood & A. Weedon (Eds.), *Retelling Cinderella: Cultural and Creative Transformations* (pp. 67–86). Cambridge Scholars Publishing.
- Baracco, A. (2017a). *Hermeneutics of the Film World*. Springer.
- Baracco, A. (2017b). Pretty Woman: The Film World as Dream. In *Hermeneutics of the Film World: A Ricoeurian Method for Film Interpretation* (pp. 257–302). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-65400-3>
- Bruzzi, S. (2012). *Undressing Cinema: Clothing and identity in the movies*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203132203>
- Caputi, J. (1991). *Sleeping With The Enemy As Pretty Woman, Part II? Journal of Popular Film and Television*, 19(1), 2–8. <https://doi.org/10.1080/01956051.1991.9944102>
- Ceserani, R., Dominichelli, M., & Fasano, P. (2006). *Dizionario dei temi letterari [Dictionary of literary themes]*. Unione tipografico editrice torinese. (In Italian).
- Cooks, L. M., Orbe, M. P., & Bruess, C. S. (1993). The Fairy Tale Theme in Popular Culture: A Semiotic Analysis of *Pretty Woman*. *Women's Studies in Communication*, 16(2), 86–104. <https://doi.org/10.1080/07491409.1993.11089775>
- Daemmrich, H. S. (1995). *Themen und Motive in der Literatur. [Themes and motifs in literature]*. Basel. (In German).
- Dalla, R. L. (2006). *Exposing the "pretty woman" myth: A qualitative investigation of street-level prostituted women*. Lexington Books.
- Defrance, A. (2008). Madame de Villeneuve , La Jeune Américaine et les contes marins (La Belle et la Bête), Les Belles Solitaires—Madame Leprince de Beaumont, Magasin des enfants: (La Belle et la Bête) [Madame de Villeneuve, The Young American and sea tales (Beauty and the Beast), The Solitary Belles—Madame Leprince de Beaumont, Children's Store: (Beauty and the Beast)]. In É. Biancardi (Ed.), *Bibliothèque des Génies et des Fées [Library of Genies and Fairies]* (Vol. 15, pp. 255–258). Champion. (In French).
- Erbland, K. (2015, March 23). *The True Story of Pretty Woman's Original Dark Ending*. Vanity Fair. <https://www.vanityfair.com/hollywood/2015/03/pretty-woman-original-ending>
- Farrell, K. (1998). *Post-traumatic Culture: Injury and Interpretation in the Nineties*. Johns Hopkins University Press.
- Global Top 10. *Weekly Top 10 lists of the most-watched TV and films*. (2023, December 31). Netflix. <https://www.netflix.com/tudum/top10?week=2023-12-31>



- Graham-Smith, G. (1993). Sculptor or Sculpted? The Subversion of the Pygmalion Myth in *Pretty Woman: A New Dialectic*. *Myth & Symbol*, 1(1), 86–101. <https://doi.org/10.1080/10223829308565847>
- Greenberg, H. R. (1991). *Pretty Woman's Co-opted Feminism*. *Journal of Popular Film and Television*, 19(1), 9–13. <https://doi.org/10.1080/01956051.1991.9944103>
- Griswold, J. (2004). *The Meanings of "Beauty and the Beast": A Handbook*. Broadview Press.
- Hamburger, A., & Pramataroff-Hamburger, V. (2014). Die Hure als Heilige [The whore as saint]. In S. Doering & H. Möller (Eds.), *Mon Amour trifft Pretty Woman* (pp. 437–449). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-44986-4_31 (In German).
- James, P. (2011). *Ovid's Myth of Pygmalion on Screen: In Pursuit of the Perfect Woman*. Bloomsbury Publishing.
- Kelley, K. (1994). A Modern Cinderella. *Journal of American Culture*, 17(1), 87–92. <https://doi.org/10.1111/j.1542-734X.1994.00087.x>
- Knaus, K. (2012). Emotions Unveiled: Romance at the Opera in *Moonstruck* (1987), *Pretty Woman* (1990) and *Little Women* (1994). *Musicological Annual*, 48(1), 117–128. <https://doi.org/10.4312/mz.48.1.117-128>
- Lapsley, R., & Westlake, M. (1993). From *Casablanca* to *Pretty Woman*: The politics of romance. In A. Easthope (Ed.), *Contemporary Film Theory* (pp. 179–203). Routledge.
- Madison, D. S. (1995). "Pretty Woman" Through the Triple Lens of Black Feminist Spectatorship: The Politics of Film, Gender, and Culture. In E. Bell, L. Haas, & L. Sells (Eds.), *From mouse to mermaid: The politics of film, gender, and culture* (pp. 224–235). Indiana University Press.
- Marshall, G. (1995). *Wake Me When It's Funny*. Newmarket Press.
- Marshall, G. (2012). *My happy days in Hollywood*. Crown Archetype.
- Mell, E. (2005). *Casting Might-Have-Beens: A Film by Film Directory of Actors*. McFarland.
- Murphy, T. P. (2015). The Frog Prince Genotype in *Pretty Woman* (1990). In T. P. Murphy, *From Fairy Tale to Film Screenplay* (pp. 66–101). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9781137552037_8
- Radner, H. (2010). *Neo-Feminist Cinema* (0 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203855218>
- Riffe, D., Lacy, S., Watson, B. R., & Lovejoy, J. (2023). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research* (5th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003288428>
- Ruti, M. (2016). *Feminist Film Theory and Pretty Woman*. Bloomsbury Publishing Plc. <https://doi.org/10.5040/9781501319457>
- Scala, E. (1999). *Pretty Women: The Romance of the Fair Unknown, Feminism, and Contemporary Romantic Comedy*. *Film & History: An Interdisciplinary Journal of Film and Television Studies*, 29(1–2), 34–45. <https://doi.org/10.1353/flm.1999.a395986>
- Scharrer, E., Warren, S., Grimshaw, E., Kamau, G., Cho, S., Reijnen, M., & Zhang, C. (2021). Disparaged dads? A content analysis of depictions of fathers in U.S. sitcoms over time. *Psychology of Popular Media*, 10(2), 275–287. <https://doi.org/10.1037/ppm0000289>
- Seigneuret, J.-C. (Ed.). (1988). *Dictionary of literary Themes and Motifs*. Greenwood Press.
- Smith, C. J. (1997). Bodies and Minds for Sale: Prostitution in "Pretty Woman" and "Indecent Proposal." *Studies in Popular Culture*, 19(3), 91–99.

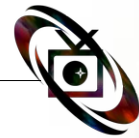


- Uther, H.-J. (2004). *The Types of International Folktales. A Classification and Bibliography*. Academia Scientiarum Fennica.
- Voltaire, F. M. A. (1880). *Œuvres complètes de Voltaire. Vol. 37. Correspondance 1749-1753 [Complete works of Voltaire. Vol. 37. Correspondence 1749-1753]*. Garnier Freres. (In French).
- Бубнов, В. А. (2019). *Математические алгоритмы контент-анализа поэтических и прозаических текстов*. URSS.
- Ван, Л. (2023). *Новый взгляд на женский кинематограф: Феминизм, социализм и массовая культура в современном Китае*. Библиороссика.
- Данилевский, И. (2018). *Историческая текстология*. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1707-9>
- Делёз, Ж. (2022). *Кино. Ad Marginem*.
- Корте, Г. (2018). *Введение в системный киноанализ*. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1103-9>
- Леви-Строс, К. (1985). Как умирают мифы. В Д. А. Ольдерогге (Ред.), *Зарубежные исследования по семиотике фольклора* (с. 77–88). Наука.
- Леви-Строс, К. (2006). *Мифологии: В 4 томах*. ИД Флюид.
- Лотман, Ю. (1998). *Семиотика кино и проблемы киноэстетики*. Искусство.
- Метц, К. (2013). *Воображаемое означающее: Психоанализ и кино*. Издательство Европейского университета.
- Павлов, А. В. (2014). *Постыдное удовольствие: Философские и социально-политические интерпретации массового кинематографа*. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».
- Пропп, В. Я. (2021). *Морфология волшебной сказки. Исторические корни волшебной сказки. Русский героический эпос*. Азбука.
- Радаев, В. (2021). *Смотрим кино, понимаем жизнь. 19 социологических очерков*. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-2363-6>
- Силантьев, И. (2004). *Поэтика мотива. Языки славянской культуры*.
- Стюарт, Д. (2006). *Война за империю Дисней*. Альпина Бизнес Букс.
- Стюарт, Д. (2021). *Шайка воров с Уолл-стрит*. Интеллектуальная литература.
- Таршис, Е. Я. (2021). *Контент-анализ. Принципы методологии*. URSS.
- Фатеева, Н. А. (2006). *Интертекст в мире текстов: Контрапункт интертекстуальности*. Комкнига.
- Хантер, И. К. (2014). Бивер Лас-Вегас! Слово фаната в защиту «Шоугелз». *Логос*, 5, 79–96.
- Хренов, Н. А. (2008). *Образы великого разрыва: Кино в контексте смены культурных циклов*. Прогресс-Традиция.
- Эйзенштейн, С. М. (2013). Дидро писал о Кино. В В. Д. Алташина (Ред.), *Д. Дидро: Pro et contra, антология* (с. 635–654). РХГА.
- Эльзессер, Т., & Хагенер, М. (2016). *Теория кино. Глаз, эмоции, тело. Сеанс*.



References

- Afi's 100 Years...100 Passions. (2002). American Film Institute. <https://www.afi.com/afis-100-years-100-passions/>
- Allen, G. (2011). *Intertextuality*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203829455>
- Andrews, E. (2020). Mythic Transformations on Screen: Cinderella Meets Galatea. In N. Darwood & A. Weedon (Eds.), *Retelling Cinderella: Cultural and Creative Transformations* (pp. 67–86). Cambridge Scholars Publishing.
- Baracco, A. (2017a). *Hermeneutics of the Film World*. Springer.
- Baracco, A. (2017b). Pretty Woman: The Film World as Dream. In *Hermeneutics of the Film World: A Ricœurian Method for Film Interpretation* (pp. 257–302). Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-65400-3>
- Bruzzi, S. (2012). *Undressing Cinema: Clothing and identity in the movies*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203132203>
- Bubnov, V. A. (2019). *Mathematical algorithms for content analysis of poetic and prose texts*. URSS. (In Russian).
- Caputi, J. (1991). *Sleeping With The Enemy As Pretty Woman, Part II? Journal of Popular Film and Television*, 19(1), 2–8. <https://doi.org/10.1080/01956051.1991.9944102>
- Ceserani, R., Dominichelli, M., & Fasano, P. (2006). *Dizionario dei temi letterari [Dictionary of literary themes]*. Unione tipografico editrice torinese. (In Italian).
- Cooks, L. M., Orbe, M. P., & Bruess, C. S. (1993). The Fairy Tale Theme in Popular Culture: A Semiotic Analysis of *Pretty Woman*. *Women's Studies in Communication*, 16(2), 86–104. <https://doi.org/10.1080/07491409.1993.11089775>
- Daemmrich, H. S. (1995). *Themen und Motive in der Literatur. [Themes and motifs in literature]*. Basel. (In German).
- Dalla, R. L. (2006). *Exposing the "pretty woman" myth: A qualitative investigation of street-level prostituted women*. Lexington Books.
- Danilevsky, I. (2018). *Historical textology*. Publishing House of the National Research University Higher School of Economics. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1707-9> (In Russian).
- Defrance, A. (2008). Madame de Villeneuve , La Jeune Américaine et les contes marins (La Belle et la Bête), Les Belles Solitaires—Madame Leprince de Beaumont, Magasin des enfants: (La Belle et la Bête) [Madame de Villeneuve, The Young American and sea tales (Beauty and the Beast), The Solitary Belles—Madame Leprince de Beaumont, Children's Store: (Beauty and the Beast)]. In É. Biancardi (Ed.), *Bibliothèque des Génies et des Fées [Library of Genies and Fairies]* (Vol. 15, pp. 255–258). Champion. (In French).
- Deleuze, G. (2022). *Cinema. Ad Marginem*. (In Russian).
- Eisenstein, S. M. (2013). *Diderot wrote about Cinema*. In D. Altashina (Ed.), *D. Diderot: Pro et contra, an anthology* (pp. 635–654). RCHA. (In Russian).
- Elsesser, T., & Hagener, M. (2016). *Film theory. Eye, emotion, body. Session*. (In Russian).
- Erbland, K. (2015, March 23). *The True Story of Pretty Woman's Original Dark Ending*. Vanity Fair. <https://www.vanityfair.com/hollywood/2015/03/pretty-woman-original-ending>



- Farrell, K. (1998). *Post-traumatic Culture: Injury and Interpretation in the Nineties*. Johns Hopkins University Press.
- Fateeva, N. A. (2006). *Intertext in the world of texts: Counterpoint of intertextuality*. Comkniga. (In Russian).
- Global Top 10. *Weekly Top 10 lists of the most-watched TV and films*. (2023, December 31). Netflix. <https://www.netflix.com/tudum/top10?week=2023-12-31>
- Graham-Smith, G. (1993). Sculptor or Sculpted? The Subversion of the Pygmalion Myth in *Pretty Woman: A New Dialectic*. *Myth & Symbol*, 1(1), 86–101. <https://doi.org/10.1080/10223829308565847>
- Greenberg, H. R. (1991). *Pretty Woman's Co-opted Feminism*. *Journal of Popular Film and Television*, 19(1), 9–13. <https://doi.org/10.1080/01956051.1991.9944103>
- Griswold, J. (2004). *The Meanings of "Beauty and the Beast": A Handbook*. Broadview Press.
- Hamburger, A., & Pramataroff-Hamburger, V. (2014). Die Hure als Heilige [The whore as saint]. In S. Doering & H. Möller (Eds.), *Mon Amour trifft Pretty Woman* (pp. 437–449). Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-44986-4_31 (In German).
- Hunter, Ia. Q. (2014). Beaver Las Vegas! A Fan's Defense of Showgirls. *Logos*, 5, 79–96. (In Russian).
- James, P. (2011). *Ovid's Myth of Pygmalion on Screen: In Pursuit of the Perfect Woman*. Bloomsbury Publishing.
- Kelley, K. (1994). A Modern Cinderella. *Journal of American Culture*, 17(1), 87–92. <https://doi.org/10.1111/j.1542-734X.1994.00087.x>
- Khrenov, N. A. (2008). *Images of the great rupture: Cinema in the context of changing cultural cycles*. Progress-Tradition. (In Russian).
- Knaus, K. (2012). Emotions Unveiled: Romance at the Opera in *Moonstruck* (1987), *Pretty Woman* (1990) and *Little Women* (1994). *Musicological Annual*, 48(1), 117–128. <https://doi.org/10.4312/mz.48.1.117-128>
- Korte, H. (2018). *Introduction to systemic film analysis*. Publishing House of the National Research University Higher School of Economics. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1103-9> (In Russian).
- Lapsley, R., & Westlake, M. (1993). From Casablanca to *Pretty Woman*: The politics of romance. In A. Easthope (Ed.), *Contemporary Film Theory* (pp. 179–203). Routledge.
- Levi-Stross, K. (1985). How myths die. In D. A. Olderogge (Ed.), *Foreign studies on the semiotics of folklore* (pp. 77–88). Nauka Publ. (In Russian).
- Levi-Stross, K. (2006). *Mythologiques: In 4 Volumes*. Fluid Publishing House. (In Russian).
- Lotman, Y. (1998). Semiotics of cinema and problems of film aesthetics. *Iskusstvo*. (In Russian).
- Madison, D. S. (1995). "Pretty Woman" Through the Triple Lens of Black Feminist Spectatorship: The Politics of Film, Gender, and Culture. In E. Bell, L. Haas, & L. Sells (Eds.), *From mouse to mermaid: The politics of film, gender, and culture* (pp. 224–235). Indiana University Press.
- Marshall, G. (1995). *Wake Me When It's Funny*. Newmarket Press.
- Marshall, G. (2012). *My happy days in Hollywood*. Crown Archetype.
- Mell, E. (2005). *Casting Might-Have-Beens: A Film by Film Directory of Actors*. McFarland.



- Metz, K. (2013). *Imaginative signification: Psychoanalysis and cinema*. European University Press. (In Russian).
- Murphy, T. P. (2015). The Frog Prince Genotype in *Pretty Woman* (1990). In T. P. Murphy, *From Fairy Tale to Film Screenplay* (pp. 66–101). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9781137552037_8
- Pavlov, A. V. (2014). *Shameful Pleasure: Philosophical and Socio-Political Interpretations of Mass Cinema*. Publishing House of the National Research University Higher School of Economics. (In Russian).
- Propp, V. Y. (2021). *Morphology of the magic fairy tale. Historical roots of the magic tale. Russian heroic epic*. Azbuka Publ. (In Russian).
- Radaev, V. (2021). *Watching movies, understanding life. 19 sociological essays*. Publishing House of the National Research University Higher School of Economics. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-2363-6> (In Russian).
- Radner, H. (2010). *Neo-Feminist Cinema* (0 ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203855218>
- Riffe, D., Lacy, S., Watson, B. R., & Lovejoy, J. (2023). *Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research* (5th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003288428>
- Ruti, M. (2016). *Feminist Film Theory and Pretty Woman*. Bloomsbury Publishing Plc. <https://doi.org/10.5040/9781501319457>
- Scala, E. (1999). *Pretty Women: The Romance of the Fair Unknown, Feminism, and Contemporary Romantic Comedy*. *Film & History: An Interdisciplinary Journal of Film and Television Studies*, 29(1–2), 34–45. <https://doi.org/10.1353/flm.1999.a395986>
- Scharrer, E., Warren, S., Grimshaw, E., Kamau, G., Cho, S., Reijven, M., & Zhang, C. (2021). Disparaged dads? A content analysis of depictions of fathers in U.S. sitcoms over time. *Psychology of Popular Media*, 10(2), 275–287. <https://doi.org/10.1037/ppm0000289>
- Seigneuret, J.-C. (Ed.). (1988). *Dictionary of literary Themes and Motifs*. Greenwood Press.
- Silantiev, I. (2004). *Poetics of the motif. Languages of Slavic Culture*. (In Russian).
- Smith, C. J. (1997). Bodies and Minds for Sale: Prostitution in “*Pretty Woman*” and “*Indecent Proposal*.” *Studies in Popular Culture*, 19(3), 91–99.
- Stewart, D. (2006). *The war for the Disney empire*. Alpina Business Books. (In Russian).
- Stewart, D. (2021). *The gang of thieves from Wall Street*. Intellectual Literature. (In Russian).
- Tarshis, E. J. (2021). *Content analysis. Principles of methodology*. URSS. (In Russian).
- Uther, H.-J. (2004). *The Types of International Folktales. A Classification and Bibliography*. Academia Scientiarum Fennica.
- Voltaire, F. M. A. (1880). *Œuvres complètes de Voltaire. Vol. 37. Correspondance 1749-1753 [Complete works of Voltaire. Vol. 37. Correspondence 1749-1753]*. Garnier Freres. (In French).
- Wang, L. (2023). *A new look at women's cinema: Feminism, socialism, and mass culture in contemporary China*. Bibliorossica. (In Russian).



Gender Construction in Original Netflix Film: A Representation Study

M Afifulloh

Universitas Bangka Belitung, Bangka Belitung, Indonesia. Email: [afifulloh\[at\]ubb.ac.id](mailto:afifulloh[at]ubb.ac.id)
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8294-6072>

Received: 20 June 2024 | Revised: 8 October 2024 | Accepted: 20 October 2024

Abstract

Although the movement for gender equality has been present in many communities, gender is still a vulnerable issue due to the many phenomena of inequality in a global society. This study aims to explain the construction of gender represented in global films produced by Netflix in 2021-2022. The films are *Kingdom: Ashin of The North* (South Korea), *Don't Look Up* (USA), *I am All Girls* (South Africa), *A World Without* (Indonesia), *Santinelle* (French), and *The Weekend Away* (USA). By using Stuart Hall's representation theory, all these films are investigated to reveal the global gender construction. The representation theory utilizes language as the main medium in interpreting the meaning contained in films. There are three steps of representation in analyzing data, namely decoding, encoding, and myth analysis. Decoding and encoding are the steps for finding meaning through denotation and connotation as represented in the film, while myth is the broad meaning related to the cultural meaning. The results show that from the decoding and encoding steps, Original Netflix films have almost the same pattern. It depicts a narrative of women's resilience in the face of oppression and injustice, highlighting the intersections of racial and social class discrimination. The film challenges traditional gender roles, affirms the fluidity of gender performativity, and works to dismantle entrenched patriarchal structures within society. The finding indicates that certain films may inadvertently reinforce stereotypes or offer superficial representations, particularly concerning traditional masculinity and male characters. The myth of patriarchy is still perpetuated even though there are many problems of injustice and oppression, especially for women. This myth is also reinforced and practiced by the female characters in the film. This is due to the tug-of-war relationship between voicing equality and commercial interests.

Keywords

Film and Language; Gender Construction; Representation; Original Netflix Film



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Конструирование гендера в оригинальных фильмах Netflix: исследование репрезентации

Афифулло Эм

Университет Бангка Белитунг. Бангка Белитунг, Индонезия. Email: [afifulloh\[at\]jubbb.ac.id](mailto:afifulloh[at]jubbb.ac.id)
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8294-6072>

Рукопись получена: 20 июня 2024 | Пересмотрена: 8 октября 2024 | Принята: 20 октября 2024

Аннотация

Несмотря на активное движение за равноправие, вопросы, связанные с гендером, остаются актуальными из-за множества проявлений социальной несправедливости. Цель исследования – анализ того, как гендер представлен в глобальных фильмах Netflix, выпущенных в 2021–2022 годах. В выборку вошли: «Королевство: Ашин из Севера» (Южная Корея), «Не смотрите наверх» (США), «Я – все девушки» (Южная Африка), «Мир без мужчин» (Индонезия), «Сантинель» (Франция) и «Уикенд вдали» (США). Исследование основано на теории репрезентации Стюарта Холла, которая рассматривает язык как ключевой инструмент для интерпретации культурных смыслов. Анализ проводится в три этапа: декодирование, кодирование и мифологический разбор. Декодирование и кодирование позволяют определить значения через анализ денотаций и коннотаций, представленных в фильмах. Мифологический подход помогает выявить более глубокие культурные контексты. Результаты показывают, что оригинальные фильмы Netflix демонстрируют схожие паттерны: изображают борьбу женщин с угнетением и несправедливостью, освещают дискриминацию по расовым и социальным признакам, утверждают перформативность гендера и ставят под сомнение патриархальные нормы. Тем не менее, некоторые картины непреднамеренно укрепляют стереотипы или предлагают поверхностные интерпретации, особенно в отношении традиционных представлений о мужественности. Патриархальные установки сохраняют своё влияние, несмотря на обсуждаемые в фильмах проблемы неравенства и угнетения. Более того, героини часто воспроизводят эти установки, что связано с противоречием между стремлением к равенству и коммерческими интересами.

Ключевые слова

фильмы и язык; конструирование гендера; репрезентация; оригинальные фильмы Netflix



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution”](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



Introduction

Despite widespread efforts to advocate for gender equality in various communities, gender remains a sensitive and pressing issue, largely due to the persistence of inequalities in societies around the world. For example, these are issues of the Taliban prohibiting women from being actively involved in the public sphere or education, Poland recently prohibiting abortion, Hungary prohibiting non-heterosexual forms from being displayed in public, and rape and sexual abuse by religious figures taking place in Indonesia. Even in America itself, there are still many phenomena of gender inequality such as the emergence of the #metoo movement and Black Lives Matter which was then followed by various global activists such as in South Korea and recently in Japan. These facts show that the principles of gender equality on the one hand are strengthened and agreed upon by various elements of society with many voices and resistance to gender injustice, especially from activists and feminists, but on the other hand, gender is still the main axis that produces various type of violence.

The term gender itself first appeared intended to describe the social role of sex (Habelstam, 2014). Gender is a term formulated for the differences between sex (male and female) and social roles (masculinity and femininity) and to denote the discontinuity that often occurs between sex and roles. Therefore, the study of gender is always associated with identities constructed by culture. Caro, et al. (2003) define gender as an attribute of economic, political, social, and cultural activities as well as various opportunities that can be obtained by women and men. Gender is a social definition of being a woman or being a man based on culture, and its nature can change or be dynamic. Gender is a socio-cultural expression of certain roles, associated with certain groups or individuals which refers to sex and sexuality, and it is a dynamic construction.

In another aspect, gender is defined as a characteristic possessed by a person due to iteration and “performativity” (Sears, 1996). Judith Butler explains that performativity is the institutionalization of actions resulting from the repetition of an action (Butler, 1988). Gender can be rewritten by emphasizing its facticity, prioritizing its construction rather than its existence. Therefore, gender is understood as a dynamic identity, not something that it is but what it does. Gender is physical, that is, action or sequence of actions. Gender is also said to be a ‘citation’ practice in which gender is not only reaffirmed but also cites the norms of masculinity and femininity that present the authority of gender and its meaning; gender is repetition and copy of imitation (Butler, 1988; 1993). A man or woman who does gender, not only confirms their identity but also engages in the practice of calling for conventions that refer to heterosexual laws. Gender is not something that is bound by the essential qualities of sex biologically, but it is an action that grows, strengthens, and is strengthened by norms in society. Gender and sex are not two different things, they exist together because of social construction. Gender is



a variety of actions that then give birth to the idea of gender and without these actions, the concept of gender will never exist (Butler, 1990). Therefore, the definition of gender emphasizes that gender is a social construction that categorizes humans into differences; gender is not a constant thing but it is a continuous process to define sociocultural identity as an interpretation and expression of groups or individuals. Gender is also a discursive category such as social class or race, which are influenced by human life experiences in interacting with the environment, the world of work, family, and other environments.

The film industry often uses popular issues such as gender as the theme of the story so that film becomes a cultural product that is dominant and much liked by the wider community. Therefore, the role of film in society, according to Simonton (2004) is as of a picture of cultural behavior related to gender roles, norms, attitudes, and expectations of society. A film can be regarded as a fantasy world created as a cultural reflection, including a reflection of gender ideology in society. Therefore, films become material objects that are worthy of being used as a source of study considering that films are not merely the result of fiction, but also a reflection of reality (Adi, 2011). This makes sense considering that film is an instrument that at least reflects the cultural conditions of society and is always actively related to changes in the social, political, and cultural context in which the film is produced so that the film can be successful in the market. Therefore, researching films makes it possible to explain the relationship between media and culture. According to Sobchack (1980), media and culture are two things that are significantly related and cannot be separated from each other. The film is one of the main documents in interpreting history and culture.

The interactional relation between film and gender context is always complex and full of conflict. Therefore, this study chose film as a medium to portray gender discourse that is happening globally in this digital era platform because the film is an ideal medium that can be used as a window to understanding how gender continues to change in this contemporary culture. Hunter (1991) states that institutions such as film and television actively define reality, shape the times, and give meaning to the history we witness and experience as ordinary citizens. Films reflect people's daily lives and also provide other alternatives for people to fulfill their daily needs. In addition, films become a source of communal information about human behavior that can be accepted or rejected. In line with Hunter's opinion, Feasley (2008), stated that studying films can present and emphasize the background of the social construction that accompanies it. Bainbridge (2005) states that from a contemporary perspective, film currently provides a gap to open a new counter-hegemonic space that has the potential to form a fluid and less defensive masculinity. It is different from the 70s or 90s era. Therefore, film potentially constructs new perspective on gender along with the development of human culture today and it is crucial to study contemporary film. Mazierska & Năripea (2014) emphasize that, despite being set in different sociopolitical situations and



modes of expression, films depict problematic gender relations and identities, which seem to call into question heteropatrial norms and represent inequality.

Netflix as a worldwide film market is a strategic platform to examine the various gender issues in the world. This is because Netflix is a digital platform that provides content without geographic boundaries. Netflix builds a multicultural ecosystem by popularizing and even producing films from various countries, not only American films but films from across countries. Netflix is a meeting place for the convergence of world cultures so the pattern of interaction, according to Ritzer (1998) has a context-less character, namely a pattern of intercultural communication that appears anywhere and anytime regardless of time and place. Through the films produced by Netflix, the global community can easily interact with each other, learn from each other, and influence each other.

Research on gender in films has been widely studied. It rose sharply at the end of this decade, and most studies linking film with Freudian or Lacanian theory then experienced the development of perspective toward feminist theory and queer theory (Butters, 2014). Research conducted by Yates (2007), Cohan and Hark (1993), Lehman (1993, (2001), Connell (2009), Greven (2009), Rehling (2009), Grant (2007), Kord and Krimmer (2011), Alberti (2013), and Shary (2013), Gherovici (2017), Giannini & Minervini, (2017), McDonald (2018), Puspitawati (2019), Heise et al., (2019), Carleton (2021), with various approaches and methods in exploring film and gender can provide a socio-cultural understanding of gender construction amid the dynamics and development of human culture.

A comprehensive literature review on the representation of gender in Original Netflix content highlights several significant themes and findings. Netflix's model of content production and distribution has allowed for a diverse array of narratives and character types, which has led to more nuanced portrayals of gender compared to traditional broadcasting. Scholars have noted that this platform provides increased visibility for underrepresented genders and more complex portrayals of female characters, offering them greater agency than typically seen in prior media formats.

One key aspect identified in the literature is the intersectionality of gender with other identities, including race, sexuality, and class. Studies have often cited shows like "Orange is the New Black" and "Sex Education" as examples of Netflix Originals that successfully explore these intersections, thereby offering a broader commentary on societal norms and challenges. These series are recognized for their diverse casts and storylines, which reflect a commitment to representing the multifaceted nature of identity and gender (Jenner, 2016).

Moreover, the impact of gender representation on audience perceptions and societal attitudes has been a growing area of interest. Research indicates that positive and diverse gender portrayals in media can influence viewers' understanding of gender roles, potentially fostering more progressive views on gender equality. However, critiques persist regarding the portrayal of gender in some Netflix Originals.



nals. Certain series may inadvertently reinforce stereotypes or offer superficial representations, particularly concerning traditional masculinity and male characters. This tension between progressive storytelling and the need for commercial appeal remains a complex issue (Adhikari, et al., 2015; Alborno & García Leiva, 2022).

The global reach of Netflix further complicates the representation of gender, as cultural contexts play a significant role in shaping these portrayals. The literature suggests that international Netflix Originals provide unique perspectives on gender that are informed by local societal norms and challenges. For instance, the diversity of content in Netflix Originals in Spain highlights the influence of regional cultural contexts on gender representation (Afilipoaie, et al., 2021). This global diversity contributes to a richer, more varied landscape of gender portrayals in media.

Additionally, Netflix's approach to content distribution, including strategies around dubbing and subtitles, has implications for the representation of gender and cultural identities. As Netflix disrupts traditional dubbing practices by using accents for character differentiation, this further complicates how gender and cultural identities are perceived across different linguistic contexts, (Pilipets, 2019; Hayes, 2021)

Overall, while Netflix has made considerable progress in representing gender more inclusively and diversely, the ongoing critical analysis is essential. Such scrutiny will help to understand the implications of these portrayals and push for continued advancements in gender representation in media. The literature underscores the need for a nuanced approach that considers both the potential and limitations of such portrayals in shaping societal attitudes towards gender.

Method

This research is qualitative because it focuses on exposing the meaning of social phenomena. According to Strauss and Corbin (2014), qualitative research is more interested in understanding human life experiences, revealing meaning and social phenomena, uncovering new concepts, and developing new theories. In the analysis of a film, many aspects must be the concern of researchers such as pictures, actors' movements, gestures, language expressions, colors, lights, settings, and so on. Therefore, to interpret the aspects of the film, this study uses Stuart Hall's representation theory. According to Hall Representations are:

Using language to say something meaningful about, or to represent the world meaningfully, to other people.' You may well ask, 'Is that all?' Well, yes and no. Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of a culture. It does involve the use of language, signs, and images which stand for or represent things (Hall, 1997).

Stuart Hall's representation theory provides a powerful framework for understanding how meaning is created and communicated in film. It emphasizes the active role of both the creator (encoding) and the audience (decoding) in this process. Here are the steps in using representation as an approach to film studies.



1. Identifying the system of representation.

Hall (1997) proposed 3 (three) aspect of the system of representation, namely 1) Language, Analyse the dialogue, narration, and text within the film. How words are used to construct meaning, convey emotions, and establish character relationships, 2) Signs and Images, Examine the visual elements, mise-en-scène (setting, props, costumes, lighting, composition), cinematography (camera angles, movement, focus), and editing. How these elements work together to create meaning and convey messages, 3) sound, analyse the use of music, sound effects, and silence. How these auditory elements contribute to the film's atmosphere, emotional impact, and overall meaning.

2. Analyzing the Encoding/Decoding Process:

Encoding is to consider the filmmaker's intentions and the social, cultural, and historical context in which the film was produced. What messages are they trying to convey through the film's representations. Decoding is to analyse how different audiences might interpret the film's representations based on their own social, cultural, and personal experiences. Are there dominant, negotiated, or oppositional readings of the film?

3. Exploring the Levels of Meaning:

4. Denotation and Connotation: Analyse the literal and associative meanings of the film's representations. How these meanings contribute to the overall message. Mythical Level is to Connect the film's representations to broader cultural myths and ideologies. How the film reinforces or challenge prevailing social norms and beliefs. Intertextuality: Compare the film's representations with those in other films, particularly those from different cultural contexts. How this comparison illuminates the film's unique meaning and cultural significance.

By systematically applying this framework, researchers can gain a deeper understanding of how meaning is constructed and communicated in film, and how these representations reflect and shape our understanding of the world.

For time efficiency, this study uses a purposive sampling model. The purposive sampling model in qualitative research means that researchers select individuals or data sources because the data sources have experience or are directly related to the center of the study so that the data selection process can assist researchers in understanding the phenomena (Cresswell, 2012). Selection or selection of data sources with certain criteria. The criteria used by researchers as justification are to prove that the sample is believed to be representative and worth for the sake of time and cost efficiency (Black, 2010). With this purposive sampling model, the criteria for the films chosen as data sources in this study are a) the films selected are Netflix original films, b) non-series films, and c) films in the International Women's Month category. These collections typically highlight female film-



makers, actresses, and stories centered on women’s experiences. The following is a list of films that are the object of study.

Table 1. Object of research

No	Film Origin	Title	Release Year
1	South Korea	Kingdom: Ashin of The North	2021
2	USA	Don’t Look Up	2021
3	South Africa	I am All Girls	2021
4	Indonesia	A World Without	2021
5	French	Santinelle	2021
6	USA	The Weekend Away	2022

Finding and Discussion

The finding showed that American and non-American Netflix original films represent different construction of gender. It is greatly influenced by the country in which the film is produced.

Table 2. Gender Issues Based on Roles in Original Netflix

No	Film Origin	Title	Gender Issues Based on Roles				
			Sexual Abused	Race Discrimination	Social Class Discrimination	Family	Affair
1	South Korea	Kingdom: Ashin of The North	√	√	√		√
2	USA	Don’t Look Up			√	√	√
3	South Africa	I am All Girls	√	√	√		
4	Indonesia	A World Without				√	√
5	France	Santinelle	√		√	√	
6	USA	The Weekend Away	√			√	√

From the 6 films studied, *Kingdom: Ashin of The North* (South Korea), *The Weekend Away* (America), *I Am All Girls* (South Africa) and *Santinelle* (French) describe how sexual violence occurs, especially those perpetrated by men against women and children. Discrimination based on race is only found in the film *I Am All Girls*, namely the African black race, especially children and adolescents who are sold by the white political elite. In addition, the films *I Am All Girls* and *Santinelle* describe the contestation between classes that usually occurs in society. The most complex relationship depicted in all films is the relationship between husband and



wife or between partners. Infidelity is also depicted in the films *Don't Look Up*, *The Weekend Away*, and the film *A World Without*. These three films depict the issue of infidelity in different ways, especially in the film *A World Without* which relates to the issue of polygamy. This is because the film was produced in Indonesia and polygamy is a gender issue that is being debated for its relationship with religion. In addition, in the film *A World Without*, a powerful man (handsome and rich/owns a company) is still constructed as a woman's ideal man. Although women are depicted as independent figures, this film emphasizes that marriage is a symbol of the ideal life. This issue is also depicted in *Kingdom: Ashin of The North*. This is a classic film with a royal era setting. As usual, this genre often mixes romance with action filled with violence and oppression.

Table 3. Gender Issues Based on Sex in Original Netflix

No	Film Origin	Title	Gender Issues Based on Sex				
			Heterosexual	Transgender ¹	Lesbian ²	Gay ³	Bisexual ⁴
1	South Korea	Kingdom: Ashin of The North	√				
2	USA	Don't Look Up	√				
3	South Africa	I am All Girls	√		√		√
4	Indonesia	A World Without	√				
5	France	Santinelle	√		√	√	

While gender issues are related to sex, only the films *I Am All Girls* and *Santinelle* present issues about lesbians and gays⁵. *I Am All Girls* represents the same-sex relationship between Jody and Ntombi who both work as police officers handling human trafficking syndicates. Although not explicitly represented, the relationship between these two female characters is revealed when Jody and Ntombi confess the same feeling, they love each other.

Data 1.

Ntombi: Jody, turn this car, turn this car around!

Jody: Ntombi, you need to tell me, are you working alone or with somebody else?

- 1 LGBT recognized as an extremist community and banned on the territory of the Russian Federation | ЛГБТ признано экстремистским сообществом и запрещено на территории Российской Федерации
- 2 LGBT recognized as an extremist community and banned on the territory of the Russian Federation | ЛГБТ признано экстремистским сообществом и запрещено на территории Российской Федерации
- 3 LGBT recognized as an extremist community and banned on the territory of the Russian Federation | ЛГБТ признано экстремистским сообществом и запрещено на территории Российской Федерации
- 4 LGBT recognized as an extremist community and banned on the territory of the Russian Federation | ЛГБТ признано экстремистским сообществом и запрещено на территории Российской Федерации
- 5 LGBT recognized as an extremist community and banned on the territory of the Russian Federation | ЛГБТ признано экстремистским сообществом и запрещено на территории Российской Федерации

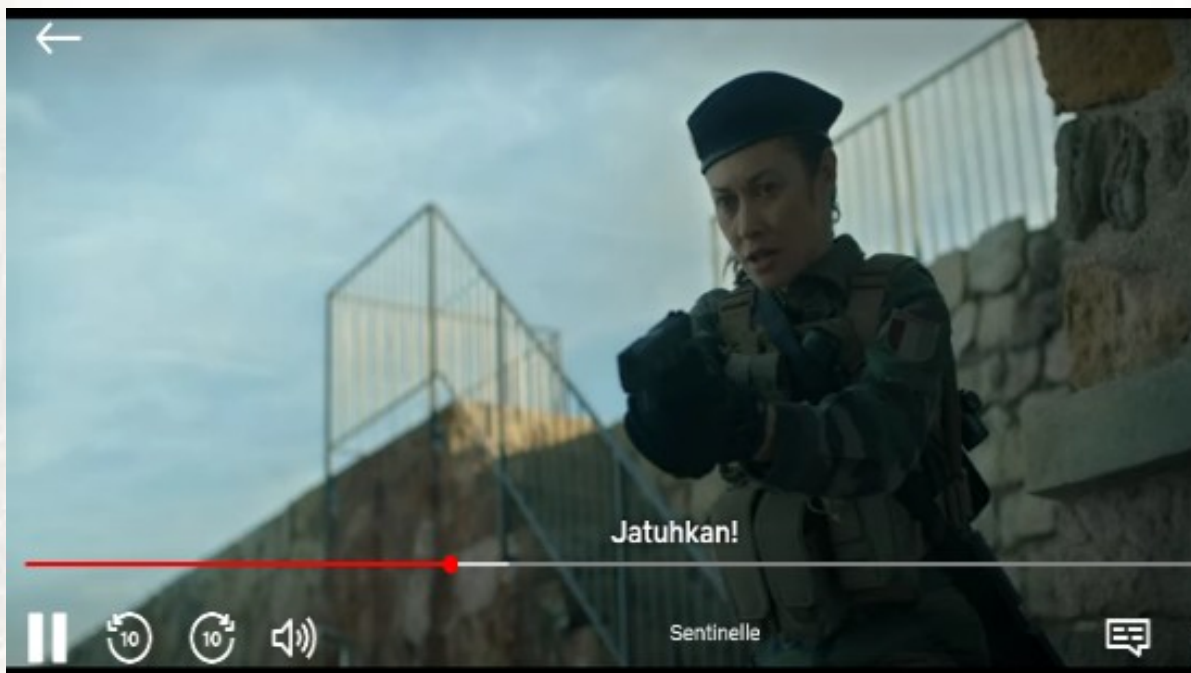


Ntombi: I said stop the car!

Jody: It's fine, look! Talk to me, Ntombi! I love you... (I am All Girls, 2021).

The dialogue above occurs when Jody and Ntombi get involved in a debate after Jody suspects Ntombi is the perpetrator of the serial murders that have been happening all this time. Based on the dialogue above, the sentence *I love you* by Jody emphasizes that Jody has feelings for Ntombi. This remark is explicitly uttered to support the gesture between Jody and Ntombi in the whole story. Finally, before Ntombi dies at the end of the story, Ntombi states that she also loves Jody.

Meanwhile, in the film *Santinelle*, same-sex relationships are seen when Klara (Olga Kurylenko) has sex with a woman she met at a nightclub. *Santinelle* represents the life of a feminist who struggles for justice and freedom from heteronormativity norms. Klara is a female soldier who is trained to live on battlefields and other crimes. A woman who has a masculine character is stronger than her femininity as a woman. She is the protector of her family since her father has gone without news.



Picture 1. Klara Representation in *Santinelle*

Gender Representation in The Kingdom: Ashin of The North and Woman Struggle

Kingdom: Ashin of The North is a South Korean movie that tells the story of a woman's struggle to get justice, especially after her father, who works as a royal spy, goes missing without news. In addition, Ashin (the name of the main character) is struggling to find the perpetrators of the massacre of her family and villagers. Ashin who is a little girl, born and raised among the poor, in her journey often expe-



riences oppression and injustice. The climax is when she works to serve the soldiers of the kingdom and experiences rape. In one of the scenes, there are mother and her daughter waiting and seeing for the pig to be slaughtered and cut into pieces. The mother says to her daughter 'don't look at that, bloods and innards are for the lowborn'. The scene proves that there is a deliberately built distance between social classes in ancient Korean society. Institutions such as the kingdom indeed in many historical records have a dark history of oppression of their people. Power is the only capital for people to dominate others.

Data II.

Ashin: I beg you. Avenge my father. A lowborn weakling like me can't do it. But Joseon can do it. You have the power to punish them.

Joseon Soldier: I'm sorry for your loss, but this is not a matter for Joseon to intervene in.

Ashin: My father was loyal to Joseon all his life. You could at least do the revenge for him now. I will do anything. I will be your loyal spy if you want. Or even work as a butcher if you tell me to. Or even if it is something nastier, I will gladly do anything. (Kingdom: Ashin of the North, 2022).

The dialogue above occurs when Ashin begs the Joseon soldier to punish the people who killed all her family and the villagers where she lives in. The dialogue shows that power is everything to dominate others, control the system, and even construct reality. As a woman, Ashin lives with limitations, has no access, and must work harder to reach her goals. Ashin later became a royal servant, but she was also actively practicing martial arts and archery even though it was done in secret. On her way, although Ashin managed to get revenge, she experienced many problems including being raped by one of the royal soldiers. This representation states that even if a woman (Ashin) achieves her goal in her life, she is still dominated by the system, by social norms about how to be a woman.

Bourdieu (2020), stated that oppression, domination, and other forms of violence are hidden by culture. The problems regarding gender inequality are now common, but their existence is often hidden and actually reinforced by the victims themselves. For example, Ashin gave herself up and was willing to do anything as long as her revenge was avenged. Ashin's actions emphasize that forms of gender inequality occur because of an agreement, not because of coercion.

The Representation of Post-Feminism in *Don't Look Up*

Issues of family, reproductive rights, equality in pay, equality in work, education, and politics are no longer central issues in modern American society today. At least this is seen in the film *Don't look up*. In the context of post-feminism, this film represents how individual freedom is a priority, especially in terms of choosing a path in life.

The film *Don't Look Up* combines the increase of cultural recognition of women and girls as powerful citizens and consumers, offering what may at times seem like a radical movement in terms of dominant gender relations. *Don't Look Up* represents how 'girl power' works in the media culture of this time. This film depicts



the complexity of modern women amid power and technology: a successful housewife, a smart female technologist, a woman leader, and a dominant woman. June is a successful housewife because she succeeded in educating her children and was able to maintain her household even though her husband had an affair. June realized that she had an affair in the past but her husband didn't know so June forgave her husband.

Data III.

June: When we dated in college, I fucked Aaron Tran. (Don't Look Up, 2021).

June speaks as the script above to make sure that what happened to his husband (Dr. Randall), had also happened to her. Finally, June and Dr. Randall forgive each other.

Female smart technologist can be seen in the character Kate Dibiaski. She is Dr. Randall's assistant, an astronomer who discovers the planet-killing comet that is sliding down toward the earth.

A dominant leader woman is represented by Orlean, the President of the United State.

Don't Look Up also shows how 'girl power' works today as a lifestyle. The term 'girl power' refers to the way women choose freely the path of their life. It concerns the importance of being free and independent. Kate Dibiaski, a smart woman who works in technology and science, succeeds in her carrier and falls in love with a slopy man who lives in the street. This scenario seems to highlight that women can do anything, can be better than men, and can have all access in their life but they always need a partner, need a man as the best partner. Pomerantz and Raby (2017) state that 'a smart girl' has become a brand and market, a sexual stereotype, in contemporary culture. It is a necessary asset but it is also a complex lived identity. Furthermore, this film shows that masculinity and femininity are only concepts. Both man and woman can be masculine or feminine, it depends on what performativity they choose. Butler (1990) states that gender only exists if it is performed, sex is just a form, not a substance.

Discussion

The Construction of Gender in Original Netflix Film

a) Coding/decoding Gender on Original Netflix Film

Netflix Original films that are the subject of study generally represent women's struggles to achieve justice. Women are victims of the social system while men as symbols of social systems and institutions are agents or actors. Issues of slavery, sexual violence, and infidelity are the result of men's actions. *Kingdom: Ashin of The North* tells a story of how gender is a big concept that accompanies issues of oppression, power, identity, equality, and also doubt. Gender is a term that refers primarily to the social distinctions made between men and women, between



masculinity and femininity. In this film, the Kingdom symbolizes a patriarchal system that rules the world, as the highest institution that must be served, obeyed, and respected by all levels of society. In these institutions, women and children are the lowest class and their existence is limited so that the barriers between men and women remain firmly rooted, men are special and women are complements. This representation depicts how patriarchy in social reality is the core system that orders the world. Nash (2020) states that patriarchy is a system of relationships, beliefs, and values embedded in political, social, and economic systems that structure gender inequality between men and women. Ashin's character represents women's struggle against these oppressions. Ashin depicts the feminist movement which has always struggled to resist patriarchal norms.

On its part, *Don't Look Up* is a movie that portrays gender contestation in the modern arena, specifically in economic and political arenas. The domination that occurs in human life is the effect of a significant role of capital in determining social class and also the role of gender in society. Bieler and Morton (2021) state that capitalism is structurally indifferent to gender, but there are tensions not least revolving around the question of value, the role of the unpaid worker, and the wider relations between market conditions and power. This power, according to Commane (2020), leads to violence and overexploitation which can be physical, moral, and in the realm of ideas. *Don't Look Up* portrays a leader or president as the holder of the highest power in a country, but her decisions must be through the approval of the owner of the company that funds the presidential nomination. In reality, this kind of work system is found in all social institutions so these forms of injustice and oppression seem to be justified without the slightest resistance even from the victims themselves. Therefore, in this post-feminism era, truth is always constructed. Gender roles are always constructed depending on the interests and economic benefits. Gender no longer recognizes the physical differences between men and women. Gender is an identity that is constructed temporarily, changing, and very vulnerable.

Furthermore, *Don't Look Up* shows that gender based on sex in this modern era is reduced by women's visibility in every aspect of life. The core feature of feminism today emphasizes individualism, choice, and agency. According to Gill (2017), feminism in contemporaneity focuses on woman's body as a site of liberation. Women are culturally recognized as powerful citizens and consumers, which offers something that looks like a radical movement in terms of changing the norms of gender relations that have existed in society. Consider for example relations between June, Dr. Randall, and Brie Evantee (a beautiful, sexy, and famous presenter). Brie has affair with Dr. Randall and at one moment, June knows about this affair. Brie never felt guilty but instead forced Dr. Randall to choose between him or June. Then June joined in forcing Dr. Randall to choose. The scene shows that Brie is the representation of the double-movement of feminism. Brie is a paradox that, according to McRobbie (2004) depicts the dissemination of



discourses about freedom and equality functions as a hegemonic strategy to dilute those very politics, providing the context for the retrenchment of gender and gendered relations.

I Am All Girl and *Santinelle* films are a representation of the struggle of people who have been marginalized and have negative stereotypes – a group that is always considered a group of defects and deviants. The film *I Am All Girl* is a picture of the struggle against racial discrimination and gender identity. This film emphasizes how a black woman struggles to catch human traffickers. In addition, the main character in this film is also described as a lesbian figure.

The two films show how the concept of gender has changed. Traditionally gender is the difference in identity for men and women based on biological facts. Since birth, this gender identity has been determined where possession of the penis is considered a male symbol and the vagina is female. The gender determination impacts the social norms that must be played. Men must be masculine because they have a penis and women have to be feminine for having a vagina. Apart from these two organs, physical characteristics such as muscles, body, voice, and hair on the body also determine one's identity. The concept of gender like this has been deeply rooted in social life. But in this era of globalization, the concept of gender is slowly starting to change and find an alternative form. The rigid gender norms are tried to be changed and become more fluid as in postmodern feminist views which state that the term gender is a dynamic and unstable term. The concept of gender is a plural concept of a social institution. Gender is said to be a concept of a fluid and hybrid identity that separates itself from the male and female binary.

b) Myth as Gender Ideology on Original Netflix

Myth in the context of Stuart Hall's representation is a value system that has become the culture of a society. This means that gender stereotypes that exist in society are social constructions that have become guidelines and basic rules for how to behave. The films that are studied empirically have a strong relationship to the norms and history of gender in society. This history is inseparable from the patriarchal system as the basic norm that regulates the world, organizes the roles between man and woman, and sets the distribution of power between individuals and certain groups. Historically, patriarchy gives space and power more to men than the woman, so men can control themselves and other groups such as women. Man and woman are then defined disproportionately, giving rise to various injustices. These forms of injustice then become the norm and have permeated society so that their existence has never been questioned. Patriarchy has constructively shaped masculinity as the identity of men as the backbone of the family, as opposed to femininity or other marginal groups such as homosexuals¹, (Neibergall & Sánchez, 2020). Therefore, men are a symbol of power, as a sign of success, head of the family, heterosexuality, dominance, and as a model of leadership. The role of

1 LGBT recognized as an extremist community and banned on the territory of the Russian Federation | ЛГБТ признано экстремистским сообществом и запрещено на территории Российской Федерации



women in the public sphere is limited so that men can maintain traditions as the backbone of the family. Therefore, strict separation in the public and domestic spheres becomes important in stabilizing male gender identity through the exclusion of women from the public sphere.

However, several things are currently experiencing distortion along with the increasing role of women and the freedom of identity expression. According to Weir (2017), men are faced with a unique problem, namely the tendency to minimize traditional masculinity stereotypes. Along with the increasing visibility and access of women to various fields and professions, patriarchal norms receive resistance, especially from the women's movement. Netflix films then present various stories about women's resistance to the patriarchal system as in these Netflix Original films.

The film *I Am All Girls*, for example, is a film that tells the story of the struggle of two female detectives in the fight against slavery and human trafficking, especially among women and children in South Africa. The film stars Erica Wessels (Jody Snyman) and Hlubi Mboya (Ntombizonke Ayahi), directed by Donovan Marsh. The film is a Netflix original and was produced in South Africa. In the context of gender, this film highlights the role of women in fighting for women's rights, especially the struggle against slavery, rape, sexual harassment, and the crime of pedophilia. Slavery, rape, and sexual harassment are realities that continue to occur even though they are hidden. The film *I Am All Girls* underscores the vulnerability of women and children, who are often the primary victims of abuse, as reflected in its narrative. It also portrays the lesbian relationship between the characters Jody and Ntombi, adding depth to the story while highlighting the intersection of gender and sexuality in the context of oppression. Historically, women and children have borne the brunt of such exploitation, with many enduring sexual violence at the hands of men, including those within their own families. The film sheds light on these harsh realities, emphasizing the pervasive nature of abuse and the urgent need for justice and societal change. In the film *I Am All Girls*, a child is depicted as a victim of abuse at the hands of her grandfather, who is revealed to be a pedophile with a history of involvement in child trafficking and exploitation. The story highlights the vulnerability of women and children, who are often targeted and subjected to enslavement and sexual violence. This is inseparable from their stereotypes in society. Women are physically considered weak; women do not have the power to control other people. This film emphasizes that gender inequality is the result of the unequal distribution of power between men and women. The character of Ntombizonke Ayahi is described as a woman who experienced abuse and slavery at a very young age, causing a very deep traumatic feeling. When she was young, Ntombi did not have the capital to fight or refuse. But as an adult, she fought for revenge against the group involved in the trade and slavery. Realizing that power is the most important instrument in controlling the opponent, Ntombi becomes a policeman and participates in self-defense training. Although in the end Ntombi was shot and



killed, she managed to kill many criminals and succeeded in exposing the crime of human trafficking committed by government officials. Power is most important to have and it is the media for controlling and negotiating political position (Wrong, 2017).

Jody Snyman, Ntombi's partner in the police, is also struggling to dismantle the crime of slavery, which in the end succeeded in completing Ntombi's grudge against the last official who had not been killed by Ntombi. This film emphasizes that women are also able to play an important role in various aspects. This can be seen in the success of Ntombi and Jody in uncovering crimes and arresting criminals while the commander and other male members were only spectators.

Not much different from the representation of the film *I am All Girls*, the film *Santinelle* also emphasizes that patriarchy is a symbol of oppression and injustice. This film tells how the best soldier who has ever been assigned to the battlefield against terrorists is caught in a conflict with a wealthy technology entrepreneur from Russia (Leonard Kadnikov) who has influence and power in the government. Klara seeks justice for her sister who was raped and tortured by Leonard. Distrust of the justice system makes Klara struggle in her own way until finally, she can kill Leonard. Apart from representing women's struggles, this film also legitimizes lesbian and gay people as social norms. Klara is a soldier with a masculine character so she has an interest in fellow women, while Leonard's son (Yvan Kadnikov) has a feminine character and likes men. This then confirms that gender is not a biological construction that is limited by sex. Gender is a social construction produced by actions. The female gender is not a guarantee for someone to be feminine like the stereotype that has been the norm for society, as well as the male gender which is physically led to be masculine.

In line with the two films mentioned above, *The Weekend Away* (America) implicitly also emphasizes that patriarchy is the source of various problems of discrimination and violence. A husband is the source of all the conflicts represented in this film, from infidelity, betrayal, and murder. All the victims in this film are female characters. The struggle of Beth (Leighton Meester) to find the killer of her best friend, Kate (Kristine Wolfe) reveals another side of her husband's affair, Rob (Luke Norris). Beth continued to experience various intimidations and threats while seeking justice, even the police (Pavic/Amar Bukvic) who handled the case also played a role. In the end, this film confirms that women are not weak creatures like the traditional stereotypes presume. Women are strong personalities like Beth, a wife as well as a housewife who has a child, like Jordy and Ntombi who can carry out their duties as detectives which is a profession for men, and also like Klara, a female soldier who goes to war and guards the territory conflict. The reality, globally, shows that the definitions of men and women which have been reduced by social norms have undergone many changes. Women no longer live up to the old stereotypes; housewives, nannies, weak, and so on. Women are now able to play various roles and can construct their identities regardless of the construction of



men or the patriarchal system. The definition of gender is no longer limited to what should be and what should not be within the norm, but rather what is done and what is desired.

Transnational Gender Stereotype on Netflix Film

a) Globally (un)equal between Men and Women

History proves that gender issues were originally a role conflict between men and women. Globally, men are stereotypes that are more privileged by the patriarchal system than women so men have unrestricted access to all social spheres. Patriarchy has traditionally been defined as a social system in which men control various actions in society through their position as head of the family (Walby, 1989). Patriarchy is the term that gives the name for 'gender inequality' or gender power relations between men and women. In the American context, gender is a problem that has existed since the 17th century, when the patriarchal system had been regulating the roles of men and women. Men and women are different individuals so the form of treatment in society is also different. This has been so deeply entrenched in American society that different roles are a must to accommodate male superiority. This also happened in various parts of the world along with the strengthening of the hegemony and domination of American capitalism and the collapse of the Soviet Union. Along with developments that occur, although still dominant, patriarchy is not the only form that is taken for granted in contemporary era. Patriarchy with its social norms is widely opposed by alternative codes or codes of resistance from women and other marginalized groups today (Shepard, 2006). This occurs in America and other parts of the world including the UK, Italy, France, and other European countries (Castells, 2010; Dialetti, 2011). In Italy, for example, marriage is not an essential thing because women also have the right not to marry and live independently without any ties. The concept of equality was later adopted by American films and non-American films produced by Netflix. These films globally represent that patriarchy symbolized by men and social institutions is the source of the problem of injustice in all treatment. The representation of the films produced by Netflix emphasizes that men and women must share a central element that supports strengthening the relationships that exist, especially in the family. Men should not always be the center or the center in all aspects. Traditional norms such as taking care of children, taking care of the household, educating children are imposed on women, but men must also be agents in domestic roles. Men must also accept the new arena of female identity as a central agent in determining social norms. Moreover, the film industry is deeply intertwined with economic considerations, as financial factors often influence production, distribution, and the themes explored in films. The popular issues that they reinforce and introduce are ways to increase the number of viewers because stories of women's struggles are a source of inspiration and positive examples for women.



b) Globally un(equal) of Race and Social Class

The issue of discrimination based on race and social class inherently connected from gender issues. The unfair treatment that is often experienced by minorities such as black people and lower social classes is a criticism of patriarchy. The anti-racist movement in society started in the 70s, especially in America, almost simultaneously with the feminist movement. In the anti-racial movement, African Americans felt that the feminist movement only fights for the rights of white women and lesbians, while violence and other forms of discrimination against black people were ignored. But in its development, the feminist movement has now become an arena to fight for the rights of black people, too. In the context of the film, black people are a representation of a group of criminals, living below the poverty line, uneducated, and objects of slavery and human trafficking. Historically American films have routinely portrayed African Americans as objects of control, subordination, intimidation, devaluation, and dehumanization. Then criticism and evaluation from society have gained an impact on the representation of Afro-Americans in contemporary films. Afro-Americans are now getting a lot of lead roles, being heroes and educated people. However, the strengthening of the role of African Americans in film representation is often not in line with the fact that discrimination and oppression are still common. Movements such as Black Lives Matter are manifestations of criticism of this treatment. Although the film *I Am All Girls* generally shows discrimination and oppression against black women and children, in one scene it implies that racism still occurs in gender relations, such as white characters who don't emotionally like black couples. This shows that the relationship between races is a norm that is difficult to accept.

c) LGBTQ¹ as Global Gender Norm

Netflix films globally reinforce the existence of groups traditionally rejected by the patriarchal system such as LGBTQ groups (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, and Queer). Through films, Netflix tries to voice new norms such as legitimizing nonheterosexual relationships. Carabí & Armengol (2014) state that films advertise fluid masculinity as an alternative to support the idea about inclusive gender. Films prompt how to act between men and women today and also show the existence of non-heteronormativity. Netflix films convey the message that gender is not something that is limited. Each individual can construct their identity according to what they want. Relationships based on gender are also not determined by sex. Someone who has a vagina does not mean she is a woman so the attraction to the same gender is a natural thing because it is the expression and actions of each individual. This gender construction was later also adopted by non-American films such as *I Am All Girls and Santinelle*.

1 LGBT recognized as an extremist community and banned on the territory of the Russian Federation | ЛГБТ признано экстремистским сообществом и запрещено на территории Российской Федерации



Conclusions

Netflix has a global reach, offering content from various countries and cultures. This presents an opportunity to analyze how gender is constructed in these different contexts and how accurately these representations reflect the realities of each country. In the positive aspects, Netflix has made efforts to increase the representation of women both in front of and behind the camera. This is reflected in the number of female-led shows and films and the diversity of roles they portray. Many Netflix Originals actively challenge traditional gender stereotypes. For example, shows like “Don’t Look Up”, “I am All Girls” and “Santinelle” present complex female characters who defy expectations and break free from societal norms. All those Netflix Originals successfully capture the nuances of gender dynamics in specific cultures, in America, South Africa, and France. They offer insights into the complexities of gender roles and expectations within the context of the countries.

In another aspect, Netflix is still Western-centric Gaze. Despite efforts to diversify, many Netflix Originals still reflect a Western-centric perspective on gender. This can lead to the misrepresentation of gender dynamics in non-Western cultures. For instance, while there’s progress in representing women, there’s room for improvement in showcasing the intersectionality of gender with other identities like race, class, and sexual orientation. This can lead to a lack of representation for certain groups. Some Netflix Originals, while attempting to be progressive, may inadvertently reinforce harmful gender stereotypes. This can happen through the use of tropes or by focusing on certain narratives that perpetuate existing biases.

The accuracy of gender representation in Netflix Originals varies depending on the specific show and the cultural context it portrays. Some shows offer a nuanced and realistic portrayal of gender dynamics, while others fall short. It’s important to critically evaluate each show and consider how it aligns with the realities of the country or culture it represents.

Netflix has made strides in challenging traditional gender norms and increasing the representation of women in its Originals. However, there’s still work to be done in ensuring that these representations are diverse, nuanced, and do accurately reflect the realities of different cultures. By continuing to push boundaries and challenge stereotypes, Netflix can play a significant role in shaping a more inclusive and equitable media landscape.

References | Список литературы

- Adhikari, V. K., Guo, Y., Hao, F., Hilt, V., Zhang, Z.-L., Varvello, M., & Steiner, M. (2015). Measurement Study of Netflix, Hulu, and a Tale of Three CDNs. *IEEE/ACM Transactions on Networking*, 23(6), 1984-1997. <https://doi.org/10.1109/TNET.2014.2354262>



- Adi, I. R. (2011). *Fiksi Populer dan Teori-Teori Interdisipliner dalam Fiksi Populer: Teori & Metode kajian [Popular Fiction and Interdisciplinary Theories in Popular Fiction: Theory & Methods study]*. Pustaka Pelajar. (In Indonesian).
- Afilipoaie, A., Iordache, C., & Raats, T. (2021). The 'Netflix Original' and what it means for the production of European television content. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 16(3), 304–325. <https://doi.org/10.1177/17496020211023318>
- Albornoz, L. A., & García Leiva, M. T. (2022). Netflix Originals in Spain: Challenging diversity. *European Journal of Communication*, 37(1), 63–81. <https://doi.org/10.1177/02673231211012174>
- Bainbridge, C., & Yates, C. (2005). Cinematic Symptoms of Masculinity in Transition: Memory, History and Mythology in Contemporary Film. *Psychoanalysis, Culture & Society*, 10(3), 299–318. <https://doi.org/10.1057/palgrave.pcs.2100054>
- Bieler, A., & Morton, A. D. (2021). Is capitalism structurally indifferent to gender?: Routes to a value theory of reproductive labour. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53(7), 1749–1769. <https://doi.org/10.1177/0308518X211031572>
- Bourdieu, P. (2020). *Language and Symbolic Power* (S. A. Herniwako, Ed.). IRCiSoD.
- Butters, G. Jr. (2014). Masculinity in film: The emergence of new literature. *Choice Reviews Online*, 51(6), 955–963. <https://doi.org/10.5860/CHOICE.51.06.955>
- Carabí, À., & Armengol, J. M. (Eds.). (2014). *Alternative Masculinities for a Changing World*. Palgrave Macmillan US. <https://doi.org/10.1057/9781137462565>
- Carleton, C. W. (2021). *Women in World Cinema: Stories of Struggle and Resistance* [Yale National Initiative]. https://teachers.yale.edu/curriculum/viewer/initiative_06.01.04_u
- Castells, M. (2010). *The End of Patriarchalism: Social Movements, Family, and Sexuality in the Information Age* (2nd, Ed.). Blackwell Publishing Ltd.
- Cohan, S., & Rae Hark, I. (2002). *Screening the Male: Exploring Masculinities in Hollywood Cinema*. Routledge.
- Commene, D. (2020). *How Patriarchy and Capitalism Combine to Aggravate the Oppression of Women*. Committee for the Abolition of Illegitimate Debt. <https://www.cadtm.org/How-Patriarchy-and-Capitalism-Combine-to-Aggravate-the-Oppression-of-Women>
- Dialetti, A. (2011). Defending Women, Negotiating Masculinity in Early Modern Italy. *The Historical Journal*, 54(1), 1–23. <https://doi.org/10.1017/S0018246X10000543>
- Gherovici, P. (2017). *Transgender Psychoanalysis: A Lacanian Perspective on Sexual Difference* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315745107>
- Giannini, M., & Minervini, D. (2017). A Relational Approach for the Understanding of the Hegemonic Masculinities. Insights from Pierre Bourdieu, Georg Simmel and Marianne Weber. *AG About Gender - International Journal of Gender Studies*, 6(11), 1–28. <https://doi.org/10.15167/2279-5057/AG2017.6.11.403>
- Gill, R. (2017). The affective, cultural and psychic life of postfeminism: A postfeminist sensibility 10 years on. *European Journal of Cultural Studies*, 20(6), 606–626. <https://doi.org/10.1177/1367549417733003>
- Greven, D. (2009). *Manhood in Hollywood from Bush to Bush*. University of Texas Press.
- Hall, S. (1997). The Work of Representation. In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications Ltd.
- Hall, S. (2006). Encoding/ Decoding. In M. G. Durham & D. M. Kellner (Eds.), *Media and Cultural Studies: Key Works* (pp. 128–136). Blackwell Publishing, Ltd.
- Hayes, L. (2021). Netflix Disrupting Dubbing: English Dubs and British Accents. *Journal of Audiovisual Translation*, 4(1), 1–26. <https://doi.org/10.47476/jat.v4i1.2021.148>



- Heise, L., Greene, M. E., Opper, N., Stavropoulou, M., Harper, C., Nascimento, M., Zewdie, D., Darmstadt, G. L., Greene, M. E., Hawkes, S., Heise, L., Henry, S., Heymann, J., Klugman, J., Levine, R., Raj, A., & Rao Gupta, G. (2019). Gender inequality and restrictive gender norms: Framing the challenges to health. *The Lancet*, 393(10189), 2440–2454. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(19\)30652-X](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(19)30652-X)
- Jenner, M. (2016). Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. *New Media & Society*, 18(2), 257–273. <https://doi.org/10.1177/1461444814541523>
- Mazierska, E., & Näripea, E. (2014). Gender Discourse in Eastern European SF Cinema. *Science Fiction Studies*, 41(1), 163–180. <https://doi.org/10.5621/sciefictstud.41.1.0163>
- McDonald, T. H. (2018). *Mediated Masculinities: The Forms of Masculinity in American Genre Film, 1990–1999* [PhD Dissertation]. University St. Catharines.
- McRobbie, A. (2004). Post-feminism and popular culture. *Feminist Media Studies*, 4(3), 255–264. <https://doi.org/10.1080/1468077042000309937>
- Nash, C. J. (2020). Patriarchy. In A. Kobayashi (Ed.), *International Encyclopedia of Human Geography* (2nd ed., pp. 43–47). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102295-5.10206-9>
- Neibergall, N. C., & Sánchez, F. J. (2020). Men's transitions in late life: Exploring the influence of male norms. In E. M. Altmaier (Ed.), *Navigating Life Transitions for Meaning* (pp. 31–48). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818849-1.00003-5>
- Pilipets, E. (2019). From Netflix Streaming to Netflix and Chill: The (Dis)Connected Body of Serial Binge-Viewer. *Social Media + Society*, 5(4), 2056305119883426. <https://doi.org/10.1177/2056305119883426>
- Pomerantz, S., & Raby, R. (2017). *Smart Girls Success, School, and the Myth of Post-Feminism*. University of California Press. <https://doi.org/10.1525/california/9780520284142.001.0001>
- Puspitawati, H. (2019). *Gender dan Keluarga. Konsep dan Realitasnya di Indonesia* (Edisi Revisi, Ed.). IPB Press.
- Shepard, A. (2006). *Meanings of Manhood in Early Modern England* (1st ed.). Oxford University Press-Oxford. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199299348.001.0001>
- Simonton, D. K. (2004). The “Best Actress” Paradox: Outstanding Feature Films Versus Exceptional Women’s Performances. *Sex Roles*, 50(11), 781–794. <https://doi.org/10.1023/B:SERS.0000029097.98802.2c>
- Strauss, A., & Corbin, J. (2014). *Basics of qualitative research. Techniques and procedures for developing grounded theory*. Sage Publication Inc.
- Walby, S. (1989). Theorising Patriarchy. *Sociology*, 23(2), 213–234. <https://doi.org/10.1177/0038038589023002004>
- Weir, K. (2017). *The Men America Left Behind*. American Psychological Association. <https://www.apa.org/monitor/2017/02/men-left-behind>
- Wrong, D. H. (2017). *Power: Its Forms, Bases, and Uses* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315127125>



Turkish TV Series as a Soft Power Tool¹

Şerif Arslan (a), & Aytekin İşman (b)

(a) Ondokuz Mayıs University. Samsun, Turkey. Email: serif.arslan[at]omu.edu.tr
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4369-8982>

(b) Sakarya University. Sakarya, Turkey. Email: isman[at]sakarya.edu.tr
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0420-7976>

Received: 13 July 2024 | Revised: 22 October 2024 | Accepted: 30 October 2024

Abstract

The concept of soft power, developed by Joseph Nye in the 1990s, refers to a country's ability to influence others in pursuit of its interests through cultural, political values, and foreign policy, rather than military or economic coercion. Turkey has adopted this strategy by transforming cultural and media elements into tools of foreign policy. Particularly since the 2000s, the significant leap in the television series industry has positioned Turkey as one of the leading countries in television exports globally. This study examines the impact of Turkish television series, a crucial tool of Turkey's cultural diplomacy, on the international stage through content analysis of the series "Gümüş" and "İstanbul Gelin". The analysis reveals that these series idealize and present Turkey's cultural values and lifestyle while simultaneously reflecting and transforming Turkish culture and society in various ways. This phenomenon is notably supported by visual representations that highlight Istanbul as a center of attraction. Furthermore, it has been determined that foreign audiences develop a positive perspective towards Turkey and Turkish culture through these series, indicating that they play a significant role in strengthening Turkey's soft power. In conclusion, it is emphasized that Turkish television series enhance the country's cultural influence on a global scale and support its soft power strategies, thereby strengthening Turkey's position in international relations.

Keywords

Turkish Television Series; Soft Power; Cultural Diplomacy; "Gümüş"; "İstanbul Gelin"; Media and Culture; Turkey's Image; International Relations; Soft Power Strategies; Cultural Representation



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 This study is derived from the doctoral thesis titled "Perception of Soft Power in Turkish Television Series," which was accepted in 2022 at Sakarya University's Institute of Social Sciences, Department of Communication Sciences.



Турецкие телесериалы как инструмент мягкой силы¹

Арслан Шериф (a), Ишман Айтекин (b)

(a) Университет Ондокуз Майыс. Самсун, Турция. Email: [serif.arslan\[at\]omu.edu.tr](mailto:serif.arslan[at]omu.edu.tr)
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4369-8982>

(b) Университет Сакаръя. Сакаръя, Турция. Email: [isman\[at\]sakarya.edu.tr](mailto:isman[at]sakarya.edu.tr)
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-0420-7976>

Рукопись получена: 13 июля 2024 | Пересмотрена: 22 октября 2024 | Принята: 30 октября 2024

Аннотация

Концепция мягкой силы, разработанная Джозефом Найем в 1990-х годах, описывает способность страны влиять на другие государства в достижении своих интересов посредством культуры, политических ценностей и внешней политики, а не военных или экономических методов принуждения. Турция успешно использует эту стратегию, превращая культурные и медийные элементы в инструменты внешней политики. Особенно с 2000-х годов стремительное развитие индустрии телесериалов позволило Турции занять одну из ведущих позиций в мире по экспорту телевизионного контента. В данной работе исследуется влияние турецких телесериалов, являющихся важным инструментом культурной дипломатии Турции, на международной арене на основе контент-анализа сериалов «Гюмюш» и «Стамбульская невеста». Анализ показывает, что эти сериалы идеализируют и представляют культурные ценности и образ жизни Турции, одновременно отражая и трансформируя турецкую культуру и общество. Это явление особенно поддерживается визуальными образами, подчеркивающими Стамбул как центр притяжения. Кроме того, было установлено, что зарубежные зрители формируют позитивное отношение к Турции и её культуре через данные сериалы, что подтверждает их важную роль в укреплении мягкой силы страны. В заключении отмечается, что турецкие телесериалы усиливают культурное влияние Турции на глобальной арене и поддерживают её стратегии мягкой силы, укрепляя позицию страны в международных отношениях.

Ключевые слова

турецкие телесериалы; мягкая сила; культурная дипломатия; «Гюмюш»; «Стамбульская невеста»; медиа и культура; образ Турции; международные отношения; стратегии мягкой силы; культурная репрезентация



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная

¹ Данное исследование основано на докторской диссертации под названием «Восприятие мягкой силы в турецких телевизионных сериалах», которая была принята в 2022 году в Институте социальных наук Университета Сакаръя на кафедре коммуникационных наук.



Introduction

Public diplomacy is defined as a communication process through which a government conveys the ideals, ideas, institutions, and culture of its nation, as well as its national goals and existing policies, to foreign public opinion. A literature review indicates that while there are various views regarding the emergence and definitions of the concept, it is generally accepted that the term “public diplomacy” was first used by Edmund Gullion, the dean of the Fletcher School of Law and Diplomacy at Tufts University, in 1965.

Historically, the classical understanding of diplomacy, which was conducted solely between states, has evolved into new diplomatic practices, particularly since the 19th century, with the advancement of communication technologies. This shift has led to the emergence of approaches such as Liberalism, Behavioralism, Neorealism, Neoliberalism, World-Systems Theory, Critical Theory, and Postmodernism, which argue that international relations and foreign policy are not solely the domain of the state as a single actor. Instead, they contend that civil society organizations, media, think tanks, and other non-state actors also play significant roles. One of the fundamental factors contributing to the development and strengthening of these approaches is the historical context where international relations and foreign policy were primarily based on “security” concerns, and the only counterparts for states were the states on the other side. However, in contemporary world politics, not only states but also public opinion within states, media, civil society organizations, and economic groups constitute the counterparts of states. Therefore, while traditional diplomatic methods promoted a one-sided communication model, new forms of diplomacy practiced since the mid-20th century, referred to in some sources as “soft power” and in others as “public diplomacy,” incorporate a bilateral and effective communication model. One of the essential characteristics of this new diplomacy is that states regard war as a last resort (or, according to many theorists, not even a remedy) and seek to resolve conflicts that arise in international politics through peaceful means.

In this regard, an examination of the literature reveals that the subject is primarily discussed within the discipline of international relations. The topic is often approached in relation to international politics, international actors, power balances, conflicts, and collaborations. As noted earlier, the necessity for a bilateral and effective communication model has also prompted discussions and studies within the discipline of communication sciences. The studies conducted in communication sciences regarding this issue primarily focus on examining the activities of Turkey’s soft power/public diplomacy tools (such as TIKA, YTB, the Public Diplomacy Coordination Office, and the Yunus Emre Institute), revealing that the aspect of “influence” has not been thoroughly examined, which is another significant finding from the literature review.



As the ability to influence international public opinion and agenda has gained increasing importance, public diplomacy has become indispensable to foreign policy. Governments aim to create impact on their foreign target audience through public diplomacy and bring about desired changes in behavior. Consequently, the influence of the represented country on its target audience is heightened in public diplomacy. States engage in public diplomacy efforts, utilizing media to foster sympathy in foreign publics, eliminate misunderstandings, and manage perceptions in desired directions, aligning with foreign policy objectives. Public diplomacy, which signifies soft power for states, has evolved from the traditional understanding of diplomacy, where the hard power (focused on military and economic coercion) of countries takes precedence, into a tool that resonates with people's minds and hearts through values and culture. In this context, the media undoubtedly plays a crucial role for states in influencing and persuading foreign target audiences, as well as in the transmission of culture and ideology.

As a media element, television series also play a significant role in promoting a country and transmitting cultural values to other societies. In this regard, Turkey has notably emphasized its television series sector since the 2000s, transitioning from a country that did not produce series and relied on imports to one that exports series. Research indicates that Turkey is the second-largest exporter of television series after the United States (Cereci, 2014, p. 2-4). The television series exported by Turkey reach various regions, from the Middle East to the Balkans, Asia to Europe, Africa, Latin America, and East Asian countries. The revenue generated from these series was approximately \$100,000, which increased to around \$400 million by 2018. The target for the television series sector in 2023 is expressed to be approximately \$1 billion (aksam.com.tr; Haberturk.com; sozcu.com.tr, 2018).

While discussing all these developments and effects of the media, it is highlighted in the literature that Nye (2020, p. 24) introduced the concept of soft power. Although the concept emerged from the ashes of the discipline of international relations and has been extensively researched in this field, a significant portion of its application area is found within media and communication studies. Soft power refers to a country's ability to enhance its appeal and attractiveness to other countries without resorting to hard power (Nye, 2020, p. 24). After the introduction of the soft power concept, scholars began discussing it and attempting to construct its theoretical framework. Following various criticisms, Nye produced new studies to explain the concept in more detail and to lay out its theoretical foundations. In these studies, he posited that there are three different sources of soft power: culture, political values, and foreign policies, and if effectively utilized, states could influence other countries without resorting to hard power (military intervention, war, economic sanctions, etc.) (Nye, 2004, p. 20-24).

With the initiation of discussions on the soft power concept, public diplomacy practices involving factors external to the state began to give way to soft power practices. In other words, states have started to compete not only in military,



economic, and technological domains with other countries but also in the realm of soft power. In this competition, the United States has produced numerous films since the 2000s that showcase the levels it has reached in technology and convey messages about its role as a global protector (Medin & Koyuncu, 2017, p. 7). The leadership that the U.S. has achieved in this area continues to be reflected in contemporary cinematic works. Following the U.S., countries such as China, Russia, Japan, and India have also produced films that highlight both their own cultures and the other sources of attraction from their countries.

Since the 2000s, Turkey has also begun to participate in both foreign policy strategies and soft power efforts. In this context, two fundamental media pillars of Turkey, TRT and AA, have been transformed. The number of representatives of AA abroad has been increased. Similarly, TRT has implemented comparable practices, launching channels such as TRT 6, TRT World, and TRT Arabic (Aydemir, 2016, p. 325-330).

Within the framework of public diplomacy and soft power, not only the media but also civil society organizations have begun to be utilized effectively. Additionally, organizations such as TIKA have been restructured, and new institutions such as the Public Diplomacy Coordination Office and YTB have been established, along with the implementation of exchange programs and scholarships for international students (Ekşi, 2018, p. 178-200).

These initiatives aimed at the outside world also include Turkish television series. Until the 2000s, Turkey was a country that imported series; however, from this period onward, it began producing its own series. Particularly after 2008, the network of Turkish series began to expand. Following these developments, Turkey has become a country that exports television series. As emphasized in the literature, Turkey is the second-largest exporter of series after the United States. The successful reception of Turkish series in many countries has increased interest in Turkey. Notable series such as “Magnificent Century,” “Valley of the Wolves,” and “Gümüş” have garnered considerable viewership in various countries. In fact, the final episode of “Gümüş” was viewed by approximately 80 million viewers in the Middle East (Deniz, 2010). This situation has been reflected in academic studies, and in recent years, there have been scientific investigations both in Turkey and abroad regarding this aspect of Turkish series. Furthermore, a “Workshop on Turkish Series as a Tool of Public Diplomacy” was held in 2019.

The figures reached by Turkish series in the last decade are seen as a problem worthy of investigation. Following research and literature evaluation, this study aims to answer the following question(s):

- What is the role and impact of Turkish series in Turkey’s soft power?
- How is Turkey represented in Turkish series?
- What are the positive aspects of Turkey depicted in Turkish series?
- What are the negative aspects of Turkey depicted in Turkish series?



- How are Turkey's cultural elements represented in Turkish series?
- What are the soft power elements symbolizing Turkey in Turkish series?

From Theory to Practice: Soft Power

In order to achieve the desired successes in international politics and to justify themselves in the eyes of societies, a country activates certain elements under the umbrella of soft power. Soft power is defined as the ability of a state to get the other party to consent to the desired behavior without using force or hard power, by using elements such as charm and attraction (Nye, 2004, p. 76; 2011, p. 43). In this context, a country's soft power resources include culture, political values and foreign policies. In these times when hard power has lost its importance, states have started to attach importance to soft power elements in order to show their image as strong and to influence foreign public opinion. In this respect, deepening the concept of soft power is important for the content of this thesis.

Before moving on to the concept of soft power, the concept of power should be mentioned. It is one of the most important issues in international relations. The concept of power is often compared and evaluated with the concept of hard power in the process of foreign policy and diplomacy. The traditional view of power that prevails among international politics scholars has been a realist vision. Realists have tended to adopt a hard power concept that focuses on the idea of nations using 'material resources' to influence other nations (Barnett & Duvall, 2005, p. 40; Schmidt, 2007, p. 49-50). According to the classical realist perspective, power has been considered in the context of the relationship of interest and the understanding that 'each state protects its own interest to the maximum extent' has constituted the dominant view in this movement. Realists centered on 'power' in their approach and argued that international politics consists only of states. From this point of view, it was emphasized that clashes of interest were at the root of the wars and disputes seen in ancient times (Gallarotti, 2011, p. 27). Mearsheimer (2001, p. 55) stresses that avidity for power is based on 'certain material capabilities possessed by a state'. These material capabilities are essentially the 'tangible assets' that determine the 'military' power of a nation. Waltz (1979, p. 131) shows a similar hard tendency in defining power by capabilities, consisting respectively of 'population and territorial size, resource endowment, economic ability, military power, political stability and competence'.

Morgenthau (1970) is one of the names that attach importance to power in international relations and has almost become a source of reference in this field (p. 1-5) He states that what is meant by power is interest and that no national or international policy can be produced without power in international politics. According to him, international politics is ultimately a quest for power. However, although the ultimate goals of states may differ, at the end of the day, their most important goal is power or the attainment of power (as cited in H. Özdemir, 2008, p. 118).



This perspective, which is briefly summarized above and referred to as 'Realist' in political science, has been discussed over time and has lost its validity. The search for concepts seen in every field in the post-modern period has also shown its effect in this field. The resulting Liberal/Neoliberal understanding rejected the Realist understanding of power. The liberal approach adopted the understanding of a system of social relations instead of the system of states seen in the realist understanding. Moreover, in the liberal perspective, non-state actors in international relations are also given great importance.

One of the most important contributions to the concept of power in the International Relations literature was made with the concept of 'soft power'. It has been a popular topic in the disciplines of international relations and communication sciences introduced to the literature by Nye in 1990. Nye (2004, p. 15-17) instigated the concept of soft power in response to claims that American power was weakening and declining, and further developed the concept in response to criticism.

Nye (2004, p. 26) stated that there has been a shift in international relations and world politics in terms of power, and in this sense, he emphasized the importance of not only forcing others to change through the threat of military force or economic sanctions, but also setting the agenda in world politics and attracting others. From this point of view, Nye (2004, p. 24) defined soft power as persuasion and attraction rather than coercion and pressure to achieve desired outcomes. According to him, power is becoming less malleable; the influence of coercion on power behavior is losing its importance and being replaced by cooperative power, which tends to emerge from sources such as cultural and ideological attraction. According to him, it is less costly to lead a society if it represents values that others want to adopt.

Soft power is the capacity of a country to exert influence over other countries without exerting military or economic pressure, but rather through cultural appeal, ideals and diplomacy. Unlike hard power in international relations, this concept aims to enable a country to influence another country without using force. This non-coercive, persuasive approach is shaped primarily by cultural values, political principles and foreign policy practices (Nye, 2004; 2011). While hard power uses methods such as military interventions, sanctions or economic pressures, soft power seeks to achieve voluntary cooperation by emphasizing a country's own cultural appeal, political values and policies (Barnett & Duvall, 2005; Mearsheimer, 2001).

Soft power is one of the most important strategies that a country develops to increase its reputation and influence in the world. According to Joseph Nye, this power is shaped by the values, cultural products and political ideals that a country presents to the world and encourages other countries to voluntarily get closer to that country (Nye, 2011). In other words, the goal of soft power is to persuade the people or leaders of other countries to cooperate voluntarily and thus create a global environment favorable to the interests of the country. Unlike hard power,



soft power does not coerce others; it attracts them to act voluntarily. A country's soft power capacity is directly related to its cultural appeal and the success of its foreign policy.

A country's cultural influence is one of the cornerstones of soft power. Culture includes a society's way of life, beliefs, values and aesthetics. Cinema, literature, art, music, fashion and other cultural elements can shape a country's perception in the world. These cultural elements can create a positive image of a country by transmitting its way of life and values to other countries (Nye, 2004). For example, Hollywood movies have helped American culture to spread globally and leave a positive impression on people around the world. Similarly, Japan's anime and manga culture has strengthened Japan's soft power by spreading the country's cultural influence around the world. Culture also reflects national identity and provides a way to connect with other societies. By promoting its cultural products around the world, a country can not only share its own values but also build sympathy and admiration for itself across the globe. This is one of the fundamental principles of soft power.

Soft power is not limited to cultural activities; it is also directly related to political ideals and foreign policy practices. A country's political principles and practices can make it a powerful actor in the international arena. Universal values such as democracy, respect for human rights, and adherence to the rule of law can cause a country to be admired by other countries. For example, the United States' defense of democracy and freedom for many years has made it an attractive model for many countries. In this context, a country's democratic structure and liberal policies can bring it prestige in the international arena and give it an advantage in its relations with other countries.

On the other hand, a country's foreign policy strategies are also an important part of soft power. The search for diplomatic solutions, peaceful approaches and humanitarian aid operations can help a country to be perceived positively on the international stage (Nye, 2011). A country's peaceful and solution-oriented attitudes in international crises can increase its soft power and foster more positive relations with other countries.

Foreign policy is considered one of the most important instruments of soft power. A country's influence on the world depends on the strategies it pursues in foreign policy and the successful implementation of these strategies. Pursuing peaceful policies, respecting international law and offering diplomatic solutions in crisis situations increase a country's soft power capacity. For example, the European Union's prioritization of seeking peaceful solutions in its foreign policy has contributed to its perception as a peacemaker in the international arena, thereby increasing its soft power (Nye, 2011). Moreover, a country's humanitarian aid activities can also be an important indicator of soft power. Aid during natural disasters, humanitarian crises or wars can positively affect the international community's



perception of a country. Such humanitarian aid can increase a country's prestige in the international arena, thus giving it soft power.

For soft power to be effective, a coherent and sustainable foreign policy is necessary. The harmony between a country's foreign policy and its domestic policy determines how successful that country will be in the international arena. A country that does not respect human rights and is not committed to democracy in its domestic policy cannot be credible in its foreign policy. Therefore, in order for soft power strategies to succeed, a country needs to show consistency in its domestic and foreign policies. Moreover, effective use of media and communication tools is also crucial to strengthen a country's international image and enhance its soft power capacity. With globalization, media and communication tools have started to play an important role in international relations. How a country is presented to the world and how it is covered in the media directly affects its international image (Nye, 2004). Therefore, effectively promoting a country's cultural, political and humanitarian values through the media is an important way to increase its soft power.

Soft power offers a space where not only states, but also non-governmental organizations, international organizations and individuals can exert influence. Non-governmental organizations can carry out various humanitarian projects to enhance a country's reputation in the world. International organizations can play an important role in finding solutions to global problems. For example, the United Nations is globally respected for its work in maintaining international peace and security. Individuals can also contribute to soft power strategies. Famous artists, athletes and writers can have a positive impact on the international arena by promoting the cultural values of their countries to the world. For example, Nobel Prize-winning scientist Aziz Sancar, by representing Turkey's achievements in the field of science, has increased Turkey's soft power and positively affected Turkey's reputation around the world. The achievements of such individuals contribute to improving the perception not only in their own fields, but also in the international perception of their countries.

The effectiveness of soft power strategies is also directly related to international cooperation and solidarity. Inter-country cooperation, joint projects and international events play an important role in enhancing soft power. For example, cultural festivals, art exhibitions and sporting events organized jointly by many countries allow different cultures to come together and get to know each other. Such events reinforce a country's soft power and increase its influence in the international arena. In addition, such cooperation increases trust between countries, helping to foster long-term relations.

Soft power should not only be seen as having a positive impact. This is because a mismanaged soft power strategy can lead to the opposite of what is expected. If a country's efforts to spread its cultural elements around the world are not sincere, but only interest-driven, they may be met with a negative international



backlash. For example, a country's efforts to increase its cultural influence may create resistance to that culture, which may weaken its soft power. Similarly, inconsistencies in foreign policy can undermine a country's soft power. Therefore, the effectiveness of soft power depends on adopting the right strategies and a sustainable and sincere approach.

The role of soft power in international relations has gained more importance especially in recent years. The acceleration of globalization, increased access to information and the widespread use of communication tools such as social media have enabled countries to use their soft power effectively. Social media has the capacity to rapidly disseminate a country's cultural elements, policies and values. In this context, social media platforms offer new opportunities for countries to build their international image and increase their soft power (Nye, 2011). For example, a country's social media posts have become an effective tool for promoting its culture, traditions and policies. Therefore, social media strategies are recognized as an important part of soft power strategies.

In general, soft power is an important strategy for increasing a country's influence in international relations. Cultural appeal, political ideals and effective foreign policy practices are the main components of soft power. The effectiveness of a country's soft power depends on the coherence between its domestic and foreign policy, the effective use of media and communication tools, and the contributions of civil society and individuals. Soft power offers a space where not only states, but also international organizations and individuals can contribute. However, the effective implementation of these strategies requires a sincere and sustainable approach. While soft power enhances a country's reputation in the international arena, it also contributes to the development of peace, cooperation and understanding across the globe. In this context, the effective use of soft power by countries is critical to their success in international relations.

The Impact of Turkish TV Series on Turkey's Soft Power

Turkish TV series have recently been effective in increasing Turkey's soft power. Turkey, which imported TV series until the 2000s, has been on the rise in the sector since 2005 and has become a TV series exporting country. Turkish TV series and the TV series sector, which have recently come to the forefront in the international market with quality productions, have achieved significant success in many regions and countries from the Middle East to the Balkans, Asia to South America. According to 2019 data, Turkey has also brought more than 150 TV series to more than 700 million viewers in 146 countries in Europe, the Middle East, Central Asia, Africa, North and South America (Uştuk, 2019).

It is worth mentioning a few points about the success of Turkish TV series. First of all, this success of the series is considered as the success of the sector. In addition, there are also opinions that this success of Turkish TV series does not increase Turkey's soft power, on the contrary, it decreases it (Aydemir, 2016, p. 368;



Yörük & Vatikiotis, 2013, p. 2362). However, two aspects of soft power need to be considered here. The first one is the foreign policy-oriented part of soft power. Nowadays, it is almost impossible for private television channels to produce TV series that are entirely based on the foreign policy of any country. This is because the primary target of the series is the domestic audience. Depending on the success and ratings in the domestic audience, these series are sold to other countries. The second dimension of soft power is the element of attraction. Today, Turkish TV series are known to significantly contribute to Turkey's soft power by influencing viewers' perceptions of the country through their depiction of locations, objects, socio-cultural dynamics, and the economic status of characters (Bilis & Bilis, 2018, p. 407-408).

Another element that needs to be mentioned in relation to the series is that although the series are put on the market by the producers, marketing companies are in charge of exporting them. Turkish TV series are mostly exported through marketing companies. However, this does not mean that this is always the case. In the same way, a production company can also market its own products. For example, major Hollywood studios like Universal Pictures, Warner Bros., Disney, Fox, MGM, and Sony are often perceived as production companies, but they typically do not create their own content. For example, *The Matrix* is produced by Joel Silver, but Warner Bros. is the company that sells it to the world (calinos.com, 2011). The majority of soap opera exports in Turkey (around 80%) are carried out by companies such as Calinos Entertainment and Global Agency. Calinos Entertainment is the first Turkish company to market and sell television programs such as films, television series, documentaries and soap operas to local and international markets (Karlıdağ & Bulut, 2014, p. 79-80).

Turkish TV series have an important role in Turkey's soft power. Turkish culture, Turkey's historical and natural beauties, its secular and democratic structure, family lifestyles, local clothes and products, local games, etc. are conveyed to the world through TV series. This rising success of Turkish TV series was also recognized at the state level and in March 2019, the "Turkish TV Series Workshop as a Public Diplomacy Tool" was organized in cooperation with the Presidential Communications Directorate and Istanbul University (IU) Faculty of Communication. In his message to the workshop, Prof. Dr. Fahrettin Altun, Presidential Communications Director Prof. Dr. Fahrettin Altun mentioned the successes achieved by the sector and stated that Turkish TV series tell the historical texture of Turkey together with its modern face and meet with more than 500 million viewers from 156 countries. Mr. Altun also stated that the Turkish TV series sector, with an export volume of over 350 million dollars, ranked second after the US in this field, and that he believes that the Turkish TV series sector will reach an annual export figure of 1 billion dollars in 2023, especially with new efforts to be made for the Western European market (iletisim.gov.tr, 2019).



It is known that Turkish TV series are watched with interest especially in the Arab region. In this sense, Turkey is seen as a role model in Arab countries both in terms of its form of government and lifestyle. An assessment made on a news website on the subject is noteworthy. In the evaluation, as stated above, Turkey's style of governance and the way of life of the Turkish society are seen as a role model by the Arab peoples in terms of how a balance between East and West can be achieved (porttakal.com, 2019). According to the website, one of the reasons why Turkish TV series are so popular and followed with interest is that Arabs see in them "a society that balances tradition and modernization". In this respect, according to many thinkers, the "modern life that does not reject tradition" in Turkish TV series appeals to Arabs. It is also stated that there are many elements in Turkish TV series that are new but not alien to Arabs, and this creates a sense of 'they are like us' in Arabs. Thus, in Turkish TV series, this lifestyle, which Arabs desire but cannot yet have, is shown to the audience and made attractive. In other words, in general, the feeling of 'identification' that Turkish TV series create in the Arab public can be stated as the main reason for this success (porttakal.com, 2019).

The main appeal of Turkish television series is the 'modern' lifestyle they present to the viewer. From an Arab perspective, modernity is particularly inherent in certain types of gender relations and gender equality. In general, the image of women in Turkish TV series (with exceptions) is portrayed as 'modern', with economic independence, able to hold and rise through the ranks, make decisions and express opinions within the family. In this respect, women in Turkish TV series have a freer stance in society, are involved in professional life and have fairly liberal relationships with men compared to most of their Middle Eastern counterparts. Arab women have also expressed a strong appreciation for the romantic male characters featured on their social media accounts. Another contributing factor to the appeal of Turkish TV series is that they are presented in an environment of opulence and luxury, inhabited in the mansions of the Bosphorus (Yigit, 2013, p. 292).

Deniz (2010, p. 63), who examines the role of Turkish TV series in Arab communities with the example of "Gümüş" ("Gümüş" Series), evaluates the secularization of the society and the issues of women's social role and freedom as the main reasons for the interest of Turkish TV series in the Arab society, in particular "Gümüş" (Nur). In addition, Turkish TV series have captured an important audience potential as they convey to the audience issues that are seen as social problems in Arab countries but cannot be voiced in public spaces (Deniz, 2010, p. 63). The finale of the series, which aired in Turkey under the name "Gümüş", was watched by approximately 85 million people in the Arab world. The Arab public's interest in Turkish TV series has also been echoed in the Western media. New York Times writer Michael Kimmelman (2010) in his article, argues that Turkey effectively markets its cultural value through TV series and uses soft power, and that



the Turkish TV series wave, led by the series “Gümüş” (Nur in Arabic), has made its way to Arab television with series such as *Yaprak Dökümü*, *Kurtlar Vadisi*, *Asmalı Konak*, *Ihlamlar Altında*, *Aşk-ı Memnu*, from crime thrillers to conspiracy thrillers, and has used a kind of soft power. According to Kimmelman (2010), from the small screen to the dining tables, living rooms and bedrooms of Arabs from Morocco to Iraq, Turkey has begun to exert an influence that the United States can only dream of. He also argues that Turkey’s cultural exports are not accidental, but have been enhanced by its political moves, such as sending an aid flotilla to Gaza, challenging US sanctions against Iran, talking tough to its former ally Israel, and giving an Islamic color to Kemal Atatürk’s constitutional secular state.

Today, TV series such as *Diriliş Ertuğrul*, *Payitaht Abdülhamid*, *Muhteşem Yüzyıl*, *Kurtlar Vadisi*, *Kara Sevda*, *Kara Para Aşk*, *İstanbullu Gelin*, *Binbir Gece* are watched with great interest in Arab countries, but this interest has also brought some criticisms. At the heart of the criticism is the claim that some of the values in the series are not in line with Arab-Islamic values. Scenes of alcohol consumption, extramarital affairs, having children and abortion are some of the points that Turkish TV series have been criticized in Arab countries.

Berg (2017, p. 49) found that Turkish TV series contributed significantly to the rise of Turkey’s soft power, Turkish TV series played a decisive role in the formation of a positive image of Turkey among Arab students, and students saw Turkey as a friend of Arabs and a successful model. Berg also found that (2017, p. 50-52) students admire Ottoman history because it is perceived as a period when Muslims, not Arabs, were collectively important, rather than seeing Turkey’s imperial past as a period of Arab oppression. Another remarkable result of Berg’s (2017) study is the statements of female participants. The study emphasizes that the views of female respondents have changed in recent years and that their desire to visit Turkey is driven by the beautiful landscapes they see in Turkish TV series, which provides a significant boost to the country’s tourism sector. In addition, Turkey is perceived as a model country that Arab countries aspire to be, as its society represents an ideal fusion of Eastern and Western values, which contributes greatly to the overall positive view of the country.

One of the TV series recently exported abroad is “İstanbullu Gelin”. Özcan Deniz, who plays a rich businessman from Bursa under the name ‘Faruk Boran’ as the lead actor in the series, plays a romantic and understanding character, which has been shown as an example by Israeli women. However, the fact that Israeli women constantly cited Faruk (Özcan Deniz) as an example for their own wives caused some men to react harshly on social media. So much so that an Israeli man finally couldn’t take it anymore and rebelled on social media. In the video shot by an Israeli man, he said, “People like Faruk Boran do not exist in reality, if you want someone like Faruk, go to Faruk. Go to Turkey. Leave me alone!” (internethaber.com, 2019a).



Through Turkish TV series, Turkey's historical, touristic and natural beauties are conveyed to foreign audiences and, as Berg says, can attract foreign communities. In particular, those who followed the series from Arab countries wanted to visit Turkey. For example, a travel agency in Jordan reported a 20-25 percent increase in bookings when they added the mansion where the TV series "Gümüş" was filmed to their tour (Kurt, 2019, p. 231).

Turkish TV series are watched not only in Arab countries and Arab societies, but also in different regions and countries of the world. One of these regions is the Balkans, where there are common historical and cultural ties. The fact that many societies have become accustomed to Turkish TV series is considered a plus in terms of ratings. In this respect, Varol (2016) attributes the success of the series, which are exported to different geographies such as the Balkans, the Middle East and South America, to the human-centered stories in the series, the naturalness of the relationships and the differences between East and West. For Albania, most of these productions are derived from literature and traditional stories from the Middle East and the Balkans. This assessment provides an opportunity to comment not only on the results for Albania, but also on the Balkans in general. The success of Turkish TV series in the Balkans is attributed to the fact that Turkish TV series favor the patriarchal family structure over the Western family model.

To illustrate the above with a few examples, in the summer of 2005, the TV series *Yabancı Groomat* (The Foreign Groom), which was broadcast on weekdays in Greece, attracted great attention and subsequently different series started to be broadcast on different Greek TV channels. In 2010, Bulgaria imported 27 different Turkish TV series such as *Binbir Gece* and *Yaprak Dökümü*, making it Turkey's second largest exporter of TV series. The data from these years alone shows that the Balkans is a good market for Turkish TV series (Ağırseven & Öрки, 2017, p. 848). In this sense, we can define the Balkans as the golden age of Turkish TV series in the 2010s.

Atay (2016) treats on the success of Turkish TV series around the world and on 'modernity in doses', 'religiosity in doses'. According to Atay, Turkish TV series that are able to project the secular Islamic formula onto the screen of imagination, accompanied by competent storytelling and talented acting, are watched with 'envious' interest by Muslim societies, especially by women. In his column on Turkish TV series, Atay (2016) states that the power of Turkish TV series, especially in the 'Eastern-Islamic' geography, lies in the 'image of life' they present, and that this is achieved through the image of 'modernity in moderation – religiosity in moderation'.

Apart from these, it is also stated that Turkish TV series contribute to the tendency of foreign viewers to buy clothes, hairpins, etc. that they see in TV series. (Kurt, 2019, p. 230). Aljammazi's (2017: 156) research is important in this sense. In his research measuring the impact of Turkish TV series on the consumer



behavior of Saudi viewers, he found that there is a significant relationship between watching TV series and consuming products.

The fact that Turkish TV series are watched with great acclaim globally increases the interest in the characters of the series. For example, Kivanç Tatlıtuğ and Tuba Büyüküstün, who play the lead roles in Turkish TV series, have broken sales records in the Middle East with their eponymous perfumes (Kurt, 2019, p. 231). In another example, the famous actor Can Yaman was welcomed with great interest in Italy and this situation became an agenda in Turkey as well (onedio.com, 2019).

Turkish TV series have become a part of daily life in the countries and regions where they are broadcast. Turkish TV series not only contribute to the transmission of Turkish traditions, customs and culture, but also to the spread of Turkish language and the formation of a large fan base. Just as Turkish viewers incorporate the jargon and characters from TV series into their daily lives, foreign audiences do the same, as supported by research conducted by Euronews. In an interview with tourists from the Middle East, it was stated that people who could not identify with Brazilian or Argentine TV series felt affinity towards Turkish TV series (Ökmen & Göksu, 2019, p. 261). This shows that foreign viewers establish para-social interaction with Turkish TV series, which is the identification of a person with an actor or a character from a TV series, by comparing the problems he/she sees in the TV series with his/her own problems. In this sense, we can say that Turkish TV series, especially in the last 10-15 years, have achieved significant success in terms of script and storyline. While Turkish TV series broadcasted in the late 90s and early 2000s generally progressed with plots such as honor, murder, rich girl-poor boy (or vice versa), today's series convey universal stories to the audience.

Turkish TV series are effective instruments of soft power in different geographies and countries dominated by the Ottomans and Turkey. From this perspective, TV series act in Turkey's favor as a media tool. In addition to direct financial contribution, TV series play an important role in contributing to many sectors, attitudes towards Turkey and its vision. One of the clear reasons for the success of Turkish television series in the Middle East and the Balkans is that Turkish plots appeal culturally to viewers who have a stake in Ottoman/Muslim history as well as to viewers who can identify with it. In the series, some political issues are integrated into the Turkish way of life, while some forms of modernity are still of great interest in many geographies and countries. What Bahrain's Minister of Culture Mai Bin Mohammed al Khalifa said about this issue in an interview is quite meaningful. Mai Bin Mohammed al Khalifa said that contemporary Turkish TV series offer an image of stability where contemporary practices and Western lifestyles can coexist with Islamic and Arab identities and culture. Al Khalifa also notes that the image that Turkish TV series project of Turkey is one of an open and engaging culture with both Eastern and Western appeal among the different traditions and practices of today's world (Rousselin, 2013, p. 19).



One of the regions where Turkish TV series have a significant potential is South America, where countries such as Brazil, Argentina, Venezuela and Colombia are located. After years of importing TV series especially from Brazil, Turkey started to sell TV series to these countries in the 2010s. Turkish TV series have been widely watched in this region and have been among the top-rated productions. According to 2016 data, in Chile, Peru, Panama and Uruguay, there are at least four Turkish TV series among the top 15 programs in all categories. Furthermore, a study conducted in Argentina found that viewers of Turkish TV series find familiar indicators of their own culture in the series (Göksun, 2018, p. 74-75). As mentioned above, the fact that Turkish TV series tell universal stories and take as their theme events that can be seen and experienced all over the world shows that there is a para-social interaction between the viewers and the characters of the series.

In this regard, the BBC's report on the viewers of Turkish TV series in South America is noteworthy. Tali (2016), in "An unlikely story: Why do South Americans love Turkish TV?" reveals why Turkish TV series are popular and widely watched in South America, despite the fact that the country is many kilometers away. Marcela Mera, a 42-year-old Chilean living in the capital Santiago, is, in her own words, a devoted viewer of Turkish TV series. Mera says it is easier for her to relate to the series than US TV shows, and she likes that Turkish shows focus on old-fashioned romance rather than what she sees as the over-sexualization of Hollywood. In her interview, Marcela noted the cultural similarity in the series despite the distance between them, emphasizing the high quality of Turkish productions (Tali, 2016).

In addition to these successes of Turkish TV series, it is necessary to briefly mention the productions "Diriliş Ertuğrul" and "Payitaht: Abdülhamid" broadcast on TRT. TRT, which continues its broadcasting activities with the understanding of public broadcasting, has started to focus on series productions since 2005. In this process, series productions with universal themes on local, regional and international issues met with the audience one after another. The most important of these series are undoubtedly "Diriliş Ertuğrul" and "Payitaht: Abdülhamid". Both series are watched by millions of people both in Turkey and abroad. One common feature of both series is their adaptation of the past to the present while reflecting current political, social, and economic developments in global politics (Devran, Göksun & Okumuş, 2018, p. 86-87). Both series are likewise viewed as soft power tools for conveying the government's domestic and foreign policy messages and strategies to audiences at home and abroad (Devran, Göksun & İhtiyar, 2018, p. 66, 105-107; Ökmen and Göksu, 2019, p. 285-286).

The "Diriliş Ertuğrul" series, which brings to the screens the life of Ertuğrul Gazi, who laid the foundations of the Ottoman Empire, and the struggle of the Kayı Tribe, which he led, has been exported to 71 countries. The highly acclaimed series was watched by more than 21 million people in all countries where it was broadcast in early 2020, as the world struggling with the coronavirus turned



to digitally broadcast series (yenisafak.com, 2020). The interest in the series has been widely reported in both the Turkish and foreign press. One of these news stories is an article by Aina Khan in *The Guardian* titled “Ertuğrul: how an epic TV series became the “Muslim Game of Thrones”. As the title suggests, the series is portrayed as a ‘Muslim Game of Thrones’ and its global success is mentioned. According to the report, its global appeal to the Muslim diaspora stems from its positive portrayal of Islamic rituals and writings, including words of wisdom from one of the greatest Muslim philosophers, Ibn' Arabi of Andalusia (Khan, 2020).

In light of the above-mentioned data, it is clear that Turkish TV series have a global appeal. In this sense, the number of studies on the effects of Turkish TV series on Turkey’s soft power is increasing day by day. Today, soft power is important in terms of explaining, promoting and attracting countries. Especially in recent times, when regional conflicts and political discourses have hardened, the use of soft power is an important argument.

Purpose and Importance of the Research

The study aims to contribute to the field by filling the literature gap briefly summarized above. In addition, it is known that TV series can positively affect/influence the image of a country. Therefore, the study is important for guiding the sector on how to use TV series more effectively to enhance Turkey's image abroad, which elements to incorporate, and which comprehensive steps to take.

Within the scope of the study, answers to the following research questions were sought:

RQ1: How is Turkey represented in Turkish TV series?

RQ2: How are Turkish people represented in Turkish TV series?

RQ3: What are the social problems highlighted in Turkish TV series?

RQ4: What are the effects of these series on Turkey’s image?

RQ5: What are the elements of Turkey that are shown as positive/positive in Turkish TV series?

RQ6: What are the elements of Turkey portrayed as negative/negative in Turkish TV series?

RQ7: What are the cultural elements emphasized in Turkish TV series?

RQ8: How are the cultural elements of Turkey represented in Turkish TV series?

RQ9: What are the soft power elements that symbolize Turkey in Turkish TV series?



Method

Television series is a field that can be studied using different methods. Semiotics, reception analysis, surveys, discourse analysis, etc. are some of the methods used in studies on television series in the discipline of communication sciences. In this study, content analysis method was used to reveal how Turkey, Turkish people and Turkish culture are represented in Turkish TV series exported abroad.

In this context, the population of the study consists of Turkish TV series exported abroad between 2008-2018 and all foreign students studying in Turkey.

For the case study analysis, a universe consisting of Turkish TV series exported abroad between 2008-2018 was determined. Table 1 shows the Turkish TV series exported abroad in the specified date range. Interviews were conducted with different individuals and institutions in the creation of the table. The data in this table was obtained from *Global Agency*, one of the organizations exporting Turkish TV series abroad, through a personal interview. News websites were also used (www.gunes.com, 2019; www.ensonhaber.com, 2019; listelist.com, 2019; www.hurriyet.com.tr, 2018; www.milliyet.com.tr, 2019; www.sabah.com.tr, 2019).

Table 1. Turkish TV Series Exported Abroad between 2008-2018 (Created by the author)

Series	Countries Monitored	Number of Sections	Period
What's Fatma Gül's Crime?	Middle East, Africa, Balkans, Turkic Republic Countries (Iraq, Iran, Kuwait, United Arab Emirates, Saudi Arabia. North African countries, Egypt, Tunisia, Algeria, Morocco, Libya)	80	2010 -2012
Black Money Love	Middle East, Balkans, Europe, Turkic Republics	54	2014-2015
20 minutes	Middle East, Africa, Balkans, Turkic Republic Countries (Iraq, Iran, Kuwait, United Arab Emirates, Saudi Arabia. North African countries, Egypt, Tunisia, Algeria, Morocco, Libya)	25	2013
Sıla	Middle Eastern Countries, Africa, Greece, Bulgaria, Bulgaria, Romania, Serbia, Croatia, Slovenia and Macedonia, Iraq, Iran, Kuwait, United Arab Emirates, Saudi Arabia. North African countries, Egypt, Tunisia, Algeria, Morocco, Libya	79	2006 - 2008
Ezel	Middle East Countries, Africa, Greece, Bulgaria, Bulgaria, Romania, Serbia, Croatia, Slovenia and Macedonia	71	2009 - 2011
Unforgettable	Middle East Countries, Africa, Greece, Bulgaria, Bulgaria, Romania, Serbia, Croatia, Slovenia and Macedonia	90	2009 - 2011



Magnificent Century	Middle Eastern Countries, Africa, Greece, Bulgaria, Romania, Serbia, Croatia, Slovenia and Macedonia, Iraq, Iran, Kuwait, United Arab Emirates, Saudi Arabia. North African countries, Egypt, Tunisia, Algeria, Morocco, Libya	139	2011 - 2014
One Thousand and One Nights	Argentina, Azerbaijan, Bosnia and Herzegovina, Brazil, Bulgaria, Chile, Colombia, Greece, Hungary, Peru, Venezuela, Indonesia, Uruguay, Peru, Venezuela, Ukraine,	90	2006 - 2009
Silver	Middle East, North Africa	100	2005 - 2007
Black Love	Mainly Middle Eastern countries, Greece, Peru, Argentina, Uruguay	74	2015 - 2017
Diriliş Ertuğrul	Approximately 70 Countries (Middle East and surrounding areas)	150	2014 - 2019
The Brave and the Beautiful	Europe and the Balkans	32	2016 - 2017
My Homeland You	Sold to 50 countries in Chapter 13	59	2016 - 2018
Istanbul Bride	Albania, Romania, Croatia, Bulgaria, Bosnia and Herzegovina, Greece, Georgia, Kazakhstan, Montenegro, Israel, Argentina, Chile, Peru, Uruguay, Brazil, Panama, Mexico and Costa Rica	87	2016 - 2019

As can be seen in the table above, a large number of TV series were exported abroad between 2008-2018. This situation necessitates the narrowing of the sample population. In the study, the following TV series were selected as the sample using the purposive sampling method, which is a non-probability based sampling method. The reason for the selection of these TV series in particular is that they were both exported to many countries in the above-mentioned date range. As an interim note about the series in the table, the series “Gümüş” was broadcast in Turkey between 2005 and 2007. However, since the series started to be exported abroad in 2008, it was included in the study.

Table 2. TV Series Selected as Sample in the Study (Created by the author)

Series	Season aired in Turkey	Number of Episodes
İstanbullu Gelin	2017-2019	87
Silver	2005-2007	100
Total		187



Table 2 refers to the main mass/universe of the study in the case study analysis. In this respect, the main mass of the study consists of 187 episodes, which is the total number of episodes of the two series selected as the sample.

The selection of these TV series as a sample is based on the fact that they were broadcast in different historical periods in Turkey and that each series was exported abroad in different historical periods. Thus, it is possible to see how Turkey is represented in these series in different historical periods. Another criterion for selecting these series as a sample is that they were exported to different parts of the world.

In content analysis, different techniques are used according to the subject being studied. Frequency analysis, categorical analysis, evaluative analysis, contingency or relationship analysis and other analysis techniques constitute the most commonly used data collection techniques in content analysis (Bilgin, 2006, p. 18-25). In this context, categorical analysis, one of the content analysis techniques, is used in this study. Categorical analysis is the division of a message into units and then the classification of these units into categories according to certain criteria. In this context, the series taken as a sample above were previewed. After the first previews, the main categories were identified by the researcher (Karadaş, 2017; Gökçe, 2001; Yıldırım, 2015; Bekiroğlu & Çakın, 2016). These categories are as follows:

- Representation of Cultural Elements,
- Representation of Spiritual Elements,
- Representation of Social Elements and
- Representation of Spaces.

These categories were determined as the basic units of analysis to reveal the way Turkey conveys its cultural and social values to international audiences and the role of these series in soft power strategy. The contents of these themes can be explained as follows:

Representation of Cultural Elements

The representation of cultural elements aims to reveal how Turkey's traditional values, customs and cultural heritage are portrayed in the series. This category focuses on examining elements such as traditional rituals, Turkish hospitality, feasting, local food, music and dance. In the content analysis, the frequency of cultural elements and the positive or negative expression of these elements were evaluated. How cultural values are represented in the TV series is analyzed as an important element that reinforces Turkey's soft power.

Representation of Spiritual Elements

The representation of spiritual elements examines how spiritual and ethical concepts such as family ties, loyalty, sacrifice, moral values and religious rituals are portrayed in TV series. This category aims to reveal how spiritual values, which have a deep place in Turkey's social structure, are conveyed to the audience in the TV series. In the content analysis, the frequency of spiritual elements and



the way they are portrayed were analyzed in detail. How these elements affect Turkey's image and soft power strategies in the international arena is evaluated.

Representation of Social Elements

The representation of social issues focuses on the ways in which social themes such as social problems, generational conflict, violence against women, rich-poor relations and family conflicts are portrayed in the series. This category focuses on how social issues are reflected in the series and how this reflection conveys Turkey's understanding of social justice and human rights to international audiences. The analysis evaluates the frequency of these social themes, the way they are presented to the audience and their potential to contribute to Turkey's soft power.

Representation of Spaces

The representation of places focuses on examining the narrative of the spaces and places used in the series. This category analyzes how the Bosphorus Strait, historical buildings, tourist attractions, rural and urban areas are portrayed in the series and how Turkey's natural and historical beauties are conveyed to the audience. In the content analysis, the frequency and representation of places are evaluated through their role in promoting Turkey's cultural heritage and aesthetic values at the international level.

Content analysis based on these categories provides a systematic method to understand how the TV series "Gümüş" and "İstanbul Gelin" represent Turkey's cultural and social values and how these representations contribute to Turkey's soft power strategies. All data were evaluated through thematic coding and frequency analysis, aiming to reveal how the series are used as soft power tools.

Findings

In this section, the findings regarding Turkey's representation in the international arena through the series "Gümüş" and "İstanbul Gelin" are evaluated. Both series possess strong narrative elements that reflect Turkey's cultural, spiritual, and social values, successfully showcasing the traditions, family structures, and social dynamics of Turkish society. In this context, analyzing the content of the series will provide important insights into how Turkey's soft power is constructed and how the country's cultural identity is conveyed to international audiences through this power. First, the focus will be on how themes are developed in these series and the frequencies of thematic content, followed by an examination of the role these contents play in Turkey's representation.

Representation of Turkey in the TV Series "Bride of Istanbul" and "Gümüş"

In this study, how Turkey's cultural, spiritual, and social values are represented through the series "Gümüş" and "İstanbul Gelin" has been examined. Both series stand out as significant narrative tools that reinforce Turkey's soft power by



presenting the traditional family structure, cultural rituals, and social dynamics of Turkish society to a broad audience. By focusing on the scripts and character structures of the series, a detailed analysis has been conducted on how these values are conveyed to the international audience. In this context, findings regarding how Turkey's cultural and social structure is reflected, taking into account the frequencies and ratios of the thematic content of the series, are detailed in Table 1.

Table 3. Distribution of Key Concepts Related to Themes in the Series

Themes	Gümüş Series		İstanbul Gelin Series		Total
	F	%	F	%	
Representation of Cultural Elements	146	26	215	27	361
Representation of Spiritual Elements	178	32	196	25	374
Representation of Social Elements	95	17	163	21	258
Representation of Places	134	24	221	28	355
Total	553	100	795	100	1348

Table 3 provides a detailed distribution of the themes present in the TV series “Gümüş” and “İstanbul Gelin”. The series “Gümüş” is represented by 146 examples (26%), while “İstanbul Gelin” features 215 examples (27%) in terms of cultural elements. These proportions indicate that both series emphasize cultural elements significantly, but “İstanbul Gelin” addresses these elements more effectively. Particularly in “İstanbul Gelin”, family ties, traditions, and local elements are highlighted, contributing to a sense of Turkey's cultural diversity and allowing viewers to experience this richness. To provide a concrete example from the series, the dominant character in “Gümüş” is Mehmet Fikri Bey, the head of the Şadoğlu family. Since other characters in the family genuinely understand each other's temperaments and personalities, he assumes the role of the ‘main man’ through his interventions during tensions and critical moments among the family members. This aspect of Mehmet Fikri Bey reflects the traditional Turkish family structure. Whether in the traditional family life of rural areas or in modern family structures, the ‘man/father’ holds a significant function in Turkish family life and lifestyle. In Turkish family structures, the father or the head of the household is the final decision-maker. Generally, discussions and conflicts that arise within the family culminate in the father having the last word on any action to be taken. In this sense, Mehmet Fikri Bey, as the leader of the family in “Gümüş”, plays a key role in resolving issues by asserting his authority on various matters. Furthermore, one of the significant themes representing Turkey's cultural, social, and moral values in “Gümüş” is



the necessity of family members gathering together for meals and breakfasts. Traditional rituals, such as *iftar* dinners during the month of Ramadan, are depicted in later episodes of the series. In Turkey, evening meals have become a ritual where all family members participate, whether in traditional or modern family structures. For all individuals, evening meals are viewed as a singular gathering time when important matters can be discussed. The Şadoğlu family generally represents a family that is connected to its cultural values. However, the portrayal also emphasizes a family that experiences oscillations between this traditional structure and what is referred to as a Western-style modernity. Family members sometimes consume alcohol on special occasions. The traditions and customs conveyed to the audience in the series include the engagement ceremony depicted in the first episode. Additionally, the cultural value of family elders greeting one another during festive days can also be expressed as another cultural element portrayed in the series. The Şadoğlu family represents a family with a wide circle of relatives. Therefore, guests frequently visit both the holding and the mansion. Elements such as greeting guests while standing, providing refreshments, and seeing guests off as they leave are other cultural elements depicted in the series.

In “İstanbul Gelin”, similar themes are evident regarding Turkey’s cultural values. One of the cultural values conveyed to the audience in the series is the important practices of animal sacrifice and distributing food, which are significant elements of Islam and Turkish culture. The Boran Family has gone through many disasters. First, due to Adem’s secret plan, the Boran family’s major companies became involved in smuggling and their stock market shares plummeted. Moreover, in order to manage the compensation lawsuits they faced and to pay their debts to the banks, the Boran Family sells all their valuable possessions, including their historic mansion. During this process, Faruk begins working at a friend’s company in Istanbul to cleanse the family’s reputation and restart life anew. In the following episodes, they overcome all these challenges by reaching an agreement with Adem. Meanwhile, Faruk has a daughter. Upon their return to the mansion, Esmâ Hanım sacrifices an animal as a vow, prepares food for distribution, and donates clothes and money to those in need in Bursa. The most important element primarily conveyed to the audience in the series is the Boran family’s deep-rooted history and the reflection of the feelings stemming from this past in the present. An important aspect here is the determination of not only Esmâ Hanım but all family members to preserve the traditional structure of the Boran family. The traditional arranged marriage seen in the patriarchal structure and traditional Turkish culture is portrayed to the audience.

From the perspective of spiritual elements, the series “Gümüş” stands out with 178 examples (32%), while “İstanbul Gelin” follows with 196 examples (25%). This indicates that “Gümüş” focuses more on spiritual themes and addresses these elements through the inner conflicts of its characters. This approach allows the audience to establish an emotional connection with the characters, which



significantly contributes to Turkey's soft power. On the other hand, in "İstanbullu Gelin", spiritual elements are examined in a more social context, emphasizing the characters' relationships with society and their cultural roots. Thus, this series also conveys strong messages about social values to the audience.

To provide examples of the representation of spiritual elements in the series, a review of the "Gümüş" script reveals that Turkey's traditional family structure and family ties are effectively represented. In this context, the Şadoğlu family is portrayed as wealthy and upper-class while preserving traditional ties, with the hierarchical structure within the family predominantly. The father figure, Mehmet Fikri Bey, delivers significant messages to viewers through his explanations in many episodes regarding spiritual elements. In these messages, he emphasizes topics such as unity, cooperation, and solidarity, highlighting that the Turkish nation survives with these values. His speech at an award ceremony serves as a notable example:

"... of course, I accept this award not on my behalf but on behalf of the Şadoğlu family, which is the most important entity in my life. When the family is united, the homeland is united, and the nation is united and strong..."

In terms of social elements, "İstanbullu Gelin" offers a more pronounced thematic structure with 163 examples (21%) compared to "Gümüş", which has 95 examples (17%). This suggests that "İstanbullu Gelin" delves deeper into the social dynamics among characters, family structures, and societal relationships. The emphasis on social rituals such as holiday greetings and gift exchanges enhances the cultural richness of the series and creates a positive image of Turkey's social values. These social elements not only strengthen the emotional ties established with the audience but also provide significant support for Turkey's soft power.

There are numerous examples of social elements in the series. For instance, the social problems depicted throughout the "Gümüş" storyline include generational conflict, rich-poor conflict, family intrigues, and disagreements between brides and mothers-in-law. Such problems are prevalent in almost all series, giving the impression that they are issues that can be encountered in any family, anywhere. Particularly, there is an emphasis that the lifestyles and experiences of the wealthy are "not as they appear from the outside." Furthermore, these problems are made increasingly complex in the later episodes to keep the audience engaged with the storyline. One of the social problems presented in the series is the rich-poor division/conflict. As seen in the dialogue above, the series is structured around the relationship between a wealthy man and a poor girl. The Şadoğlu family, in general, finds Gümüş and her mother strange in the early episodes of the series. For example, when Gümüş and her mother arrive in Istanbul, they all have dinner together. When Gümüş's mother crumbles bread into the soup, everyone looks at each other in surprise, reacting negatively to this behavior.



The series “İstanbul Gelin” also addresses some social problems in Turkey. In this context, the social issues conveyed to the audience in the series include violence against women, generational conflict, and infidelity. While these issues are encountered in other countries as well, they are also a significant wound for Turkey. Although the depiction of these subjects in the series may somewhat weaken Turkey’s image, the message conveyed reflects a global collaboration against violence towards women and children. Violence against women is presented in the first episode of the series. Faruk has made a significant deal with a foreign businessman, Rado, for his company. Later, Rado expresses his desire to stay in Istanbul for a few nights and proposes going to a nightclub to celebrate the deal. Despite having promised his mother to come home for dinner, Faruk cannot resist Rado’s persistent insistence and they go to a nightclub. In the nightclub they visit, Süreyya performs on stage with the leading artist. At the same time, in the first episode, Faruk and Süreyya meet unexpectedly. Seeing Süreyya there excites Faruk. Rado, who is heavily intoxicated, mistakenly believes Süreyya is a prostitute working at the bar and expresses his desire to be with her to Akif. Akif tells him that the place is not that kind of venue and warns him sternly. When the leading artist and Süreyya leave the stage, the drunk Rado immediately goes after Süreyya. Just as he is about to assault her and force her into his car, Faruk and Akif intervene. They quickly take Süreyya from Rado’s grasp and apologize to her. The incident here conveys the issue of women being perceived merely as sexual objects. Although this behavior is scripted, the fact that it is exhibited by a foreign businessman refers to the previously highlighted theme of global collaboration.

In the representation of locations, “İstanbul Gelin” stands out significantly with 221 instances (28%) compared to the 134 instances (24%) in “Gümüş.” “İstanbul Gelin” incorporates the historical and cultural richness of Bursa, integrating the locations with the characters’ stories, which facilitates the audience’s connection to local culture. While spatial elements enhance the depth of the story, they also reflect Turkey’s cultural identity, becoming a part of its soft power. Although spatial elements also hold significant importance in “Gümüş,” the more effective and meaningful use of locations in “İstanbul Gelin” enhances the impact of the series on the audience. The abundance of locations in “İstanbul Gelin” positively contributes to Turkey’s soft power. While a large portion of the series takes place in Istanbul and Bursa, Faruk and other family members, along with the actors, occasionally organize tourist trips to different regions of Turkey. The locations featured in the Istanbul episodes of the series are presented to the audience as attractions. The Maiden’s Tower, the Bosphorus bridges, and venues with Bosphorus views, Galata Tower, the Golden Horn Bridge, and waterfront mansions and locations have been represented as elements reflecting Istanbul’s charm and allure. Additionally, the places Faruk and Süreyya visit in Istanbul to escape from work and family issues are also shown to the audience. Faruk often surprises Süreyya by taking her to Istanbul. The environments where Faruk and Süreyya experience life in these



Istanbul locations are depicted as places that enhance Turkey's soft power and allure. In the episodes set in Bursa, various locations have been used. The historical mansion where the Boran family lives, Bursa Bus Station, Uludağ, the daycare where Süreyya and Dilara work together, İpek's family house, Bursa market, and Bursa Grand Mosque are among the most frequently shown locations in the series. In particular, Bursa market and Bursa Grand Mosque are often featured as promotional elements and backgrounds during scene transitions. Bursa Castle is also included among the locations shown in this context. These places stand out as locations that play a role in promoting Bursa and increasing Turkey's attractiveness. Moreover, when people think of Bursa, the first place that undoubtedly comes to mind is Uludağ. Since "İstanbullu Gelin" began during the mid-season, Uludağ, one of Turkey's largest ski resorts, was frequently featured in the early episodes. A similar situation is observed in "Gümüş." The series predominantly takes place in Istanbul, but different episodes have been filmed in other cities outside Istanbul. For example, as mentioned in the script, the Şadoğlu family traveled to Afyon, their hometown, for the engagement. Some parts of the series also take place there due to the family's roots. In the Istanbul scenes, the series generally spans 3-4 different locations. The Şadoğlu family's home and the Şadoğlu Company are primarily where the series unfolds. Particularly in Istanbul, views of the sea and the Bosphorus are frequently presented to the audience.

The allure of the Istanbul Bosphorus is well-known to everyone. The geographical structure of Istanbul, which connects two continents, attracts the interest of both Turks and foreigners. In the analyzed episodes of the series, the historical and touristic locations in Istanbul are presented as elements of attraction. Places such as Hagia Sophia, the Maiden's Tower, Galata Tower, and the Golden Horn are conveyed to the audience as iconic sites associated with Istanbul.

In conclusion, the table clearly illustrates the differences and similarities in the distribution of themes within the contents of "Gümüş" and "İstanbullu Gelin." Both series contribute to Turkey's soft power by presenting cultural, spiritual, social, and spatial elements within a rich narrative; they introduce the audience to Turkey's social structure, values, and cultural identity. The deep themes offered by these series not only strengthen Turkey's cultural presence on an international level but also reinforce social ties and cultural interactions, thereby enhancing Turkey's soft power.

The Construction of Turkey's Cultural Identity in Series within the Context of Soft Power

In this section of the study, we focus on the representation of cultural, spiritual, and social values highlighted in the series "Gümüş" and "İstanbullu Gelin" under the headings of The Treatment of Key Concepts Related to Themes in the Series and The Construction of Themes in the Series. These series serve as



significant narrative tools that reinforce Turkey’s soft power and have the potential to present the richness of Turkish culture and societal values to a wide audience.

First, a detailed analysis is provided regarding how the concepts mentioned in the first table are processed in both series, as well as the frequency and diversity of their treatment. This analysis reveals how the series reflect Turkey’s cultural identity and the impact of this identity on the international audience.

Subsequently, the findings concerning the construction of themes in the series are evaluated in the second table. In this process, the strengthening of social bonds through characters, settings, and plot structure will be examined, as well as how Turkey’s soft power is represented.

Table 4. The Treatment of Key Concepts Related to Themes in the Series

Themes	Concepts Covered	Sequence	Gümüş Series			Sequence	İstanbulu Gelin Series			Total
			Processing Method				Processing Method			
			+	-	+/-		+	-	+/-	
Cultural elements	Hospitality	26	26	0	0	45	40	0	5	71
	Art and literature	12	9	1	2	27	20	4	3	39
	Family structure	29	10	14	5	34	25	3	6	63
	Food culture	10	5	3	2	21	17	1	3	31
	Religious rituals	21	18	0	3	28	21	3	4	49
	Festivals	12	10	0	2	14	12	0	2	26
	Traditions	25	17	3	5	42	37	0	5	67
	Other	11	6	3	2	4	2	1	1	15
Total	146	101	24	21	215	174	12	29	361	
Spiritual values	Family love	30	21	3	6	24	21	0	3	54
	Loyalty	16	11	2	3	30	22	5	3	46
	Sacrifice	19	15	2	2	19	11	6	2	38
	Tolerance	28	24	0	4	37	28	5	4	65
	Justice	15	9	4	2	23	12	9	2	38
	Integrity	26	21	0	5	17	14	0	3	43
	Collaboration	35	26	7	2	41	38	0	3	76
	Other	9	4	3	2	5	2	1	2	14
Total	178	131	21	26	196	148	26	22	374	
Social themes	Women's rights	10	2	5	3	36	12	18	6	46
	Right to education	4	1	2	1	12	3	6	3	16
	Social justice	14	4	7	3	18	4	12	2	32
	Class distinctions	5	3	2	0	9	2	6	1	14
	Child rights	7	2	4	1	14	3	6	5	21



	Unemployment	13	4	6	3	21	9	7	5	34
	Law	19	6	10	3	29	12	10	7	48
	Domestic violence	17	0	14	3	17	14	0	3	34
	Other	6	1	3	2	7	2	2	3	13
	Total	95	23	53	19	163	61	67	35	258
Places	Natural beauty	37	31	3	3	56	51	0	5	93
	Historical buildings	18	18	0	0	38	31	4	3	56
	City life	25	7	14	4	34	25	4	5	59
	Rural areas	7	1	5	1	14	5	3	6	21
	Traffic	19	3	12	4	26	7	14	5	45
	Local architecture	9	6	1	2	29	8	13	8	38
	Infrastructure	16	4	9	3	18	4	9	5	34
	Other	3	2	0	1	6	3	1	2	9
	Total	134	72	44	18	221	134	48	39	355
TOTAL		553	327	142	84	795	517	153	125	1348

Table 4 presents a detailed analysis of the ways in which themes are treated in the series “Gümüş” and “İstanbul Gelin”. Through this table, it is possible to comprehensively evaluate the cultural, spiritual, social, and spatial dimensions of the content offered by the series by considering each data point with its percentage values.

In the Cultural Elements section, the theme of hospitality is addressed at a rate of 26% in “Gümüş”, while “İstanbul Gelin” processes this theme at a rate of 40%. This situation indicates that “İstanbul Gelin” emphasizes hospitality, one of the prominent values of Turkish culture, more intensively. The emphasis both series place on the theme of hospitality provides an important example of the social structure of Turkish culture. The theme of family structure is addressed at 29% (29 positive examples) in “Gümüş” and 34% (34 positive examples) in “İstanbul Gelin”. The importance given to family structure in both series demonstrates the prominence of family values and relationships in Turkish society. Family relationships play a crucial role in strengthening social bonds and ensuring social solidarity.

The theme of food culture is processed at a rate of 10% (10 positive examples) in “Gümüş” and 21% (21 positive examples) in “İstanbul Gelin”; this reveals that food culture holds significant importance in both series, with “İstanbul Gelin” providing more content on this topic. Food, as part of Turkish culture, aids in strengthening social bonds while also offering a cultural experience to the audience.

Religious rituals are depicted at a rate of 21% (21 positive examples) in “Gümüş” and at 28% (28 positive examples) in “İstanbul Gelin”, highlighting these themes’



effectiveness in conveying Turkey's religious and cultural richness to the audience. Religion and culture play a significant role in shaping the values of society.

In the Spiritual Values section, the theme of helping one another stands out at 35% (35 positive examples) in "Gümüş", while it is processed more extensively at 41% (41 positive examples) in "İstanbul Gelin". This indicates that the concepts of helping and solidarity are significantly present in both series, emphasizing their importance in the social structure of Turkey. Helping and solidarity serve as one of the cornerstones of Turkish society, playing a vital role in maintaining social cohesion.

The theme of tolerance is addressed at 28% (28 positive examples) in "Gümüş" and at 37% (37 positive examples) in "İstanbul Gelin". We can say that these themes reflect the tolerant nature of Turkish society. Tolerance is a crucial element in ensuring cultural diversity and social unity. The theme of familial love is depicted at a rate of 30% (30 positive examples) in "Gümüş" and 24% (24 positive examples) in "İstanbul Gelin". The theme of familial love emphasizes the importance of family ties and affection in Turkish society; family plays a significant role in shaping individuals' identities and values.

In terms of Social Themes, women's rights are addressed to a lesser extent at 10% (10 positive examples) in "Gümüş", while they hold significant importance at 36% (36 positive examples) in "İstanbul Gelin". This indicates that "İstanbul Gelin" focuses more on gender equality and women's rights issues. The right to education is also given limited attention at 4% (4 positive examples) in "Gümüş" and is explored more at 12% (12 positive examples) in "İstanbul Gelin". This suggests that the right to education is important in both series; education plays a key role in determining individuals' social and economic positions. The theme of social justice is represented at 14% (14 positive examples) in "Gümüş" and at 18% (18 positive examples) in "İstanbul Gelin", indicating that social justice holds a significant place in both series. The themes of children's rights and domestic violence are also treated at varying rates in both series; this illustrates that social issues in Turkey are addressed in both narratives.

Concrete examples of how social themes are constructed in the series can be observed. One of the social problems depicted is the class distinction/conflict between the rich and the poor. As seen in the dialogue above, the plot is centered around the relationship between a rich man and a poor girl.

In the section on Representation of Spaces, "Gümüş" draws attention with natural beauties at a rate of 37% (37 positive examples), while "İstanbul Gelin" stands out with 56% (56 positive examples). This indicates that "İstanbul Gelin" emphasizes Turkey's natural beauty more. Highlighting natural beauty serves as an important tool in promoting Turkish culture and lifestyle. Historical buildings are addressed at 18% (18 positive examples) in "Gümüş" and at 38% (38 positive examples) in "İstanbul Gelin", demonstrating that both series draw attention to Turkey's historical and cultural heritage; this heritage forms a society's identity and cultural



memory. Urban life is represented at 25% (25 positive examples) in “Gümüş” and at 34% (34 positive examples) in “İstanbul Gelin”, showcasing Turkey’s urban life and social dynamics to the audience. Rural areas are depicted at 7% (7 positive examples) in “Gümüş” and at 14% (14 positive examples) in “İstanbul Gelin”, addressing the significance of rural life; rural living plays a crucial role in preserving social values and traditions.

In conclusion, this table illustrates how the themes of “Gümüş” and “İstanbul Gelin” are processed and the percentage rates at which these themes are reflected, demonstrating a strong engagement with Turkey’s cultural richness, spiritual values, and social issues, thereby contributing to Turkey’s soft power. Both series effectively present the values and cultural identity of Turkish society to an international audience, influencing how Turkish culture is perceived abroad. In this context, the series significantly contribute to the promotion and dissemination of cultural values as part of Turkey’s soft power strategies on the international stage.

Table 5. How Themes are Constructed in Sequences

Themes	Concepts	Gümüş series		İstanbulu gelin series		Total
		Seq.	%	Seq.	%	
Cultural Elements	The series strengthens social bonds through the richness of cultural elements, traditions and customs	19	2	34	3	53
	Preservation of traditions creates a strong sense of belonging between the characters	13	1	27	3	40
	Cultural heritage reinforces national identity through links to the past	23	3	38	4	61
	Art and literature foster cultural interaction by enabling audiences to make emotional connections	9	1	16	2	25
	Family ties are an element that strengthens the characters' motivations	32	4	42	4	74
	Local festivals in the series provide an opportunity for the community to come together and share cultural values	13	1	18	2	31
	Muslim characters promote tolerance in society through religious rituals	19	2	23	2	42
	Hospitality contributes to deepening the relationships between the characters	37	4	46	5	83
Spiritual Values	The characters in the series glorify social values through family love	56	6	62	6	118
	Loyalty and commitment play an important role in the characters' relationships	46	5	69	7	115
	Sacrifice conveys powerful messages by revealing the moral depth of the characters	53	6	43	4	96



	Loyalty demonstrates the characters' attachment to past relationships	35	4	52	5	87
	The theme of friendship emphasizes the importance of perseverance in the face of adversity	78	9	47	5	125
	Social solidarity is evident in the way characters support each other	56	6	39	4	95
	Characters set an example for the audience by acting with a sense of honor and responsibility	34	4	25	3	59
	Moral values stand out as the key elements that guide the characters' choices and behavior	63	7	56	6	119
Social Themes	The theme of social justice explores conflicts and solutions in the series	15	2	21	2	36
	Women's rights enable the characters to assume their social roles as strong individuals	19	2	18	2	37
	Class distinctions are treated as an important element shaping the social dynamics between the characters in the series.	8	1	14	1	22
	Migrant issues send messages about how differences can coexist in society	4	0	2	0	6
	The right to education plays an important role in the personal and social development of characters	17	2	11	1	28
	Children's rights are frequently emphasized in the characters' stories as the guarantee of the future	13	1	9	1	22
	The series promotes social peace by addressing conflict and reconciliation processes	11	1	13	1	24
	Social injustices are criticized as they shape the characters' motivations	35	4	25	3	60
Places	The locations deeply reflect urban culture and social interactions in the series	43	5	54	5	97
	The protection of historical sites sends an important message about the preservation of cultural identity	27	3	42	4	69
	The role of places in social interaction determines the dynamics between characters	21	2	36	4	57
	Nature and environmental awareness is integrated into the lives of the characters to instill environmental responsibility	17	2	23	2	40
	The importance of places in cultural identity enables characters to connect with	24	3	39	4	63



the past					
Urban transformation stands out as a reflection of social changes in the series	15	2	26	3	41
Local architectural elements reflect the cultural characteristics of the community in which the characters live	19	2	17	2	36
TOTAL	874	100	987	100	1861

Table 5 presents an opportunity to analyze the societal and cultural impacts of both “Gümüş” and “İstanbul Gelin” by illustrating how themes are constructed and their percentage distributions. This table is particularly valuable for understanding how the concepts within the series are represented and how these structures contribute to Turkey’s soft power strategies.

Cultural elements emerge as significant components that strengthen social ties in the series. For instance, hospitality is represented at a rate of 37% (37 sequences) in “Gümüş” and at 46% (46 sequences) in “İstanbul Gelin”. This indicates that “İstanbul Gelin” develops social connections among its characters more robustly. Hospitality, as a fundamental aspect of Turkish culture, emphasizes the importance of social solidarity and sharing, thus contributing to the soft power strategies of both series.

Additionally, the assertion that cultural heritage reinforces national identity through connections to the past is reflected at 23% (23 sequences) in “Gümüş” and at 38% (38 sequences) in “İstanbul Gelin”. This suggests that “İstanbul Gelin” engages more deeply with cultural elements, allowing viewers to establish connections with their cultural identities more effectively. Family ties also hold significant importance in both series, with 32% (32 sequences) in “Gümüş” and 42% (42 sequences) in “İstanbul Gelin”. The theme of family serves as a powerful element reflecting social solidarity in Turkish society, offering messages about the preservation of cultural values to the audience.

Among the spiritual values, family love is represented at a rate of 56% (56 sequences) in “Gümüş” and at 62% (62 sequences) in “İstanbul Gelin”. This indicates that both series aim to exalt social values, but “İstanbul Gelin” emphasizes this theme more prominently. Additionally, the theme of friendship is highlighted at a rate of 78% (78 sequences) in “Gümüş”, while it has a lower representation at 47% (47 sequences) in “İstanbul Gelin”. The high rate in “Gümüş” underscores the importance of solidarity and mutual assistance, providing moral support and courage to viewers, thereby contributing to the strengthening of social ties.

Among social themes, social justice is addressed at 15% (15 sequences) in “Gümüş” and at 21% (21 sequences) in “İstanbul Gelin”. This shows that both series tackle social injustices and strive to promote social peace. Women’s rights are represented at 19% (19 sequences) in “Gümüş” and at 18% (18 sequences) in “İstanbul Gelin”. This result indicates that the empowerment of women and the emphasis on their social roles are significant aspects in both series. Moreover,



social solidarity is clearly visible in how characters support one another, with “Gümüş” at 56% (56 sequences) and “İstanbul Gelin” at 39% (39 sequences).

The role of settings in the series deeply reflects urban culture and social interactions. In “Gümüş”, settings are represented at 43% (43 sequences) and at 54% (54 sequences) in “İstanbul Gelin”. This suggests that “İstanbul Gelin” places greater emphasis on the importance of settings, deepening the social interactions of its characters. Furthermore, the preservation of historical sites emerges as an important message in both series, with “Gümüş” at 27% (27 sequences) and “İstanbul Gelin” at 42% (42 sequences). This conveys a strong call for the need to protect cultural heritage.

Both “Gümüş” and “İstanbul Gelin” contribute to the social dynamics and cultural identity of society by deeply exploring Turkish culture and values. These series play a significant role in enhancing social values while also contributing to Turkey’s soft power strategies, helping viewers find their own identities and strengthen their cultural ties. The contents of both series have become important tools for reinforcing social bonds, elevating cultural values, and consolidating national identity. In this context, it is evident that the messages conveyed by the series are essential elements to consider regarding social change and cultural transformation.

Conclusion and Evaluation

Soft power has become one of the cornerstones of contemporary international relations and diplomacy. In the post-Cold War era, the concept of soft power has gained prominence as states have changed their approaches to the use of power. In this context, cultural and social values have begun to play an important role alongside military and economic power in the foreign policies of countries. Studies examining how media, particularly television series, function as tools of soft power are crucial for understanding the international impact of Turkish series. This study investigates how Turkish series are received abroad, the strategies employed by Turkey to reinforce its soft power, and how these series represent Turkish culture, values, and social dynamics.

The international popularity of Turkish series not only serves as an entertainment element but also significantly influences the shaping of Turkey’s image. Turkish series are widely viewed on television channels in many countries, thereby increasing the visibility of Turkey’s cultural elements, lifestyles, and social values around the world. The fact that most Turkish series are filmed in Istanbul has contributed to the city’s positioning as an international attraction, sharing its natural beauty, historical structures, and cultural richness with the world through these series. Symbolic locations, such as the views of the Bosphorus, the Golden Horn Bridge, and Hagia Sophia, leave a profound impact on the viewers of the series and enhance curiosity about Turkey.



Firstly, a deep analysis of the cultural elements in these series reveals that they play a crucial role in reinforcing social cohesion and national identity within Turkish society. Cultural themes such as family ties, hospitality, and the preservation of traditions are skillfully woven into the narratives of “Gümüş” and “İstanbullu Gelin”. The representation of hospitality, forming one of the cornerstones of Turkish culture, serves not only as a narrative element but also as a means of showcasing solidarity and social cohesion within Turkey’s societal structure. In this context, the emphasis on family relationships and cultural heritage demonstrates that the series do not only entertain but also foster a sense of belonging and a social identity among viewers. Celebrating traditional values and practices fosters a shared cultural consciousness among local and international audiences, strengthening Turkey’s cultural heritage.

The characters in the series are often portrayed as wealthy and affluent individuals, allowing for the reflection of a lifestyle related to Turkish culture. This representation positively shapes viewers’ perceptions of Turkey abroad, reinforcing its image as a modern and dynamic nation. However, the wealth and luxury depicted in the series are also presented with a critical perspective; there is a noticeable effort to balance traditional lifestyles with modern ways of living. In this context, Turkish series illustrate how traditional values intertwine with modern lifestyles, providing viewers with a broader perspective.

Most female characters in the series emerge in strong and independent roles, such as businesswomen or executives, contributing to discussions about gender equality. Emphasizing women’s presence in the workforce carries a positive message regarding the empowerment of women in Turkish society while also strengthening impressions of Turkey’s modernization process in the international arena. Such representation can serve as an inspiring example for female viewers in other countries. Additionally, the analysis of the roles of women and men presented through the characters shows how gender norms are constructed and reproduced. The female characters in “Gümüş” and “İstanbullu Gelin” are depicted as strong and independent individuals, transcending traditional images of femininity. This dynamic plays a crucial role in discussions on gender equality in Turkey and fosters the redefinition of women’s roles in society. The fact that female characters step beyond traditional homemaker roles can also be viewed as a reflection of social change and women’s empowerment. In this context, the representation of women in these series strengthens Turkey’s stance on women’s rights on international platforms and supports the country’s modernization process.

Family relationships and social bonds hold significant importance in the content of Turkish series, highlighting themes such as family values, unity, and togetherness. Viewers are conveyed the message that the family is one of the cornerstones of the social structure. The complex relationships and intrigues among the characters attract viewers’ attention and increase interest in the series. This situation demonstrates that Turkish series serve an important function beyond



being mere entertainment tools; they also play a role in transmitting social values and norms. The emphasis on moral values in the series highlights the ethical frameworks that guide human relationships in Turkish society. Values such as loyalty, honesty, and sacrifice are frequently portrayed through the characters' behaviors, reflecting societal norms. This situation reveals that the series not only tell a story but also provide a framework for viewers to understand the moral fabric of Turkish society and the dynamics of social relationships.

The frequent presence of religious rituals, especially funeral ceremonies and mevlits in the series offers viewers a glimpse into the depths of Turkish culture and reflects Turkey's spiritual values. These elements create a familiar and meaningful connection for Turkish viewers while sparking curiosity among foreign audiences and enhancing cultural interaction. The cultural elements presented in Turkish series promote Turkey's rich cultural heritage and strengthen foreign viewers' interest in the country.

The conflict between traditional and modern lifestyles is also a significant theme explored in the series. In this context, topics such as the bride-mother-in-law relationship, how the wealthy wield their power and riches, justice, and social inequality are addressed; this provides viewers with an opportunity to contemplate social issues. The critical approach to such topics in the series contributes to the audience's understanding of the social structure and cultural dynamics in Turkey.

When considering the impact of these series on international audiences as part of Turkey's soft power strategy, they present an important window for cultural diplomacy. "Gümüş" and "İstanbul Gelin" promote Turkish culture, values, and lifestyle worldwide, offering viewers opportunities to learn more about Turkey. These series, which have reached a large audience, particularly in Arab and Middle Eastern countries, positively influence Turkey's international perception and enhance the country's cultural impact. This situation demonstrates how cultural products function as tools of soft power in international relations.

In conclusion, Turkish series possess significant potential beyond mere entertainment. They strengthen Turkey's image on the international stage and promote Turkish culture and social values worldwide. By playing an essential role in cultural interaction and mutual understanding, these series introduce viewers to Turkey's dynamic structure, traditions, and modern life while providing crucial insights into how soft power elements operate in international relations. At this juncture, promoting Turkish series further in international arenas and conveying Turkey's cultural values through these platforms is crucial for enhancing soft power. Turkish series serve not only as entertainment but also as vital tools that act as bridges in cultural diplomacy and international relations.



References | Список литературы

- Ağırseven, N., & Örki, A. (2017). Evaluating Turkish TV Series as Soft Power Instruments. *International Journal of Social Research*, 7(13), 836–854. <https://doi.org/10.26466/opus.353287>
- Aljammazi, A., & Asil, H. (2017). The Influence of Turkish TV Dramas on Saudi Consumers' Perceptions, Attitudes and Purchase Intentions toward Turkish Products. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(1), 206–224. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v7-i1/2600>
- Atay, T. (2016). *A secret that opens Turkish TV series to the world: The Dream Of Being Both A Muslim And A Secular*. MediaCat. <https://mediacat.com/turk-dizilerini-dunyaya-acan-bir-sir-hem-musulman-hem-laik-olma-hayali/>
- Aydemir, E. (2016). *Soft Power and Media in Foreign Policy*. Kalkedon Publications.
- Aydemir, E. (2017). Assessment of the Civil Society Dialogue Program between European Union and Turkey as a Public Diplomacy Implementation. *International Journal of Social Research*, 7(13), 912–927. <https://doi.org/10.26466/opus.348548>
- Barnett, M., & Duvall, R. (2005). Power in International Politics. *International Organization*, 59(01), 39–75. <https://doi.org/10.1017/S0020818305050010>
- Bekiroğlu, O., & Çakın, Ö. (2016). 1 November 2015 General Elections: Analysis of Newspaper Political Advertisements. In Ş. Balcı (Ed.), *7 June'dan 1 November'a Türkiye'de Siyasal İletişim Uygulamaları [From June 7 to November 1, Political Communication Practices in Turkey]* (pp. 349–400). Literatürk Publications.
- Berg, M. (2017). Turkish drama serials as a tool for Soft Power. *Journal of Audience & Reception Studies*, 14(2), 32–53.
- Bilis, P. Ö., & Bilis, A. E. (2018). Television Series Factor in Türkiye-Turkish Republics Cultural Relations: The Example of Kyrgyzstan. *MANAS Journal of Social Research*, 7(1), 403–426.
- Creswell, J. W. (2017). *Introduction to Mixed Method Research* (M. Sözbilir, Ed.). Pegem Akademi Publishing.
- Deniz, A. Ç. (2010). The Effects of Gümüş TV Series on Arab Public Opinion: A Social Media Review. *Uşak University Journal of Social Sciences*, 3(1), 50–67.
- Devran, Y., Göksun, Y., & İhtiyar, B. (2018). A New Field in Export: Value Export. In Y. Göksun (Ed.), *Discovery of Television Series: Content, Meaning, Function* (pp. 39–66). Kaknüs Publications.
- Devran, Y., Göksun, Y., & Okumuş, M. S. (2018). Capital Abdulhamid Between Fiction and Reality. In Y. Göksun (Ed.), *Discovery of Television Series: Content, Meaning, Function* (pp. 169–200). Kaknüs Publications.
- Ekşi, M. (2018). *Public Diplomacy and Turkish Foreign Policy in the AK Party Era*. Siyasal Kitabevi.
- Ermağan, İ., & Karıcı, A. (2018). European Union and Soft Power Applications. In A. N. Yılmaz & G. Kılıçoğlu (Eds.), *Academic Analyzes on Soft Power and Public Diplomacy* (pp. 411–438). Nobel Academic Publishing.
- Erzen, M. Ü. (2012). Scope and Future of Public Diplomacy. In A. Özkan & T. E. Öztürk (Eds.), *Public Diplomacy* (pp. 51–62). Tasam Publications.
- Fukushima, A. (2011). Modern Japan and the Quest for Attractive Power. In S. J. Lee & J. Melissen (Eds.), *Public Diplomacy and Soft Power In East Asia* (pp. 65–90). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230118447_5
- Gallarotti, G. M. (2011). Soft power: What it is, why it's important, and the conditions for its effective use. *Journal of Political Power*, 4(1), 25–47. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2011.557886>
- Gökçe, O. (2001). *Content Analysis/Theory-Metod-Uygulama*. Selçuk University Publications.



- Göksun, Y. (2018). The World's Perspective on Turkish TV Series. In Y. Göksun (Ed.), *Content, Meaning, Function of Television Series* (pp. 67–84). Kaknüs Publications.
- Işık, M. (2005). *Can We Contact You?* Education Bookstore.
- Kalın, I. (2012). Turkish Foreign Policy and Public Diplomacy. In A. Özkan (Ed.), *Public Diplomacy* (pp. 145–161). TASAM Publications.
- Karadağ, H. (2016). *A New Dimension in International Relations: Public Diplomacy*. Nobel Publishing.
- Karadaş, N. (2017). *A reception study on representations of wealth in post-980 Turkish cinema* [PhD Thesis]. Anadolu University.
- Karlıdağ, S., & Bulut, S. (2014). The Transnational Spread Of Turkish Television Soap Operas. *Istanbul University Faculty of Communication Journal*, 2(47), 75–96.
- Khan, A. (2020). *Ertuğrul: How an epic TV series became the “Muslim Game of Thrones.”* The Guardian. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2020/aug/12/ertugrul-how-an-epic-tv-series-became-the-muslim-game-of-thrones>
- Kimmelman, M. (2010). *Turks Put Twist in Racy Soaps*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2010/06/18/arts/18abroad.html>
- Kocabıyık, H. (2019). Changing Understanding of Diplomacy, Public Diplomacy and Türkiye. *Eurasian Studies*, 55(1), 163–196.
- Kurt, G. (2019). Turkish TV Series, Soft Power and Cultural Imperialism in the Middle East. In O. Göksu (Ed.), *New Directions in Public Diplomacy* (pp. 225–246). Literaturk Publications.
- Local TV series have high viewing rates in the Middle East and the Balkans.* (2011). Calinos. <http://www.calinos.com/haberler-detay-page06.html>
- Mearsheimer, J. J. (2001). *The Tragedy of Great Power Politics*. Norton.
- Medin, B., & Koyuncu, S. (2017). Cinema as a soft power tool: Hollywood example. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(3), 836–844. <https://doi.org/10.24289/ijsser.307385>
- Morgenthau, H. (1970). *International Politics* (B. Oran, Trans.; Vol. 1). Sevinç Printing House.
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs.
- Nye, J. (2013). *The Paradox of American Power* (G. Koca, Ed.). Literature Publications.
- Nye, J. (2020). *Soft Power* (R. İ. Aydın, Ed.; 3rd ed.). BB101 Publications.
- Nye, J. S. J. (2011). *The Future of Soft Power*. Public Affairs.
- Ökmen, Y. E., & Göksu, O. (2019). Export of Turkish TV Series and Their Contribution to Cultural Transfer in the Context of Cultural Diplomacy: The Example of “Resurrection Ertuğrul.” In O. Göksu (Ed.), *New Directions in Public Diplomacy* (pp. 247–291). Literaturk Academia.
- Özcan Deniz, the star of *Bride from Istanbul*, drove Israeli men crazy. (2019). Internethaber. <https://www.internethaber.com/istanbullu-gelinin-yildizi-ozcan-deniz-israilli-Erkekleri-cildirtti-video-galerisi-2002902.htm>
- Özdemir, H. (2008). Power in International Relations: A Multidimensional Assessment. *Ankara University SBF Journal*, 63(3), 113–144. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002075
- Oztop, F. A. (2018). Use of Soft Power in Turkey's Syria Policy (2002–2011). In A. N. Yılmaz & G. Kılıçoğlu (Eds.), *Academic Analyzes on Soft Power and Public Diplomacy* (pp. 135–165). Nobel Academic Publishing.
- Rousselin, M. (2013). Turkish Soap Power: International Perspectives and Domestic Paradoxes. *Euxeinos*, 10, 16–23.
- Schmidt, B. C. (2007). Realist conceptions of power. In F. Berenskoetter & M. J. Williams (Eds.), *Power in World Politics* (pp. 43–63). Routledge.



- Tali, D. (2016). *An unlikely story: Why do South Americans love Turkish TV?* BBC.
<https://www.bbc.com/news/business-37284938>
- Tartari, A. (2015). Turkish TV productions in the Albanian media; the rise of a new “poetic” medium. *International Journal of Human Behavioral Science*, 1(1), 8–13.
<https://doi.org/10.19148/ijhbs.58437>
- Turkey's Soft Power in the Middle East: The Example of Turkish TV Series. (2019). Porttakal.
<http://www.porttakal.com/haber-turkiye-nin-orta-dogu-da-yumusak-gucu-turk-dizileri-ornegi>
- Turkish TV Series Workshop as a Public Diplomacy Tool was held. (2019). T.C. İletişim Başkanlığı.
https://www.iletisim.gov.tr/turkce/yerel_basin/detay/kamu-diplomasisi-araci-olarak-turk-dizileri-calistayi-duzenlendi
- Uştuk, H. (2019). Türkiye is the country that exports the most TV series after the USA. Anadolu Ajansı.
<https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/abdden-sonra-en-fazla-dizi-ihrac-eden-ulke-turkiye/1641524>
- Varol, Z. (2016). The success story of Turkish TV series in Latin America. Daily Sabah.
<https://www.dailysabah.com/feature/2016/02/03/the-success-story-of-turkish-tv-series-in-latin-america>
- Waltz, K. (1979). *Theory of International Politics*. Waveland Press.
- Yiğit, A. (2013). Turkish Drama in the Middle East: Secularism and Cultural Influence. In *IEMed. Mediterranean Yearbook* (pp. 291–295). IEMed.
- Yıldırım, B. (2015). Historical Development of Content Analysis Method, Application Areas and Stages. In B. Yıldırım (Ed.), *Methods in Communication Research with Applications and Examples* (pp. 105–154). Literaturk Academia.
- Yörük, Z., & Vatikiotis, P. (2013). Soft Power or Illusion of Hegemony: The Case of the Turkish Soap Opera “Colonialism.” *International Journal of Communication*, 7, 2361–2385.
- You Will Be Surprised to See Our Celebrities Who Cause Stampede in the Countries They Visit! (2019). Onedio. <https://onedio.com/haber/gittikleri-ulkelerde-izdihama-yol-acmis-unlulerini-gorunce-cok-sasiracaksiniz>
- Yukarıç, U. (2017). A Critical Approach to Soft Power. *Bitlis Eren University Social Sciences Institute Journal*, 6(2), 491–502.



How Does the Government Crowd Out the Public? An Analysis of Networked Crisis Communication Patterns on Weibo during the Earthquakes of 2010–2019

Lixiong Chen (b), & Nairui Xu (b)

(a) Southern University of Science and Technology, Shenzhen, China. Email: [lixiongchen0920\[at\]163.com](mailto:lixiongchen0920[at]163.com)
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0666-9608>

(b) Beijing Institute of Graphic Communication, Beijing, China. Email: [xunairui\[at\]bigc.edu.cn](mailto:xunairui[at]bigc.edu.cn)
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5447-5082>

Received: 8 July 2024 | Revised: 24 September 2024 | Accepted: 4 October 2024

Abstract

Under unprecedented conditions of increasing precarity in this century of disasters, changes in social media-based networked crisis communications are driving innovation in risk governance, public understanding of risk, and public online participation. We develop the concept of Networked Crisis Communications Pattern (NCCP) formed by online participation of and connections between different types of users in Weibo-based networked crisis communication. By analyzing 133,440 Weibo posts of six significant earthquakes between 2010 and 2019 through calculation of proportion and social network analysis, we present a new phenomenon: the Chinese government has “crowded out the crowd” by increasing users, posts, and positioning as distributors of crisis information. Although “crowding out” may constitute a missed opportunity for public online participation, this study draws a cooperative and collective relationship between the government and the public in Weibo-based networked crisis communication.

Keywords

Social Media-Based Networked Crisis Communication; Weibo; Crisis Informatics; Social Network Analysis; Crowding Out



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Как правительство вытесняет общественность? Анализ сетевых паттернов кризисной коммуникации на платформе Weibo во время землетрясений 2010–2019 годов

Чэнь Лисюн (a), Сюй Найжуй (b)

(a) Южный университет науки и технологий. Шэньчжэнь, Китай. Email: [lixiongchen0920\[at\]163.com](mailto:lixiongchen0920[at]163.com)
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0666-9608>

(b) Пекинский институт графических коммуникаций. Пекин, Китай. Email: [xunairui\[at\]bigc.edu.cn](mailto:xunairui[at]bigc.edu.cn)
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-5447-5082>

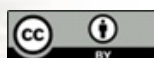
Рукопись получена: 8 июля 2024 | Пересмотрена: 24 сентября 2024 | Принята: 4 октября 2024

Аннотация

В эпоху растущей нестабильности, связанной с природными катастрофами, трансформация кризисных коммуникаций на основе социальных медиа открывает новые возможности для управления рисками, повышения общественной осведомленности и вовлечения граждан в онлайн-дискуссию. В рамках исследования представлена концепция сетевых паттернов кризисного взаимодействия (NCCP), основанная на участии пользователей и их взаимосвязях в коммуникационных процессах на платформе Weibo. Анализ 133 440 постов, опубликованных во время шести значимых землетрясений с 2010 по 2019 год, с применением социальных сетевых методик и пропорционального анализа, выявил интересную тенденцию: китайское правительство вытесняет проявления активности общественности, занимая доминирующую роль в распространении информации о кризисах. Несмотря на возможные упущения в использовании потенциала гражданской активности, исследование указывает на формирование кооперативных и коллективных моделей взаимодействия между государственными структурами и пользователями в условиях кризиса.

Ключевые слова

кризисная коммуникация на основе социальных медиа; Weibo; кризисная информатика; анализ социальных сетей; вытеснение



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution" \(«Атрибуция»\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)
4.0 Всемирная



Introduction

As a significant part of crises in human society, the sheer number of natural hazards has led to the twenty-first century being dubbed “a century of disasters” (Achenbach, 2011). Crisis communication now has been turned the spotlight of research upon it. Remarkably, the evolution of networked crisis communication, facilitated by social media, has reshaped modern crisis communication.

Researchers from various disciplines devoted considerable attention to crisis communication, which has inspired an interdisciplinary research field – crisis informatics – concerned with the social, technical, and informational aspects of emergency response (Nerlich & Doring, 2007). Borrowing insights from crisis informatics and crisis communication, we have particular interest in how the crisis communication is expanded and promoted in Chinese online network. We argue that how the government effectively coordinates other social actors and timely responses to crises is extremely important to reduce the impact of crises on human society. This is mainly because social media-based networked crisis communication emphasizes the public criticism of formal agencies’ response, disruption of crisis management models, and a struggle for control (Büscher et al, 2017). China has a particular situation regarding the long-standing censorship of social media, which may raise frictions between the government and the public and thus impede the way forward. With over 500 million users, the integration of Weibo (a domestically developed social media in China) has promoted the formation of Weibo-based networked crisis communication, which has refigured the ingrained view and changing formats of government-to-public information dissemination that prevailed in the “traditional media” era, from one- to-many into closer two-way connections (Keim & Noji, 2011). The public, in this study, includes multi-types of organizations, celebrities, and citizens. The public is the main part of participants in crisis communication and crisis response, while the Chinese government led in crisis response and took the lead in formulating response systems, policy making, and implementation mechanisms, because the government had exclusive power and expertise to co-ordinate and control the strategy and resources to respond to crises (Shi, 2012).

Motivated by the coexistence of the government and the public in networked crisis communication, we argue that Weibo has inspired and facilitated the formation of a networked crisis communication pattern (NCCP) since the public was empowered online by actively participating in crisis communication on Weibo (Xie et al., 2017). The government-public interactions through Weibo have changed over time in social media-based networked crisis communication, which is marked by the temporary consolidation of particular patterns. We define a pattern in a specific crisis formed by the online participation of the government and the public, the forms of connection, and the intensity of connections between them in Weibo-based networked crisis communication.



Through the empirical analysis of six severe earthquakes in China during 2010–2019 with a diachronic focus, we describe a new phenomenon of “crowding out the crowd”: since the 2010 Yibin earthquake, the Chinese government has crowded out the public by pushing a mass of users into NCCPs, posting vast quantities of posts, and functioning as influential distributors of crisis information. The opposite trend has been seen in public online participation, resulting in a phenomenon of hunkering down. However, members of the public have become disseminators of governmental crisis information, indicating a cooperative and collective relationship between the government and the public in NCCPs. While the current findings are unable to draw direct connections between the two phenomena described above, they provide an empirical contribution to the complex and dynamic emerging field of researching NCCPs in China. This study contributes to understanding the changes and innovations brought by NCCPs and how the government and the public response to “a century of disasters”.

The period following 2019, particularly during the COVID-19 pandemic, has introduced significant changes in how crises are communicated in China. The government has adopted a more proactive approach in managing public discourse on social media platforms like Weibo, often delivering real-time updates to mitigate misinformation and control the narrative. This shift may have further entrenched the ‘crowding out’ phenomenon, where the space for public participation in crisis communication is increasingly restricted. Moreover, public engagement has also changed, as individuals are more likely to rely on official sources for accurate health information during a global pandemic. While the study period ends in 2019, it is clear that the pandemic has further intensified the dynamics of government–public interaction observed in previous crises.

Literature Review

According to Alexander (2014), the widespread adoption of social media by the public heralds a new age in which the government, as the primary crisis manager, has to adapt its working practices to the challenge and potential of this development. In China, a country with paternalistic governance on social media platforms, the government has to adjust its online participation in NCCPs. However, this change may not only be one-sided: the public may also change their online participation. Over the decade under investigation, NCCPs in China changed significantly. One change in my quantitative data set stands out: the proportion of governmental users in NCCPs increased significantly, from 0.6% in 2010 to 29.23% in 2019. At the same time, the proportion of public users has decreased, from 91.68% in 2010 to 48.54% in 2019.

How can we explain this? To find some answers, we turn to networked authoritarian governance concerning social media-based networked crisis communication and existing studies of community, where a phenomenon of ‘hunkering down’ has



been observed. We also articulate a set of hypotheses about community interaction patterns.

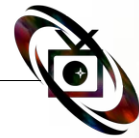
Crisis informatics and the integration of social media

With the establishment of crisis informatics, researchers have focused on social media as a platform for use in crisis communication and on the impact such use brings to the nature of crisis communication, particularly the nature and extent of public online participation. Palen and Liu (2007, p. 727) claim the role played by members of the public in crises [...] is becoming more visible, active, and in possession of greater reach than ever seen before. Increased public participation has not only indicated the number of people involved in crisis response but has also shown the changed dynamics of this response. Following its development, crisis informatics also places particular emphasis on people using ICT in crisis response in creative ways, primarily to cope with uncertainty (Palen & Anderson, 2016). The exploration of changes in NCCPs concurs with the core tenet of crisis informatics, allowing professional emergency responders to work closely with communities in an environment of shared technology and organizational infrastructure (Latonero & Shklovski, 2011).

The widespread adoption of social media by the public heralds a new age in which the government, as the crisis manager, has to adapt its working practices to the challenge and potential of this development. The integration of social media into natural disasters can be traced back to the 2004 Indian Ocean tsunami when citizens spontaneously used photo storage sites to exchange information and learn more about crises (Liu et al., 2008). This event was followed by the 2007 Southern California wildfires. It was especially important for a geographically dispersed community and allowed the leveraging, and even creation, of community resources of crisis response (Shklovski et al., 2008). In the 2010 Haiti earthquake, millions joined Facebook discussion groups to share information, donate money, and offer comfort and support, thereby generating a new forum for collective intelligence, social convergence, and community activism (Keim & Noji, 2011). In 2012 Hurricane Sandy, Twitter was used by both emergency services and the public to discuss and exchange information during all phases (Sadri et al., 2018).

Scholars have explored how social media users exchange crisis information, the types of information involved, and the effects of social media on government behaviors, decision-making, strategies, and crisis responses (Hughes & Palen, 2009). Some research indicates that social media provides additional resources for the public to access crisis information (St. Denis et al., 2014). The public has increasingly turned to social media for accessing crisis information and may believe it to be more trustworthy than information published by the mainstream media (Houston et al., 2015).

Crisis informatics offers an interdisciplinary framework that explores how information systems, particularly social media, are leveraged in emergency and disaster scenarios (Palen & Liu, 2007). Social media platforms, such as Weibo, have



become pivotal in reshaping crisis communication by enabling citizens to share real-time information, challenge official narratives, and actively participate in crisis response. These platforms facilitate horizontal communication, which contrasts with traditional top-down approaches where governments controlled crisis narratives. Crisis informatics also highlights the growing influence of digital tools in empowering ordinary citizens to contribute to the collective understanding of crises and providing alternative sources of information. However, in contexts like China, where the state tightly controls information, the potential of social media to decentralize crisis communication is limited by the government's regulatory influence.

Hunkering down in NCCP

Social media provides the opportunity for the government and the public to connect, which has prompted the rapid creation of complex relationships between the two parties. How do the complex relationships between the government and the public affect online participation and thus the formation of NCCPs? To better understand this, we draw on insights from studies of real-world communities.

With valuable perspectives on diversity in a community in the western context, Putnam (2007) argues that ethnic diversity in a community leads to declining solidarity and reduced trust. People who live in ethnically diverse communities are inclined to turn inwards, generating a “hunkering down” phenomenon. When a group encounters different groups, they will retreat to their own space and decline/withdraw from connection with others. This phenomenon reduces action, communication, and connections amongst community members, declining the collective contributions to the community. However, such communication is what NCCPs are exactly needed since Putnam (2000, p. 19) claims that communication can support the creation of social networks based on connections among the public, generating reciprocity and trust. Communication between the government and the public can prove helpful at a political level (Putnam, 2007, p. 137), facilitating more effective government. By drawing on this, communication is critical for the connection between the government and the public.

However, Sturgis et al. (2011) suggest that a weak relationship between diversity, solidarity, inequality, and power imbalances as more substantial reasons for “hunkering down”. Borrowing insights from this controversial argument, we need to consider the different dimensions encompassing multiple factors that may trigger “hunkering down” in our discussion. Public participation is a critical element in the theoretical framework of crisis communication, particularly in democratic societies, where it is seen as a means for communities to co-create solutions and share responsibilities with formal crisis managers (Palen et al., 2010). However, in authoritarian contexts, such as China, public participation is often limited by the state's desire to control the narrative and prevent challenges to its authority. While platforms like Weibo initially provided a space for public engage-



ment and discourse, this participation has been increasingly curtailed by the government's 'crowding out' of the public. The state's overwhelming presence on Weibo, coupled with the use of automated tools and mass postings, has reduced the public's ability to independently disseminate and consume crisis-related information. This phenomenon illustrates how the Chinese government has strategically managed public participation in a way that supports its control over the crisis communication space, rather than allowing for a truly participatory, decentralized approach.

Paternalistic governance in the networked communication

The concept of networked authoritarian governance refers to how authoritarian regimes, such as China, adapt to the digital age by integrating social media platforms into their governance strategies (MacKinnon, 2011). Rather than outright censorship, these regimes often employ a more nuanced approach, involving selective engagement with the public through controlled digital spaces. In the context of networked crisis communication, the Chinese government has used Weibo not only to disseminate official information but also to actively shape public discourse. By doing so, the government simultaneously maintains control while appearing approachable and responsive to public concerns. This strategy is part of what has been termed 'networked authoritarianism', where the state allows limited engagement to prevent dissent while retaining ultimate control over the narrative. This adaptation helps consolidate the government's authority, particularly during crises, when control over information flow is critical to maintaining public trust and order.

For a long time, the Chinese government has made considerable efforts to control social media use paternalistically through a combination of legislation, policies, and actions that have conveyed and fortified an image of powerful and tough leadership (Liu & Zhou, 2011). Dworkin (1972) defines paternalism as the interference of a state or an individual with another person, against their will, and defended or motivated by a claim that the person interfered with will be better off or protected from harm. Notably, one of the most widespread criticisms holds that paternalistic governance implies disregard for one's will and/or expresses a sense of superiority in governance (Shiffrin, 2000). When the Chinese government applies paternalistic governance, it often creates centralized structures, and behaves like a "father figure"; and the purpose is always stated as being "for your good", using direct and strict authority to realize the aim of the government (Peng et al., 2001). Such paternalistic governance reflects the literal meaning of the word, whereby the government enacts leadership in a paternal style, in which authority is combined with elements of concern, consideration, and moral leadership.

In such a social media environment under paternalistic governance, it is imperative for the government to expand its online presence in Weibo-based networked crisis communication. The dominance of political power over society can be clearly seen through the central government's strict control of disseminating



information on social media (Cheng et al., 2017). The government has the power and responsibility to adjust and balance social resources to achieve social stability (Moore & Recker, 2015). Particularly in China, the government has a sufficiently dominant political position to censor public online participation; the power of online space is thus not balanced, which significantly influences NCCPs. We argue that it reduces public online participation and results in a lack of communication between the Chinese government and the public, which has exacerbated tensions in the state- society relationships in China.

Research indicates that the Chinese government has recently changed its long- held crisis communication style, moving from strict regulation toward being an active online participant, namely an approachable government (Zeng et al., 2017). It is exemplified in its use of Weibo to build connections with the public. The total number of governmental users on Weibo increased from 312 in 2010 to 138,253 in 2019, including different administrative departments such as the China Earthquake Networks Center (Sina, 2019). The statistics mean that the government was fresher in 2010 but has adapted Weibo in its work in 2019; thus, the government can connect with the public and thereby enhance its positive image. A high response rate from the public is a sign of good governance, because a timely and responsible response signals to the public that the government is capable of solving problems (Min & Shen, 2021).

From the perspective of the public, it would be better if the government became more responsible and active than maintaining an image of “hard” leadership. In crises, the public often lacks the capacity to deal with crises professionally, thus demanding the government gives deep “care” to affected people and areas to function its role as a primer crisis manager. The inherent responsibility of government, and expectations of and attention from the public, require high levels of caring to be inspired by the government as the crisis manager, which explains and legitimizes their status as caring leaders in control of the situation (Hobbins, 2017).

Although significant, the paternalistic governance of social media has not been the only strategy of the regime to control public engagement; this has also included a show of authority via greater government participation on social networks, joining the online-communication sphere as a novel way to establish and maintain a favourable voice for the regime (Wang, 2018). For the public, the self-expression on social media allows the spread of misinformation, rumours, and criticism of the government on Weibo. Not only could the phenomenon raise concerns and risks to the public’s physical and mental health, but it could also seriously threaten governance and social order stability (Lazer et al., 2018). Since the massive user base has made it impossible for the Chinese state to censor all users’ statements or regulate every message on Weibo, in addition to passing laws and regulations, the government has become approachable and active online to help uphold its authority. The regime has worked to establish its own online discourse to influ-



ence public opinion, join existing debates to show concern about certain social and political issues, and communicate with the public to resolve issues and promote compliance with national policies (Huang & Yip, 2012; Wang, 2018).

Hypotheses

Given the above discussion, we use the term “crowding out” to describe this possible phenomenon for further investigation. The term “crowding out” refers to the government’s effects taking up a disproportionate level of funding and crowding out the private sectors (Blanchard, 1991). We suggest that “crowding out” reflects a similar effect in NCCPs that the expanded share of governmental online participation may suppress public online participation.

We propose a research question as follows:

RQ. In the period 2010-2019, how did Weibo-based networked crisis communication patterns change?

To further discern what changes have been generated in NCCPs over the past decade, we examined three main components that constitute a NCCP:

(1) The change in involved users of the government and the public. Weibo users can be seen as online sensors of crisis who inject rumors because they regularly provide information (Xu et al., 2017). Therefore, we propose Hypothesis 1:

H1: The government has crowded out the public in NCCPs by increasing involved governmental users.

(2) The change in posts by the government and the public. In crises, the delay in releasing government information will lead to rumors (Rosenthal et al., 1991).

Actively governmental posts will provide a significant opportunity for others to access governmental crisis information, thereby limiting rumors. The second hypothesis is:

H2: The government has crowded out the public in NCCPs by increasing Weibo posts from governmental users.

(3) The change in who were the distributors of crisis information. Reposting and replying are the functionalities that clearly show the direction of connections between distributors and consumers of crisis information because they produce directions of visible links to determine the distributors of crisis information, who are the users distributed crisis information to others on a significant scale; thus, there is greater consumption of their information. Hypothesis 3 is:

H3: The government has crowded out the public in NCCPs by playing influential distributors of crisis information.

Methodology

This study explores the changes in NCCPs on Weibo between 2010 – 2019 based on an original and unique database comprising 133,440 Weibo posts from six earthquakes.



Selection of Cases

The six earthquakes were chosen as cases for two reasons. First, the first NCCP appeared in the 2010 Yushu earthquake, and the 2019 Yibin earthquake formed the latest NCCP in the studied period. Thus, earthquakes became a focus for data collection to maintain consistency in crisis types.

Second, we select earthquakes of a magnitude 6.0 or above because, according to the Richter scale, earthquakes with a magnitude 6.0 or above are “strong” and severe earthquakes can attract surged public online participation. Due to the lack of available data and the rarity of completely comparable events, we did not set identical magnitude as a criterion for case selection. Still, we used the categories established by the international classification system applied to earthquakes. All six earthquakes with a diachronic focus can be tracked against chronological developments in using Weibo in NCCPs.

Table 1. Basic information about the six earthquakes

Earthquakes	Year	Location (City, Province)	Administrative Region	Magnitude
Yushu Earthquake	2010	Yushu, Qinghai	Autonomous Prefecture	7.1
Ya’an Earthquake	2013	Ya’an, Sichuan	Prefecture-level city	7.0
Ludian Earthquake	2014	Ludian, Yunnan	County	6.5
Pishan Earthquake	2015	Pishan, Xinjiang	County	6.5
Jiuzhaigou Earthquake	2017	Jiuzhaigou, Sichuan	County	7.0
Yibin Earthquake	2019	Yibin, Sichuan	Prefecture-level city	6.0

The data is comparable for six specific crises with similar magnitude.

Data and sample

The data were obtained by Python, and we applied the API of Weibo. A keyword search formula “geographical name + earthquake” (e.g., Yushu earthquake) was used to filter irrelevant messages. Weibo posts from 30 days after the earthquake were collected because, on Weibo, the public attention to crises usually gathers momentum in three to four weeks following (Civiw, 2019). The dataset contained 133,440 posts, including user types and the originality (i.e., a post is original/reposted).

Key variables

Types of users: The number of users involved reflected the scale of a NCCP. This variable was initially measured by the proportion of four user types, according to the authentication mechanism of the Weibo platform:



- verified governmental users (e.g., different levels of governmental departments, state media).
- verified organizational users (e.g., NGOs, enterprises, colleges, etc.)
- verified individual users (e.g., celebrities, stars, politicians, etc.)
- unverified users (ordinary individuals).

The post of our user types: This variable was measured by the proportion of posts and the mean number of posts per user of different user types. Statistics for this variable took account of multiple posts by the same user, thereby capturing each user type's posting frequency. After counting the post number of the four types of users, we determined the distributors of crisis information by measuring the following multiple aspects of the central nodes of NCCPs. User type, size, and direction of connection of central nodes: In a NCCP, we defined a node as a user, and a tie was a connection between two user nodes. The more ties, the more central the nodes are. A central node indicates the importance of nodes in the network (Newman, 2010). The tie between two nodes was generated if a node was engaged by reposting or replying to a post. The more connections a node has, the more central the node is. This variable was measured in two steps:

(1) The degree centrality of central nodes. The size of central nodes for each user type was calculated based on out-degree which is the sum of connections that originate at a vertex and point outward to other vertices (Hansen et al., 2011). The more significant the proportion of connections going out from the node (out-degree), the more central the node is, that is, a central node. Degree centrality is the sum of connections of a node, indicating the importance of nodes in the network (Newman, 2010). The more connections a node has, the higher the centrality of the node, or the more prominent the node degree, the more central the node is. When a connection has a direction, the concept of vectors is introduced: the in-degree (the number of ties coming into a node) and the out-degree (the number of ties going out from a node). The proportion of connections going out from different central nodes was calculated to make the out-degree of central nodes in six NCCPs comparable.

(2) The direction of connections. The connection of reposts between two nodes is unidirectional. The connection of replies is bidirectional because the "reply" passes information back to the node that provided information. We counted the proportion of reposts and replies of central nodes and the information dissemination-reception ratio (the ratio between the proportion of reposts and replies of each type of user) to examine the direction of connections of central nodes in disseminating information. When the ratio is greater than 1, the proportion of repost is higher than that of replies, the central node distributes crisis information unidirectionally.

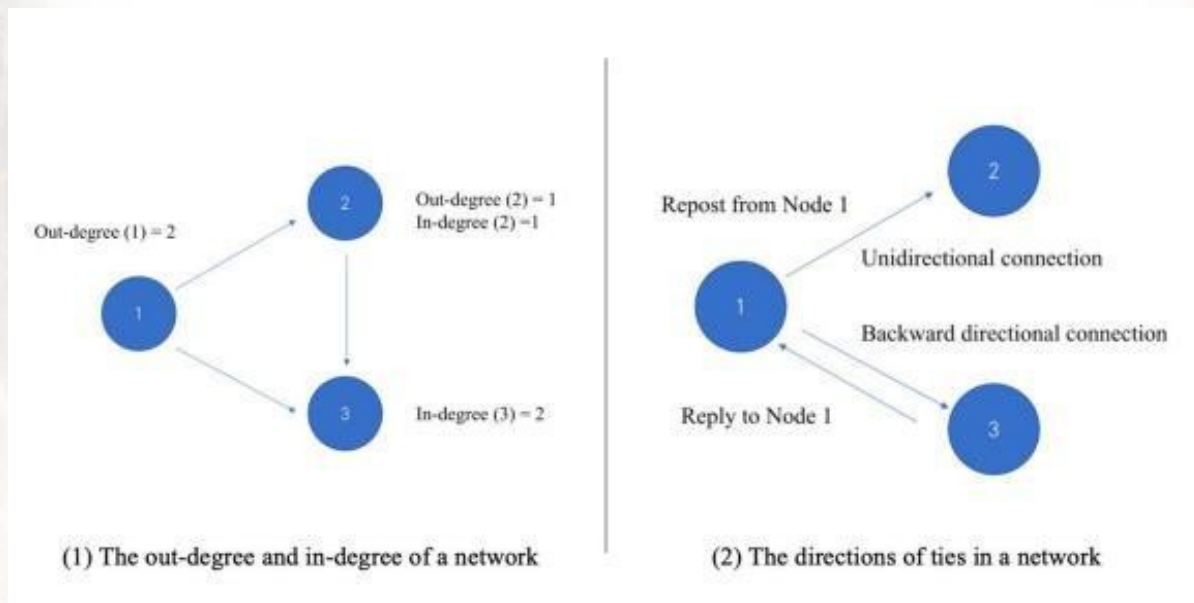
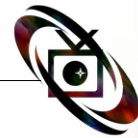


Figure 1. Degree of and Directions of ties in a network

Analytical strategy

The analysis is in three-step. First, we calculated the proportion of different user types to test Hypothesis 1. Second, we calculated the proportion of posts and the mean number of posts per user of four user types to test Hypothesis 2. Proportion calculation was carried out because it allows us to observe the changes in the quantitative trend of variables. Third, we used social network analysis (SNA) to test Hypothesis 3. SNA is particularly suited to explore the networked patterns because SNA permits whole-system analysis of the inter-organizational network of the public (Steketee et al., 2015). SNA provides deep insights into key nodes and the dynamics of change driven by users, posts, and connections. Hypothesis 3 was tested in three steps:

(1) We visualized the structure of six NCCPs and highlighted central nodes' positions. To visualize the patterns, we created six directional aggregate network graphics in Gephi based on the out-degree of nodes; edges inherited color from central nodes.

(2) We displayed the change in user types and the out-degree of central nodes. The out-degree of the top nine central nodes in the six patterns was calculated separately based on the out-degree of each user type to illustrate the change in influential user types.

(3) We examined the direction of connection of central nodes. We calculated the proportion of repost and reply of central nodes and the information dissemination-reception ratios to reveal the direction of connection of central nodes. A higher ratio indicates that the central nodes operate mainly as unidirectional information distributors rather than bidirectional.



Results

The change in involved users between 2010 –2019

The data we analyzed in the table below demonstrates that the government has crowded out the public by increasing the governmental users in NCCPs.

Table 2. The proportion of involved users

Earthquake	The Proportion of Involved Users (%)			
	Verified governmental users	Verified organizational users	Verified individuals	Unverified users
E1 2010 Yushu 5,979	0.60	6.14	1.58	91.68
E2 2013 Ya'an 37,420	3.32	21.08	1.66	73.94
E3 41,333	8.75	22.29	4.19	64.76
E4 2015 Pishan 2,087	27.46	23.33	0.15	49.06
E5 2017 Jiuzhaigou 29, 126	15.87	7.00	5.11	72.02
E6 2019 Yibin 17,495	29.23	17.24	5.00	48.54

From 2010 to 2019, the proportion of governmental users has increased from 0.60% at E1 to 29.23% at E6; the figure in 2019 is 47.71 times higher than at E1 in 2010. It means the government has surged more users in NCCPs to present its active response in crises, which can be seen as away of networked authoritarian governance. It shows the “crowding out” of the government in participating in NCCPs.

In contrast, the proportion of unverified users has almost halved over the period from 91.68% in 2010 to 48.54% in 2019, a drop of 43.14%. The proportion of verified organizational users was 1.8 times larger than in 2019 than in 2010: 6.14% of involved users were verified organizational users at E1, reaching 17.24% at E6. The proportion of verified individual users has increased from 1.58% in 2010 to 5% in 2019. The upward trends in involved verified organizational and individual users are far less than governmental users. The other three user types have increased slightly or decreased significantly over the relevant period. It means the public may have noticed the surged governmental users and began to be cautious about its online participation, showing a “hunkering down” of the public in participating in NCCPs. Therefore, Hypothesis 1 is supported.

The change in posts between 2010- 2019

Table 3. shows the change in the proportion of posts of different user types and the mean number of posts per user.



Table 3. Percentage of posts and mean number of posts per user

Earthquakes	Number of posts	Verified governmental users		Verified organizational users		Verified individual users		Unverified users	
		Posts (%)	Mean	Posts (%)	Mean	Posts (%)	Mean	Posts (%)	Mean
E1 2010 Yushu	5,979	4.00	6.63	5.00	0.82	1.60	1.02	89.40	0.97
E2 2013 Ya 'an	37,420	13.70	4.98	14.20	0.81	1.60	1.16	70.50	1.15
E3 2014 Ludian	41,333	25.10	3.80	14.10	0.83	3.90	1.23	56.90	1.16
E4 2015 Pishan	2,087	25.50	1.45	24.40	1.63	0.20	2.50	52.90	1.59
E5 2017 Jiuzhaigou	29,126	23.00	2.39	11.30	2.66	4.80	1.54	60.90	1.39
E6 2019 Yibin	17,495	40.50	1.71	14.20	1.01	4.40	1.09	40.90	1.04

In line with the growth in involved users (H1), the proportion of posts by governmental users has increased from 4% of posts in 2010 to 40.50% in 2019. The mean number of posts per government user declined, from 6.63 posts per user in 2010 to 1.71 in 2019. More governmental users posted more over time, with an exceptional in Jiuzhaigou Earthquake in 2017. Jiuzhaigou is renowned for its incredible landscape and tourism value. It is also a UNESCO World Heritage Site and a World Biosphere Reserve. The public may pay great attention to this earthquake – even governmental users have had posted many posts. In general, the government has functioned as the influential and active users to play its role as a primary crisis manager, and more importantly, expand its power in NCCPs by posting increasingly, showing a “crowding out” of the government in posting.

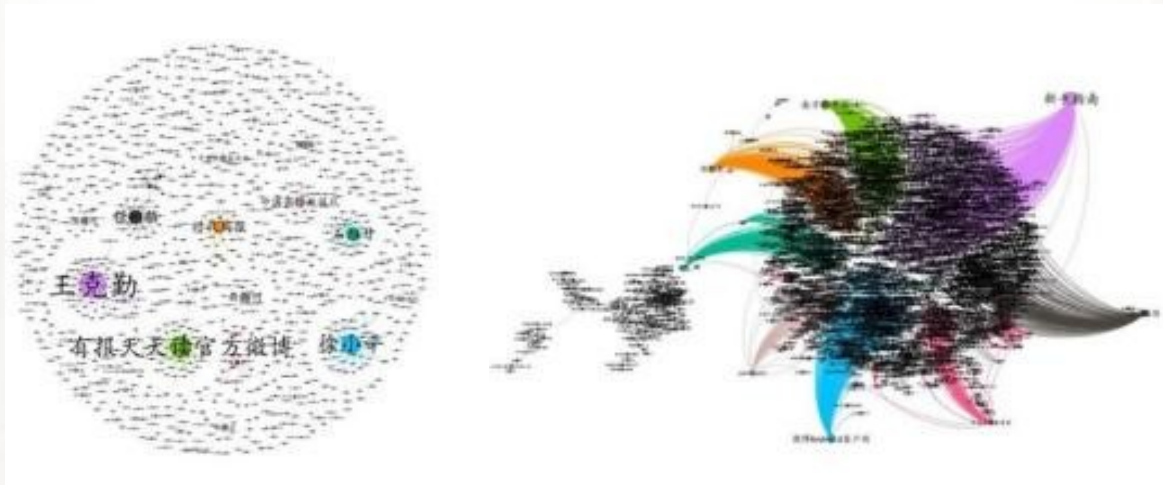
A striking decline can be seen in the proportion of posts by unverified users, from 89.40% at E1 to 40.90% at E6; thus, the proportion of posts has almost halved, which mirrors the decrease in involved unverified users. The mean number of posts per unverified user remained steady, at nearly one post per user from 2010 to 2019. Notably, although the proportion of posts by governmental users and unverified users were similar in 2019, the proportion of governmental users (29.23%) was significantly lower than unverified users (48.54%). It indicates the mean number of posts per user was higher for governmental users than unverified users in 2019. In terms of involved users, the proportion of posts from verified organizational users rose from 5% in 2010 to 14.20% in 2019. The proportion of posts from verified individual users went from 1.60% in 2010 to 4.40% in 2019. The mean number of posts per user for both verified organizational and individual users has changed little, with almost one post per user per earthquake. It means that the public has



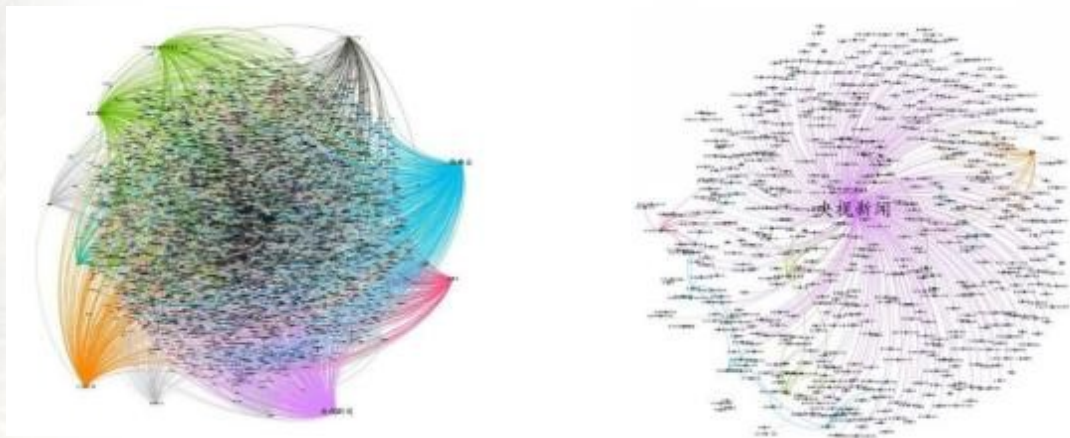
reduced its online participation, some may move away from NCCPs, and some may keep silent, showing a “hunkering down” of the public in posting. The increased post share by governmental users indicates the greater government participation to provide official crisis information. The other three types of users have reduced or barely increased the post proportion. Hypothesis 2 is supported.

The change in the distributors of crisis information in NCCPs between 2010 – 2019

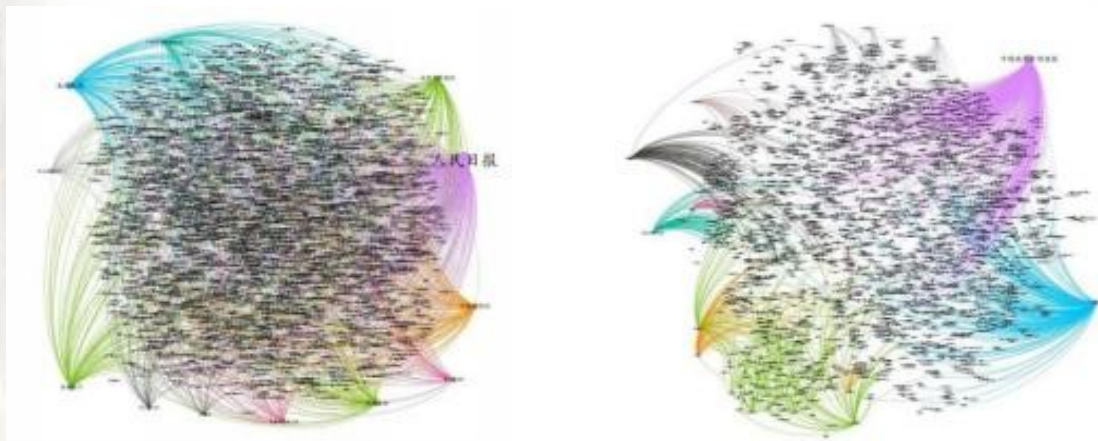
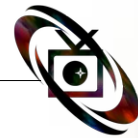
The combination of Figure 2, Table 4, and Table 5 show the change in the distributors of crisis information. Figure 2 presents the visualization of NCCPs. The structure of a NCCP has changed from a wide-open communication space with several small-sized central nodes in 2010 into a state whereby it has several significantly-sized central nodes since 2013. In 2019, the structure of a NCCP had ultimately become a more centralized and oligarchic information linkage pattern.



3a. NCCP of E1 3b. NCCP of E2



3c. NCCP of E3 3d. NCCP of E4



3e. NCCP of E5 3f. NCCP of E6

Figure 2. The change in Chinese Networked Crisis Communication Patterns between 2010-2019

Table IV shows the nine most prominent central nodes of each earthquake and their out-degree of central nodes of different user types in NCCPs to show the change in the connected scale of each user type, and demonstrates the direction of connections of distributors of crisis information according to the information dissemination-reception ratio of the nine central nodes.

Table 4. User type and the out-degree of the nine central nodes, the information dissemination-reception ratio of central nodes

Earthquake	The Out-degree of the Nine Central Nodes (%)		
	User Types		
	Verified Governmental users	Verified Organizational users	Verified individual users
E1 2010 Yushu	-	11.39	17.36
E2 2013 Ya'an	0.95	14.20	1.97
E3 2014 Ludian	17.19	17.93	12.04
E4 2015 Pishan	59.20	5.64	10.49
E5 2017 Jiuzhaigou	21.03	3.77	14.57
E6 2019 Yibin	38.03	8.00	2.67

The out-degree of governmental users as central nodes has increased more significantly than others. From 2010 to 2019, the proportion of the out-degree of governmental users has expanded from 0 to 38.30%. It shows that governmental users strengthened their ability to connect with other nodes, and their interconnection level increased much faster than the others. The proportion of the out-degree of verified organizational users has fallen from 11.39% in 2010 to 8% in 2019. The proportion of the out-degree of verified individual users has decreased from 17.36% to 2.67%. Such shrinking ability of both verified organizational and individual users in terms of connecting nodes in NCCPs indicates a growing tendency to access crisis information from governmental users. Notably, no unverified users



acted as central nodes. In other words, verified users, particularly governmental users, were more likely to serve as the central nodes in NCCPs. The change in the proportion of the out-degree of the central nodes of the three user types shows that governmental users became more highly communicative and central than others in NCCPs.

Table 5 shows the direction of connections of distributors of crisis information according to the information dissemination-reception ratio of the nine central nodes.

Table 5. The information dissemination-reception ratio of central nodes

Earthquake	User Types		
	Verified governmental users	Verified Organizational users	Verified individual users
E1 2010 Yushu	-	2.67	1.53
E2 2013 Ya'an	9.13	6.43	5.28
E3 2014 Ludian	2.37	2.14	1.24
E4 2015 Pishan	1.46	2.28	3.83
E5 2017 Jiuzhaigou	8.68	5.22	1.22
E6 2019 Yibin	1.26	4.86	3.57

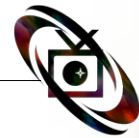
Note: Ratio = proportion of reposts / proportion of replies

All information dissemination-reception ratios between the proportion of reposts and replies from other nodes to a central node exceeded 1, indicating central nodes have more reposts than replies; thus, the central node distributes information unidirectionally. The dissemination-reception ratio of governmental users rose from 0 in 2010 to 9.13 in 2013 but reached 1.26 in 2019, showing a sharp increase and then a decline. Since 2013, the posts reposted by governmental users were higher than the replies they received, demonstrating governmental users have distributed crisis information unidirectionally in NCCPs. Thus, as central nodes, governmental users have a higher capacity for unidirectional distributing crisis information rather than bidirectional in 2019 than that in 2010.

Therefore, Hypothesis 3 is supported.

Discussion and conclusion

This study examines the changes in networked crisis communication patterns (NCCP) by analyzing Weibo posts from six earthquakes of magnitude 6.0 and above in China between 2010 and 2019. We provide insights regarding (a) teasing out changes in NCCPs according to data from the six earthquakes in China over a decade, instead of a single crisis; (b) investigating online participation of



the government and the public in NCCPs in China with a setting of paternalistic governance.

In a ‘century of disasters’, which is also a century of proliferating technological connection, responses and understanding of the relevance of crisis to human society have led governments and others to pay greater attention to social media as a vector for crisis information. In the traditional media era, the Chinese government exercised oligarchic lead in risk governance and took the lead in formulating the response system, policy making, and implementation mechanisms because the government had exclusive power and expertise to co-ordinate and control the strategy and resources to respond to crises (Shi, 2012). At this stage, the earlier role of the government was exclusive because Weibo was not yet widely available in networked crisis communication.

In a period of transition, when Weibo was first integrated into crisis communication in 2010, the government, like other users, lacked experience and did not know how to participate. Following the 2010 Yushu earthquake, the government issued only a handful of posts on Weibo, and since the 2014 Ludian earthquake, the government has stepped into and actively participated in NCCPs. In 2019, government users were the fastest-growing and active user group. Based on empirical results, we present a new phenomenon: “crowding out”, whereby the government has crowded out the public by increasingly involved governmental users, posts, and acting as distributors of crisis information. A greater volume of governmental crisis information can significantly increase the probability of the officially endorsed sources reaching the public. The growing governmental online participation would be a positive move to construct the government image by playing an active crisis manager in the digital age, thus expanding its power and voice in NCCPs.

Considering the long-term existing censorship and regulation, “crowding out” is a less aggressive approach of the Chinese government to avoid “face-to-face” conflict with the public. The phenomenon of ‘crowding out’ can also be interpreted as an invisible attempt or, rather, we would say, as an invisible deterrent, in which the government participates in NCCPs to compel the public to be cautious in their online participation. This approach of appearing to soften but tightening its grip can help the government amplify its power and voice in NCCPs – thus ascertaining control of public online participation.

Decreased public online participation further supports the generation of “hunkering down” in NCCPs. While the present findings are inconclusive regarding direct connections between “crowding out” and “hunkering down”, two possibilities emerge in which the former can be partly responsible for generating the latter. We consider potential passive and proactive mechanisms to explain the advent of “hunkering down” in China.

Regarding passive mechanisms, the influx of governmental users may prompt others to turn inwards and reduce their online participation. The extent to which



the participants are heterogeneous in a NCCP is significant. In China, the government has the right and responsibility to adjust and balance social resources to achieve social stability, and it has the power to censor public online participation. The power of online space is thus not balanced. The public may passively hunker down in response to the massive governmental online participation in NCCPs. This constitutes a deliberately attenuated opportunity for public online participation.

Turning to proactive mechanisms, overwhelming volumes of crisis-related information from state sources may prompt other users to hunker down. It is crucial for the regime to release crisis information in real-time (Hand & Ching, 2011). If netizens genuinely trust government-issued crisis information, they may rely upon it to the point that they no longer post alternative content, voluntarily hunkering down in NCCPs.

However, motivated by both passive and proactive mechanisms, a question is provoked: how does the 'hunkering down' affect NCCPs in China? On the one hand, hunkering down may reduce connections between the government and the public and restrict cooperative and collective action to the detriment of NCCPs. On the other hand, during crises, the Chinese public was constantly influenced by online rumours and misinformation (Luo & Jiang, 2012). In this context, "hunkering down" cannot be entirely negative because reduced participation can generate less information, thus limiting the stream of rumours and misinformation within NCCPs. Although the hunkering down of the public will reduce the connections between the government and the public, and it also reduces the risks posed by rumours and misinformation.

We argue that, firstly, the relationship between the government and the public has been refigured, from the one-to-many dissemination of information in the traditional media era to the closer connection in Web 2.0. When the government crowded them out, some members of the public tended to acquiesce rather than push back, and even leaving from NCCPs maybe regarded as a safe strategy by the public, because no (less) participation is no (less) possibility of punishment. Such public reaction maybe a surprising response. While the 'crowding out' phenomenon can be observed in NCCPs, some members of the public have turned into disseminators of state-issued crisis information. Reducing online participation is a self-protection measure for the public to avoid conflict with networked authoritarian governance. Although both the Chinese government and the public have managed to adapt to network-centric risk governance – constituting self-directed networks and connections on social media – netizens must remain cautious about their participation.

Second, the public has increased the awareness and willingness to promote the government as crisis information distributors by disseminating governmental posts on a large scale. The public can respond to crises cooperatively and collec-



tively with the government (even though public online participation was decreasing) and particularly become better collective crisis response resources.

Third, the public was quietly crowded out in NCCPs rather than raising a significant protest and contest on Weibo or off-line that Büscher et al. (2017) observed in Western NCCPs. Some Chinese netizens who sought to criticize the regime openly have been shut down and become onlookers for fear of the threat of retaliation and punishment by the state. The decreased public online participation cannot directly illustrate a passive attitude of people regarding the “crowding out”. We argue that the constant public supply of crisis information cannot always be taken as an advantage for NCCPs because chaotic information and rumors can be generated by massive information flow.

Some limitations of the study and suggestions for further research must be addressed. This study focused on examining ties, nodes, and patterns, rather than systematically measuring the multi-dimensional change in a NCCP. Future research should expand this view of the changes to achieve a more comprehensive view of the changes in NCCPs on Weibo in China. Furthermore, the current findings of this study have not reflected the connections between ‘crowding out’ and ‘hunkering down’. Future research should also look at this research direction to understand the dynamics of online participation of the government and the public in NCCPs better. While this study covers the period between 2010 and 2019, it is important to acknowledge the significant developments in crisis communication during the COVID-19 pandemic. The pandemic has underscored the role of social media as a crucial tool for disseminating timely crisis information, and the Chinese government has further intensified its online presence. This increased dominance may have exacerbated the ‘crowding out’ phenomenon observed in earlier crises, as the government took on a more centralized role in managing public discourse on platforms like Weibo. Future research should explore how the pandemic has influenced the evolving nature of government-public interactions in crisis situations.

Acknowledgments

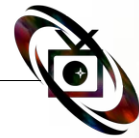
Beijing Institute of Graphic Communication Funding for PhD “Research on the Functions and Values of Foreign University Presses” (Eb202409).

References | Список литературы

- Achenbach, J. (2011, May 13). *The Century of Disasters*. Slate.
<https://slate.com/technology/2011/05/tornado-in-missouri-why-disasters-are-becoming-more-frequent-and-what-we-can-do-about-it.html>
- Alexander, D. E. (2014). Social Media in Disaster Risk Reduction and Crisis Management. *Science and Engineering Ethics*, 20(3), 717–733. <https://doi.org/10.1007/s11948-013-9502-z>



- Blanchard, O. J. (1991). Crowding Out. In J. Eatwell, M. Milgate, & P. Newman (Eds.), *The World of Economics* (pp. 155–159). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-1-349-21315-3_21
- Boersma, K., Wolbers, J., & Wagenaar, P. (2010). Organizing Emergent Safety Organizations: The traveling of the concept “Netcentric Work” in the Dutch Safety sector. *7th International Conference on Information Systems for Crisis Response and Management*. https://www.idl.iscram.org/files/boersma/2010/334_Boersma_etal2010.pdf
- Büscher, M., Kerasidou, X., Petersen, K., & Oliphant, R. (2017). Networked Urbanism and Disaster. In M. Freudendal-Petersen & S. Kesselring (Eds.), *Exploring Networked Urban Mobilities* (pp. 59–79). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315201078-5>
- Cheng, Y. (2018). How Social Media Is Changing Crisis Communication Strategies: Evidence from the Updated Literature. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 26(1), 58–68. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12130>
- Cheng, Y., Huang, Y.-H. C., & Chan, C. M. (2017). Public relations, media coverage, and public opinion in contemporary China: Testing agenda building theory in a social mediated crisis. *Telematics and Informatics*, 34(3), 765–773. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.05.012>
- CNNIC 43rd survey report: Government affairs Weibo. (2019). Sina. <https://tech.sina.com.cn/i/2019-02-28/doc-ihxncvf8291457.shtml>
- Dworkin, G. (1972). Paternalism: *Monist*, 56(1), 64–84. <https://doi.org/10.5840/monist197256119>
- Ehnis, C., & Bunker, D. (2012). Social Media in Disaster Response: Queensland Police Service - Public Engagement During the 2011 Floods. *ACIS 2012 Proceedings*, 1–10. <https://aisel.aisnet.org/acis2012/107>
- Flavel, S., & Hall, B. (2020). Exemplary Paternalism: A Consideration of Confucian Models of Moral Oversight. *Culture and Dialogue*, 8(2), 220–250. <https://doi.org/10.1163/24683949-12340085>
- Hagar, C., & Haythornthwaite, C. (2005). Crisis, Farming & Community. *The Journal of Community Informatics*, 1(3), 41–52. <https://doi.org/10.15353/joci.v1i3.2031>
- Hansen, D. L., Shneiderman, B., & Smith, M. A. (2011). Social Network Analysis: Measuring, Mapping, and Modeling Collections of Connections. In *Analyzing Social Media Networks with NodeXL* (pp. 31–50). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-382229-1.00003-5>
- Hobbins, J. (2017). Between Autonomy and Paternalism: Crisis Managers’ Constructions of Citizens’ Responsibilities in the Context of Crises and Contingencies. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 25(4), 269–278. <https://doi.org/10.1111/1468-5973.12151>
- Houston, J. B., Hawthorne, J., Perreault, M. F., Park, E. H., Goldstein Hode, M., Halliwell, M. R., Turner McGowen, S. E., Davis, R., Vaid, S., McElderry, J. A., & Griffith, S. A. (2015). Social media and disasters: A functional framework for social media use in disaster planning, response, and research. *Disasters*, 39(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/disa.12092>
- Huang, Y.-H. C., Wu, F., & Cheng, Y. (2016). Crisis communication in context: Cultural and political influences underpinning Chinese public relations practice. *Public Relations Review*, 42(1), 201–213. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.11.015>
- Hughes, A. L., & Palen, L. (2009). Twitter adoption and use in mass convergence and emergency events. *International Journal of Emergency Management*, 6(3/4), 248. <https://doi.org/10.1504/IJEM.2009.031564>



- Imran, M., Elbassuoni, S., Castillo, C., Diaz, F., & Meier, P. (2013). Practical extraction of disaster-relevant information from social media. *Proceedings of the 22nd International Conference on World Wide Web*, 1021–1024. <https://doi.org/10.1145/2487788.2488109>
- Keim, M. E., & Noji, E. (2011). Emergent use of social media: A new age of opportunity for disaster resilience. *American Journal of Disaster Medicine*, 6(1), 47–54. <https://doi.org/10.5055/ajdm.2011.0044>
- King, G., Pan, J., & Roberts, M. E. (2013). How Censorship in China Allows Government Criticism but Silences Collective Expression. *American Political Science Review*, 107(2), 326–343. <https://doi.org/10.1017/S0003055413000014>
- Latonero, M., & Shklovski, I. (2011). Emergency management, Twitter, and Social Media Evangelism. *International Journal of Information Systems for Crisis Response and Management*, 3(4), 67–86. <https://doi.org/10.4018/jiscrm.2011100101>
- Liu, S. B., Palen, L., & Sutton, J. (2008). In search of the bigger picture: The emergent role of online photo sharing in times of disaster. *Proceedings of the 5th Information Systems for Crisis Response and Management*, 140–149.
- Liu, Y., & Zhou, Y. (2011). Social media in China: Rising Weibo in government. *5th IEEE International Conference on Digital Ecosystems and Technologies (IEEE DEST 2011)*, 213–219. <https://doi.org/10.1109/DEST.2011.5936628>
- Luo, Y., & Jiang, H. (2012). A dialogue with social media expert: Measurement and challenges of social media user in Chinese public relations practice. *Global Media Journal, Canadian Edition*, 5(2), 57–74.
- Min, C., & Shen, F. (2021). Grievances, resources, or values? Predicting online citizen-initiated government contacts in China. *Telematics and Informatics*, 56, 101479. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101479>
- Moore, M. D., & Recker, N. L. (2016). Social Capital, Type of Crime, and Social Control. *Crime & Delinquency*, 62(6), 728–747. <https://doi.org/10.1177/001128713510082>
- Nerlich, B., & Doring, M. (2007). From Mayhem to Meaning: Assessing the social and cultural impact of the 2001 foot and mouth outbreak in the UK. In B. Nerlich & M. Doring (Eds.), *The social and cultural impact of Foot and Mouth Disease in the UK in 2001*. Manchester University Press.
- Newman, M. E. J. (2010). *Networks: An Introduction*. Oxford University Press.
- Palen, L., Anderson, K. M., Mark, G., Martin, J., Sicker, D., Palmer, M., & Grunwald, D. (2010). A Vision for Technology-Mediated Support for Public Participation & Assistance in Mass Emergencies & Disasters. 1–12. <https://doi.org/10.14236/ewic/VOCS2010.8>
- Palen, L., & Liu, S. B. (2007). Citizen communications in crisis: Anticipating a future of ICT-supported public participation. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 727–736. <https://doi.org/10.1145/1240624.1240736>
- Palen, L., Vieweg, S., Liu, S. B., & Hughes, A. L. (2009). Crisis in a Networked World: Features of Computer-Mediated Communication in the April 16, 2007, Virginia Tech Event. *Social Science Computer Review*, 27(4), 467–480. <https://doi.org/10.1177/0894439309332302>
- Peng, M. W., Lu, Y., Shenkar, O., & Wang, D. Y. L. (2001). Treasures in the China house: A review of management and organizational research on Greater China. *Journal of Business Research*, 52(2), 95–110. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(99\)00063-6](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(99)00063-6)



- Putnam, R. D. (2007). *E Pluribus Unum: Diversity and Community in the Twenty-first Century*. The 2006 Johan Skytte Prize Lecture. *Scandinavian Political Studies*, 30(2), 137–174. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9477.2007.00176.x>
- Rosenthal, U., Hart, P. T., & Kouzmin, A. (1991). The bureau-politics of crisis Management. *Public Administration*, 69(2), 211–233. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.1991.tb00791.x>
- Sadri, A. M., Hasan, S., Ukkusuri, S. V., & Cebrian, M. (2018). Crisis Communication Patterns in Social Media during Hurricane Sandy. *Transportation Research Record: Journal of the Transportation Research Board*, 2672(1), 125–137. <https://doi.org/10.1177/0361198118773896>
- Shi, P. (2012). On the role of government in integrated disaster risk governance—Based on practices in China. *International Journal of Disaster Risk Science*, 3(3), 139–146. <https://doi.org/10.1007/s13753-012-0014-2>
- Shiffrin, S. V. (2000). Paternalism, Unconscionability Doctrine, and Accommodation. *Philosophy & Public Affairs*, 29(3), 205–250. <https://doi.org/10.1111/j.1088-4963.2000.00205.x>
- Shklovski, I., Palen, L., & Sutton, J. (2008). Finding community through information and communication technology in disaster response. *Proceedings of the 2008 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*, 127–136. <https://doi.org/10.1145/1460563.1460584>
- St. Denis, L. A. S., Palen, L., & Anderson, K. M. (2014). Mastering social media: An analysis of Jefferson County's communications during the 2013 Colorado floods. *11th International Conference on Information Systems for Crisis Response and Management*, 737–746.
- Steketee, M., Miyaoka, A., & Spiegelman, M. (2015). Social Network Analysis. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 461–467). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.10563-X>
- Sturgis, P., Brunton-Smith, I., Read, S., & Allum, N. (2011). Does Ethnic Diversity Erode Trust? Putnam's 'Hunkering Down' Thesis Reconsidered. *British Journal of Political Science*, 41(1), 57–82. <https://doi.org/10.1017/S0007123410000281>
- Summary and analysis of the latest hot news events in 2019 in China. (2019). Civiw. <https://www.civiw.com/report/20190909134516>
- Westwood, R. I., & Chan, A. (1992). Headship and leadership. In R. I. Westwood (Ed.), *Organizational Behaviour: A Southeast Asian Perspective* (pp. 123–139). Longman Group.
- Xie, Y., Qiao, R., Shao, G., & Chen, H. (2017). Research on Chinese social media users' communication behaviors during public emergency events. *Telematics and Informatics*, 34(3), 740–754. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.05.023>
- Xu, Z., Liu, Y., Xuan, J., Chen, H., & Mei, L. (2017). Crowdsourcing based social media data analysis of urban emergency events. *Multimedia Tools and Applications*, 76(9), 11567–11584. <https://doi.org/10.1007/s11042-015-2731-1>
- Zeng, J., Chan, C., & Fu, K. (2017). How Social Media Construct “Truth” Around Crisis Events: Weibo's Rumor Management Strategies After the 2015 Tianjin Blasts. *Policy & Internet*, 9(3), 297–320. <https://doi.org/10.1002/poi3.155>



Impact of the Algorithmization and Policies of Internet Platforms on Contemporary Internet Art: RYTP Case Study

Sofia A. Volkova

Saint Petersburg State University. Saint Petersburg, Russia. Email: [so.volkova.a\[at\]gmail.com](mailto:so.volkova.a[at]gmail.com)
ORCID <https://orcid.org/0009-0007-0772-5572>

Received: 15 May 2024 | Revised: 5 September 2024 | Accepted: 17 September 2024

Abstract

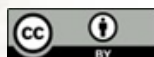
The widespread use of the Internet and social media has contributed to the application of their tools in creation of diverse forms of multimedia art. At the same time, online platforms have become a space for the location and distribution of new art objects on par with established physical spaces for the presentation of such objects. Over time, social media has retained its key functionality of interaction with the platform, but the algorithms that personalize user's exploration of the platform and mechanics that let users influence content within the platform are constantly changing.

The objectives of this paper are to provide a method for uncovering the hidden algorithms and capabilities of virtual services, and to describe exactly how shifts in platform policies and user interaction capabilities affect trends in content production. The strategy of concretization based on the history of a certain genre allows us to identify general trends in the transformation of platforms and identify reactions to them from micro-communities that are associated with the production of artwork.

As a result of YouTube algorithm changes and their appearance on VK, we can observe a displacement of local projects in favor of commercialized content, and artists tending to concentrate more on their micro-communities, rather than on the public community. This paper will be useful to researchers of media platforms specializing in interface philosophy, and also for those who are interested in multimedia art on the Internet.

Keywords

New Media; User Policy; User Interface; Social Media; Vkontakte; YouTube; RYTP; Internet Audience; Multimedia Art; Algorithmization



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Влияние политики интернет-платформ и их алгоритмизации на современное интернет-искусство: кейс жанра RYTP

Волкова Софья Андреевна

Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, Россия.
Email: [so.volkova.a\[at\]gmail.com](mailto:so.volkova.a[at]gmail.com) ORCID <https://orcid.org/0009-0007-0772-5572>

Рукопись получена: 15 мая 2024 | Пересмотрена: 5 сентября 2024 | Принята: 17 сентября 2024

Аннотация

Широкое распространение интернета и социальных сетей способствовало применению их инструментов в создании разнообразных форм мультимедийного искусства. Вместе с тем интернет-платформы стали пространством расположения и распространения новых предметов искусства наравне с устоявшимися физическими пространствами для презентации таких объектов. С течением времени социальные сети сохраняют ключевой функционал взаимодействия с платформой, однако изменяются алгоритмы, персонифицирующие путь пользователя, и механики возможностей пользователя влиять на контент внутри платформы.

Задачи данной статьи – предоставить метод выявления скрытых алгоритмов и возможностей виртуальных сервисов, а также описать, как именно смена политики платформ и возможностей взаимодействия между пользователями влияют на тенденции в производстве контента. Стратегия конкретизации на истории определённого жанра позволяет определить общие тенденции в трансформации платформ и выявить реакцию на них от микросообществ, связанных с производством художественных работ.

В результате изменения алгоритмов YouTube и появления их в VK, наблюдается вытеснение локальных проектов в пользу коммерциализированного контента, а художники больше концентрируются в своих микро-сообществах, нежели на публичном комьюнити. Работа будет полезна исследователям медиа-платформ, специализирующимся на философии интерфейса, а также интересующимся мультимедийным искусством в интернете.

Ключевые слова

новые медиа; пользовательская политика; пользовательский интерфейс; социальные сети; Вконтакте; YouTube; RYTP; интернет-аудитория; мультимедийное искусство; алгоритмизация



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution" \(«Атрибуция»\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 4.0 Всемирная



Введение

Доступность интернета широкому кругу пользователей способствовала изменениям во всех сферах жизни общества, – искусство не стало исключением. Вплоть до конца прошлого столетия основным местом презентации искусства оставались соответствующие институции: галереи, музеи, выставки, аукционы, ярмарки, создавшие определённые критерии вхождения в арт-среду для художников. Акторы в сфере искусства обладали разными экономическими и социальными возможностями, и те, кто не соответствовал критериям, разработанным отдельными кураторами, критиками, «признанными» художниками, коллекционерами и аукционными домами, сталкивались с барьерами доступа или полным исключением из производственных отношений внутри сферы искусства (Groys, 2015, p. 357). Интернет радикально изменил эту ситуацию, предоставив альтернативное пространство как для публикации предметов искусства, так и для коммуникации художников с коллегами и зрителями (Lughi, 2014; Manovich, 2009). Помимо самой возможности публикации и создания работ, виртуальные платформы также снизили влияние авторитетов, определявших, что может быть признано искусством (Wang & Wang, 2021). Наиболее известными пространствами для публикации работ стали социальные сети, специализированные форумы и сервисы-галереи (Salah, 2010, p. 18–21; Adeloye, Kayode, & Akinlawon, 2024), которые на ранних стадиях не обладали проработанными протоколами модерации и инструментами для проверки содержания контента. Внимание пользователей социальных сетей к сайт-специфик формам самовыражения стало серьёзным вызовом для авторитетных институций, вынужденных учитывать тренды интернета и их влияние на аудиторию (Ghidini, 2019; Hong, 2022).

Процесс апробации влияния на поведение пользователей платформами растянулся от конца прошлого столетия и продолжается по настоящее время. Однако в академической литературе всё ещё недостаточно подробно исследована взаимосвязь между инновациями на платформах и пользовательским контентом. В данной статье предлагается один из способов фиксации изменений в политике платформ и пользовательском интерфейсе, выявленный через анализ истории жанра мультимедийного искусства в интернет-среде. Основной тезис представленного исследования состоит в том, что модернизация алгоритмов фильтрации контента, модерации, интерфейса и политики непосредственно влияет на контент, создаваемый художниками, и на его распространение среди других пользователей. Обращение к цифровым платформам в качестве участников управления социальными взаимодействиями и культурным производством обусловлено исследованиями критической теории медиа. В частности, согласно критической теории интернета, изменение алгоритмов и интерфейсов способствует усилению контроля со стороны платформ, стремящихся к стандартизации и управлению



контентом исходя из коммерческих и политических интересов (Fuchs, 2014). Следовательно, механизмы фильтрации и модерации контента не только влияют на видимость определённого искусства, но и приобретают символическую власть над формированием представления о значимости тех или иных подвидов искусства, эстетическим вкусом пользователей виртуальных платформ. Таким образом, виртуальные сообщества также разрабатывают стратегии взаимодействия в интернете, основываясь на текущих возможностях виртуальных платформ, и адаптируются к изменениям в ответ на ощутимые перемены.

Методология исследования

Примером для выявления взаимосвязи между содержанием виртуального мультимедийного искусства и возможностями интернет-среды выбран жанр RYTP (Russian YouTube Poop). Наряду с мемами и fad, этот изначально низовой жанр мультимедийного искусства в интернете с аббревиатурой RYTP быстро стал конвенциональной формой художественного высказывания. Специфика RYTP подразумевает использование определённых техник, разработанных участниками направления и являющихся маркерами для соотнесения объектов с жанром. Один из ключевых маркеров – представление работ исключительно на виртуальных платформах, таких как хостинговый сервис YouTube и, в случае русскоязычных произведений – в социальной сети ВКонтакте. Родоначальником (R)YTP стали англоязычные видео (Knutilla, 2015, p. 142), в то время как первые работы русскоязычных авторов появились спустя несколько месяцев.

Из-за своего исключительно виртуального характера авторы YTP остаются известными в основном в пределах сообществ, связанных с этим жанром, который большинство исследователей определяют как низовое искусство. Изучение этого RYTP представляет интерес не только потому, что он демонстрирует стратегии интернет-художников, но и потому, что он отражает влияние трансформации виртуальных платформ на создаваемый контент. На сегодняшний день существуют версии на польском, немецком, французском и тайском языках, однако в нынешней работе я обращаюсь к специфике русскоязычных работ, которые остаются недостаточно изученными в академической литературе. Существующие публикации, посвящённые жанру, сосредоточены на анализе техник англоязычных художников, публикующих видеоработы на платформе YouTube (Eugster, 2014; Figueiro, Lunhani, & Soares, 2016; Thuijs, 2011). RYTP же представляет собой локализованную русскоязычную версию¹, которая равносильно представлена в социальной сети ВКонтакте. Восстанавливая хронологию развития RYTP, я отмечаю взаимосвязь ключевых событий в истории жанра с политикой виртуальных платформ и алгоритмиче-

1 Здесь и далее я использую «русскоязычный», а не «русский» для характеристики контента, потому что расположение или национальность авторов не играли роли, именно язык является определяющим критерием.



скими технологиями. Данное исследование является первой попыткой детального анализа RYTP и предлагает оригинальные знания, которые можно получить через изучение этого жанра. Фокус на одном виде виртуального искусства необходим для глубокого анализа его специфики и истории, что в дальнейшем позволит провести сравнительное исследование с другими видами виртуальной выразительности, развивавшимися параллельно.

В процессе реконструкции хронологии развития RYTP были использованы инструменты сервиса Wayback Machine, созданного некоммерческой организацией Internet Archive. Библиотека Wayback Machine содержит архив «слепков» отдельных страниц в интернете за различные произвольные периоды, что позволяет восстановить их содержание и проследить изменения в формах коммуникации. С помощью Wayback Machine удалось рассмотреть тематические страницы, посвященные жанру, на которых публиковались работы и тематические обсуждения. Для анализа изменений интерфейса YouTube использовался сервис Web Design Museum, на котором опубликованы скриншоты главной страницы сервиса и других подразделов сайта. В отличие от Wayback Machine, Web Design Museum не обладает интерактивными возможностями, что позволяет зафиксировать лишь общие изменения интерфейса, упуская важные детали, характерные для конкретных периодов развития сервиса.

В дополнение к данным из интернет-источников в рамках исследования проведены глубинные интервью среди художников и зрителей. Во время интервью с авторами особое внимание уделялось их взаимодействию с виртуальными платформами, выбору площадок для публикации контента, а также причинам отказа от использования определённых платформ. В случаях, когда респонденты не могли предоставить подтверждения своих тезисов (например, в виде скриншотов или видео), выводы подкреплялись данными из открытых источников: тематических сообществ в социальной сети ВКонтакте, комментариев к видео на YouTube и других тематических материалов на различных платформах. Для проверки тезисов респондентов использована триангуляция данных, что позволило подтвердить ряд гипотез, связанных с историей жанра. Прямые цитаты из интервью в работе не приведены, так как респонденты пожелали остаться анонимными и не дали согласие на их использование.

Используя *методы включенного наблюдения и глубинных интервью*, я представляю отдельные фрагменты из истории жанра RYTP. В дополнение к этим методам в работе применяется *цифровая этнография* – метод, который фокусируется на качественном анализе взаимодействий и культурных практик в цифровой среде. Таким образом, исследование сочетает эмпирические данные с анализом цифровых взаимодействий для углубленного изучения жанра и его культурного контекста.



Контекст появления жанра и его популяризация

В 2008 году пользователи рунета преимущественно находились на форумах, интернет-дневниках, (по типу Livejournal), и в онлайн-играх. Среди локальных тенденций затухало влияние «упячки» (М. А. Кронгауз в интервью газете..., 2017), – ироничного проекта, посвященного онлайн-общению начала 2000-х. Новое поколение юзеров рунета реже обращалось к формату личного блога, всё чаще используя социальные сети и хостинговые сервисы, которые позволяли систематизировать собственный контент и эффективнее находить новый. Именно в это время RYTP появляется одновременно на платформах YouTube и ВКонтакте, а вместе с тем мгновенно получает внимание со стороны пользователей. К 2010 году на тематическую группу по жанру в социальной сети ВКонтакте подписано внушительное по тем временам количество пользователей, а видеоролики получают внимание не только в интернете, но и на федеральном телеканале.

Одной из отличительных черт RYTP является обязательное взаимодействие авторов с хостинговым сервисом YouTube, который также стал пространством зарождения жанра. Равносильная интеграция происходила на платформе ВКонтакте, ставшей основным местом для коммуникации, для повторно загруженных работ, удаленных с YouTube из-за нарушения правил содержания контента. Жанр особенно известен поколениям, чья юность проходила в русскоязычном пространстве приблизительно 2005-2014 годов, согласно данным о среднем возрасте авторов и зрителей. Специфика жанра подразумевает хотя бы базовые навыки самостоятельного сёрфинга на сервисах YouTube и ВКонтакте, что до сих пор не представляется широкодоступным из-за технических ограничений, (наличия устройств с доступом в интернет, сам интернет). Для тех, кто соответствовал этим критериям, RYTP потенциально становился возрождённой формой контркультурного творчества. Зрители отмечают, что внимание к жанру привлекали его структура, выделяющаяся на фоне привычных видеоматериалов; игра с формами речи, благодаря которой рождались крылатые выражения, распространившиеся за пределы сообщества (многие использовали их, не зная истоков появления).

В центре рассматриваемого стиля находится продукт, создаваемый отдельными авторами, а именно – видео, сделанное либо на основе другого видеоматериала, либо с использованием внутренних средств программ для монтажа. Исторически основной программой для создания контента стала Sony Vegas (ныне просто Vegas); использование других программ более ситуативно и не ассоциируется с жанром. Посредством избирательного извлечения видеоматериалов и персонажей видеороликов в любом объёме и форме искажения (визуальное сэмплирование), а также совмещения их с традиционными для жанра приёмами создаются работы под аббревиатурой YTP. Однако и этот вывод требует уточнения. Англоязычные исследователи называют YTP одним



из fad – временных трендов, понимаемых как «вид культурного поведения», своеобразный ритуал обращения к определённому типу материалов с внутренним стремлением внести новую информацию в интернет-сообщество. В отличие от более устойчивых трендов, fad, как правило, недолговечны, не приводят к долгосрочным изменениям в культурной среде; их последователи участвуют в кратковременной моде, которая и становится единственным связующим звеном.

Действующие авторы и зрители YTP формируют микросообщества, разделяя общие ритуалы. За время существования R/YTP в этих сообществах появились собственные тренды и fad. В статье R/YTP рассматривается как жанр из-за наличия определённых техник и условий:

- 1) контент опирается на традиционные приёмы: вордмикс (sentence mixing), реверс, рандом, питч-шифтинг, маскинг; в той или иной мере включает их и обращается к ним;
- 2) авторы осознают комичный характер контента и используют это знание при создании своих работ;
- 3) контент не публикуется авторами за пределами виртуальных платформ и подразумевает возможность взаимодействия со зрителями посредством комментариев.

В сообществе вокруг RYTP наблюдается активное участие пользователей, которые просматривают этот контент, влияя на развитие авторов, создание новых контекстов и пересечений, а также вовлекая авторов в другие мультимедийные проекты. Обратная связь зрителей – неотъемлемая часть YTP: она служит основой для появления новых сюжетов и идей. Ограничение возможностей коммуникации в социальных сетях напрямую влияет на жанр. Например, с появлением Telegram многие пользователи постепенно прекратили использование ВКонтакте, что сократило их реакцию на видео в виде аудиовизуального контента: картинок, GIF-изображений, музыки и видеозаписей. Тем не менее, публикации о переносе блога на Telegram остались на платформе ВКонтакте. Общение на этой платформе сыграло значительную роль в популяризации жанра и привлечении новых авторов в первые годы его существования¹.

В 2007 году сервис ВКонтакте позволил создавать неограниченное количество тематических сообществ: публичных страниц или групп с широким функционалом для персонализации. Пользователи могли установить изображение на аватарку группы, добавлять темы для обсуждений, похожие на аналогичную технологию для форумов. Описание сообщества позволило создавать собственное меню (приведу пример видео, в котором авторка обучает созданию такого меню: Пученкова, 2015), добавлять видео и аудиозаписи,

¹ Публикации датируются 2018-2019 годами и присутствуют в тематических сообществах или личных страницах известных авторов, таких как Cinematron, lonrefne, Max Lunar, Lindenov, Commander Asdasd.



альбомы для изображений и сами изображения. Помимо этого, сообщества имели «стену» – пространство для записей. В зависимости от настроек, создатель мог выбрать круг лиц, которым доступно публиковать записи. Стена могла быть открытой для всех пользователей, что позволяло им добавлять контент на всеобщее обозрение. Таким образом, сообщества ВКонтакте предоставляли широкий простор для коммуникации через различные медиаформаты, что стимулировало активность пользователей внутри тематических групп. Создатели групп, посвящённых RYTP, были хорошо знакомы с функционалом для создания и модерации сообществ, поэтому привлекали новую аудиторию в жанр через другие группы. Например, значительная часть сообщества пришла в RYTP из групп, посвящённых играм Garry's Mod и Team Fortress 2¹, – эту гипотезу удалось подтвердить посредством изучения публикаций в группе по Garry's Mod. В день создания первой группы по RYTP администраторы этих сообществ активно призывали пользователей присоединиться к новому проекту.

Тем временем на YouTube уже присутствовали русскоязычные авторы, ориентирующиеся на англоязычный контент: Martin1992X (ныне FureonNectarmoon), TorNis Entertainment, veksler96 MrValBar и Swaitis²; все они действовали разрозненно и практически не координировали деятельность друг с другом до появления тематических сообществ. Поскольку названные авторы уже имели вес в YTP сообществе и собственную аудиторию, они стали авторитетами для последующих художников в указанный период.

Функционал YouTube значительно изменился к настоящему моменту, но в период с 2006 по 2015 годы активно тестировались различные способы взаимодействия пользователя с контентом. Помимо стандартных функций, таких как оценки (like/dislike) и комментарии, до 2010 года на YouTube можно было оценивать видео «звёздами» от 0 до 5, визуально отображая усреднённую оценку. Это направляло внимание пользователей не только на количество просмотров, но и на качественную оценку видео, видимую вместе с превью других роликов. Впоследствии визуализация оценки переместилась под само видео, и сравнивать ролики стало можно по релевантности названия, количеству просмотров и дате загрузки.

Респонденты отметили, что видео RYTP часто появлялись в рекомендациях на YouTube благодаря загадочным названиям и высоким рейтингам. Заинтересованные пользователи вводили аббревиатуру в поиск и знакомились с другими тематическими роликами, отсортированными по релевантности. Поскольку отдельные ролики собирали большое количество просмотров, попасть в рекомендации было несложно. Если зритель находил одно видео жанра RYTP, алгоритмы YouTube сразу предлагали несколько похожих работ.

-
- 1 Информация получена из опросов с упомянутыми в разделе авторами, также в одноимённой группе ВКонтакте до сих пор доступны свидетельства интеграции RYTP в геймерское сообщество.
 - 2 Используются никнеймы, которые выбирали сами авторы на сервисе YouTube, так как немалая часть авторов желает оставаться анонимными.



Однако на распространение жанра влияли не только зрители, но и другие создатели контента. Для своих работ многие авторы специально искали в интернете смешные и странные видеоролики с малым количеством просмотров, загруженные на сервисы YouTube и Вконтакте самими пользователями. Эти же ролики представляли особый интерес для видеообзоров, – популярного в начале 10-х годов жанра контента на YouTube. Создатели видеообзоров (самоназвание – видеообзорщики) позиционировали себя проводниками в комичный контент виртуальных платформ, предоставляя источник для интертекстуальных кодов пользователей интернета – мемов. Когда видео, найденные авторами RYTP, вместе с их собственными работами показали на Первом канале, жанр привлёк внимание новой аудитории, не знакомой с культурой юмора в Рунете.

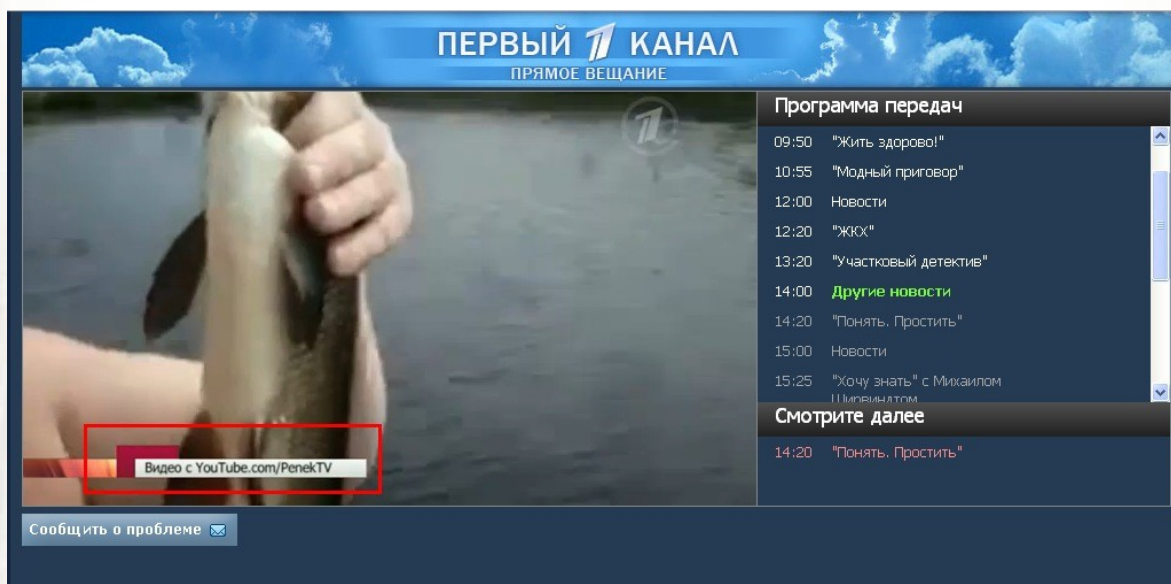


Рисунок 1. Скриншот с веб-сайта Первого телеканала, на который ретранслируется телевизионный поток. Запечатлён показ видео с YouTube канала PenekTV, который на ранних стадиях развития жанра был одним из наиболее известных

Figure 1. Screenshot from the website of the First TV Channel, to which the TV stream is rebroadcast. Captures a video from the YouTube channel PenekTV, which was one of the best known channels in the early stages of the genre's development

Модерация контента: унификация и разнообразие пользовательского опыта

Алгоритмизация пользовательского движения по интернет-платформам сопровождается риторикой о том, что каждый путь пользователя индивидуально адаптирован под его запросы, интересы и потребности. Однако манипуляции с интерфейсом самих платформ фиксируют движение к большему единообразию: социальная сеть Вконтакте изначально имела унифициро-



ванный вид, максимально схожий с социальной сетью Facebook, в то время как кастомизация тематических блоков была доступна скорее для конструкции групп и сообществ. На каждой отдельной странице до 21 октября 2010 года присутствовала «стена» – пространство под личной информацией о пользователе (датой рождения, городом проживания), где другие пользователи могли оставлять комментарии. Каждая новая мысль или ответ публиковались в виде отдельной записи на стене или отправлялись личным сообщением. Позже стену заменил микроблог, что повлекло за собой снижение активности взаимодействия пользователей непосредственно на страницах друзей.

На одной странице пользователя можно было найти разнообразную информацию: от места работы до религиозных взглядов; фотографии, видео, музыку, заметки, что формировало «резюме» пользователя. Всё это было возможно благодаря заполнению профиля и настройке отображения данных параметров. Использование парсеров – инструментов для кастомизированного поиска информации по заданным критериям, которые не всегда были доступны через стандартные функции поиска платформы, – а также постоянство в отображении различных данных на странице подталкивали пользователей к самостоятельному поиску контента и интересующих их персоналий через собственные алгоритмы поиска (Пример приведён в работе: Smirnov, Sivak, & Kozmina, 2016).

До 2011 года пользователи YouTube имели возможность кастомизировать или визуально оформить свою личную страницу на сервисе: добавить фон для канала, описание, тематические блоки и рекомендации других пользователей. В 2012 году дизайн принял более минималистичный вид с белым фоном. Блок новостей платформы и рекомендации роликов с большим количеством просмотров при просмотре отдельного видео исчезли, что сделало интерфейс более схожим с современным.

Инструменты модерации до сих пор остаются непрозрачными, однако можно утверждать, что механизмы автоматического скрывания и удаления контента в прошлом работали менее оперативно, меньшее количество факторов запускало процесс работы алгоритмов. Респонденты также отмечают, что количество жалоб на видео играло лишь незначительную роль в модерации. Пользователи могли жаловаться на контент, который действительно нарушал правила сервиса, но при этом единичные обращения могли привести к удалению видео, которое не нарушало этих правил. Таким образом, с YouTube исчезло множество роликов с персонажем по прозвищу «опасный поцык», который стал каноничным для жанра RYTP. Однако сейчас загрузить видео с этим персонажем невозможно – YouTube автоматически блокирует такие видео, предположительно из-за наличия сигареты у несовершеннолетнего героя. Более того, платформа может заблокировать и сам аккаунт, что уже произошло с несколькими авторами RYTP.



Рисунок 2. Пример оформления канала Tolmin в 2012 году, скриншот предоставлен анонимно одним из авторов. По нему также можно установить следующую особенность сервиса: до 2012 года пользователь мог создать только один канал, названный так же, как и никнейм, а потому никнеймы авторов часто становились их псевдонимами. Более того, до того же года изменить никнейм было невозможно

Figure 2. An example of Tolmin channel design in 2012, screenshot provided anonymously by one of the authors. It also shows the following peculiarity of the service: before 2012, a user could create only one channel with the same name as the nickname, and therefore the nicknames of authors often became their pseudonyms. Moreover, it was impossible to change the nickname until the same year

Пример оформления канала Tolmin в 2012 году, скриншот предоставлен анонимно одним из авторов. По нему также можно установить следующую особенность сервиса: до 2012 года пользователь мог создать только один канал, названный так же, как и никнейм, а потому никнеймы авторов часто становились их псевдонимами. Более того, до того же года изменить никнейм было невозможно.

Примерно с начала 2010-х годов на YouTube начали заходить крупные медиаконгломераты, и появились дополнительные алгоритмы, фиксирующие наличие музыки и фильмов, защищённых авторским правом. При этом модерация авторского контента стала менее строгой: ранее компании не позволяли использовать музыку в видео даже при изменении визуального содержания контента, однако впоследствии пользователям была предоставлена такая возможность. Тем не менее, некоторые исполнители до сих пор не дают разрешение на использование произведений даже для некоммерческих целей. Модерация содержания видео на YouTube значительно повлияла на мотивацию авторов продолжать работу, несмотря на всё ещё большую лояльность к платформе. (Подробнее о мотивации в использовании YouTube см. Lee & Lehto, 2013, p. 203). На любое видео мог быть наложен «флаг», а после трёх таких «флагов» канал удалялся автоматически, – так несколько авторов лишились доступа к своему контенту. Один из таких случаев описывает автор



под псевдонимом ГТНО в тематической группе ВКонтакте в 2012 году. В публикации он прикрепил ссылку на свой новый канал и написал: «Можно стараться изо всех сил, но всегда будут вещи, которые мы не в силах исправить. Как бы жутко это ни звучало, но это так» (ГТНО, 2012). Угадать заранее, что именно может привести к «флагу», было практически невозможно, поскольку привычные стратегии создания контента могли вызвать блокировку наравне с контентом, нарушающим политику платформы. Так, присутствие в видео персонажа «опасный поцык» стало одной из причин массового получения флага на каналах жанра RYTP.

Политика модерации YouTube разительно отличается от модерации медиа-материалов на платформе ВКонтакте, известной как социальная сеть с наибольшим количеством пиратского контента. Несмотря на попытки внедрить алгоритмы для выявления материалов, наделенных авторским правом (Справочник API | Roadmap, б. д.), пользователи быстро находили способы обхода ограничений. Например, в 2013 году введенные ограничения сделали многие музыкальные произведения недоступными для прослушивания. В ответ пользователи предложили несколько решений: незначительное изменение трека, увеличение его длительности или вырезание небольшого фрагмента (Maglink, 2013). Другим вариантом стало переименование аудиозаписей и использование кодовых названий для исполнителей, чьи треки подверглись удалению (Коцар, 2013). Что касается видео, авторские фильмы не подвергались проверке на ВКонтакте, что сделало платформу хранилищем для многих произведений, недоступных для свободного просмотра.

Поляризация и дисперсия сообщества

Массовый отказ от публикации работ во ВКонтакте связан с техническими ограничениями, обнаруженными администрацией тематической группы по жанру. В 2011 году администрация предприняла решение о создании ещё одной группы, поскольку в «официальной» место для загрузки видеозаписей исчерпало свой лимит. Чтобы избежать повторения этой ситуации в новой группе – «хранилище», – администрация ввела собственную систему модерации, направленную на публикацию только качественного контента. Реакцией на это со стороны части сообщества признанных авторов стало создание собственного поджанра, который включал приёмы, сочтённые недостаточно качественными для модераторов группы. Это коллективное творчество поддерживалось тем фактом, что YouTube уже позволял создавать каналы с любыми названиями, и авторы использовали это для создания ироничных проектов, предназначенных не для широкой аудитории, а для опытных авторов RYTP.

Модераторы обоих сообществ также просили подписчиков воздерживаться от обсуждения свободных тем на «стене», используя её только для публикации контента, анонсов и сообщений, непосредственно



связанных с жанром. К темам, которые попадали под запрет, относились вопросы о классификации видео как принадлежащего к жанру RYTP, обсуждения поджанров и дискуссии о будущем жанра. Администрация периодически очищала группу от обсуждений с помощью специальных скриптов, а пользователи, которым была важна возможность общения, создавали собственные сообщества или творческие объединения.

В один из дней в официальной группе было зафиксировано резкое сокращение числа подписчиков – на 50 тысяч за короткий промежуток времени. Этот аномальный отток участников нельзя было объяснить обычной активностью пользователей. Поскольку каждая группа ВКонтакте имеет уникальный идентификатор, исключалась возможность создания дубликатов, что указывало на масштабную и целенаправленную операцию. Анализ показал, что для подобного массового удаления подписчиков был использован специальный скрипт – программный код, который автоматизирует выполнение операций, невыполнимых вручную. Примеры использования таких скриптов можно найти в обучающих видеороликах на YouTube (sdfghjdb, 2010)¹.

В основной группе жанра регулярно проводились конкурсы на лучшую работу, поддерживалась активность через игровые серверы, организовывались эфиры на тематической интернет-радиостанции, а также существовали планы по созданию собственного видеохостинга, черновики которого можно найти в веб-архиве WebArchive². В локальных сообществах обсуждения выходили за рамки самого жанра и охватывали широкий спектр тем. В то же время высокая степень вовлечённости участников в творчество друг друга способствовала активным размышлениям о состоянии жанра, актуальность которого начала ставиться под вопрос в связи с поляризацией сообщества и особенностями модерации в крупнейших тематических группах. Часть авторов выражала недовольство тем, что жанр привлекал массовую аудиторию: аналитика Google Trends подтверждает³ данные о том, что с 2012 года количество запросов с аббревиатурой RYTP постепенно увеличивается с течением времени.

Рост интереса к жанру был частично обусловлен увеличением числа пользователей интернета и более широкой доступностью средств коммуникации. Также возросло количество пользователей YouTube, что подтверждается выдачей «серебряных кнопок» русскоязычным видеоблогерам за достижение 100 тысяч подписчиков. Только в 2012 году эту награду получили наиболее популярные русскоязычные авторы. YouTube перестал быть просто платформой для публикации творчества и стал пространством для коммерциализированного контента. Хотя монетизация видео стала возможной в конце

1 Другие примеры можно найти по запросу “before:2012-11-11 скрипт вконтакте” в адресной строке сервиса YouTube.

2 Находится по следующей ссылке: https://web.archive.org/web/2024000000000*/http://www.poop-russian.ru/

3 Google Trends (n.d.). “RYTP”. <https://trends.google.ru/trends/explore?date=all&geo=RU&q=rytp&hl=ru>



2010 года, начиная с 2012 года можно говорить о полноценной возможности заработка через YouTube (Arthurs, Drakopoulou & Gandini, 2018, p. 7-10; Jeonga, Sohn, & Kwon, 2019). Доход авторов напрямую зависел от количества просмотров, поскольку встроенная реклама стабильно приносила прибыль. В связи с этим часть авторов начала рассматривать маркетинговый потенциал жанра RYTP¹.

Вместе с децентрализацией зрителей и авторов в локальных сообществах возникли внутренние течения и рабочие группы, занимающиеся экспериментальными проектами. Некоторые авторы стремились упростить контент и сделать его максимально доступным для широкой аудитории разных возрастов, в то время как другие сосредоточивались на качестве и совершенствовании приёмов RYTP. Ускоряя видео до такой степени, что неподготовленный зритель не успевал осмыслить просмотренное, авторы намеренно отсеивали тех, кто не был заинтересован в художественной ценности работ. Среди экспериментов также появились видеоролики, исследующие механики обхода алгоритмов проверки контента YouTube. Например, размывание изображения не всегда спасало видео от блокировки, однако наложение поверх другого видео или картинок позволяло публиковать даже провокационные материалы, не вызывая реакции со стороны платформы.

Жанр при реформации платформ

До 2016 года частота поисковых запросов с содержанием аббревиатуры RYTP стремительно росла, однако затем начала постепенно снижаться. В жанре сформировалось несколько поколений авторов, некоторые из которых достигли миллионов просмотров. Хотя отдельные видео продолжают привлекать внимание, в целом можно отметить, что интерес к жанру снижается. В период с 2012 по 2016 год в жанре не происходило значительных изменений, поэтому исследование переместило фокус на причины в изменениях функционала виртуальных платформ.

В 2014 году платформа ВКонтакте пережила знаковое событие: её основатель Павел Дуров покинул пост генерального директора, – с его слов – из-за давления, связанного с отказом удалить оппозиционные сообщества (Дуров, 2014; Jainer & Rantapelkonen, 2013). Павел Дуров продолжил свою работу, запустив альтернативный мессенджер Telegram, призывая пользователей переходить на более безопасные формы коммуникации в интернете (Knockel et al., 2023; Dollbaum, 2020; Vendil Pallin 2016). Действительно, часть пользователей стала реже использовать ВКонтакте из-за введённых санкций за нарушение правил, установленных новым руководством компании. В результате многие тематические чаты мигрировали из ВКонтакте в Telegram, а авторы начали развивать свои блоги на другой платформе, используя функциональные возможности, значительно отличающиеся от привычного ВКонтакте.

1 К примеру, автор канала «Пенёк ТВ» с 2018 года принимает заказы на рекламу в видеороликах.



Не менее значимым событием стала смена алгоритмов YouTube, а именно внедрение искусственного интеллекта в технологию рекомендаций контента. YouTube не раскрывает подробности этих изменений (Pietrobruno, 2016), но пользователи отмечают их сами: например, до августа 2015 года было невозможно увидеть точное количество просмотров видео в реальном времени (Numberphile, 2012), и счётчик просмотров замирал на несколько часов. Также до 2016 года отсутствовала информация об использовании искусственного интеллекта в алгоритмах YouTube, однако в 2016 году появилась статья, описывающая новую механику рекомендаций (Covington, Adams & Sargin, 2016, p. 191-198). Одним из ключевых факторов этих алгоритмов стала продолжительность нахождения пользователя на платформе, из-за чего работы, не влияющие на активность зрителей, имели меньше шансов попасть в рекомендации (Lukoff et al., 2021). Это позволило сделать вывод, что изменения в платформах для публикации контента изменили стратегии взаимодействия авторов с сервисами, а также интерактивные функции их произведений. Поскольку сами платформы поощряли количественное потребление контента, внутренняя коммуникация перестала соответствовать требованиям жанра. Авторы и зрители отмечают, что с 2013 года они стали активнее общаться в социальных сетях с более разнообразными форматами коммуникации, включая видеозвонки, демонстрацию экрана, искажение голоса и изображения, а также через многопользовательские игры, которые создают новые формы взаимодействия, недоступные в соцсетях. Даже точечная настройка алгоритмов YouTube с 2016 года не позволяет эффективно продвигать новые мультимедийные проекты (Matamoros-Fernández et al., 2021), что вынуждает художников задумываться о целесообразности использования этой платформы, учитывая возможные проблемы с модерацией. Выходом становится обращение к другим проектам, предоставляющим площадку для высококачественного контента, но в ту же очередь исключают возможность получения обратной связи от пользователей. Комментарии к видео на YouTube являются богатым материалом для установления нового знания или проверки существующих гипотез (Хлевнюк & Максимова, 2021, с. 28-46), что ставит художников перед выбором между интерактивностью и творческой свободой в условиях виртуальных пространств.

Результаты и заключение

Частный случай жанра RYTP оказывается маркером состояния актуального мультимедийного искусства в интернет-среде, транслирующим наличие неразрывной связи политики виртуальных платформ, алгоритмизации и большей доступности интернета с трансформацией способов выразительности. Уменьшение возможности контроля зрителем поступающего контента также влияет и на те форматы интернет-искусства, где интерактивность и трансмедийность имели наибольшую ценность. Элиминация площадки для



выражения мыслей и идей в творческом сообществе способствует не исчезновению сообщества, но его большей маргинализации; уходом художников в другие форматы коммуникации, более закрытые и недоступные массовому зрителю.

Рассмотренные изменения политик и алгоритмов платформ привели к поляризации контента внутри жанра: один из них таргетирован на широкую аудиторию, в то время как другой приобрёл спонтанный характер и стал доступен лишь другим художникам или зрителям, уже знакомым с жанром. Сокращение функциональных возможностей для создания и развития сообществ на виртуальных площадках повлияло на нежелание художников бороться с нововведениями платформ и вместо этого сформировало стратегии избегания алгоритмов, автоматических механик. В результате сложившейся коммуникации диалог между авторами мультимедийных работ и зрителями превратился в полифонию, где их роли ситуативно взаимозаменяемы, но изменения политик относительно контента на YouTube и ВКонтакте привели к невозможности случайного столкновения неподготовленного зрителя с контентом, что подняло порог доступа к авторским работам. Так, авторы экспериментальных работ в жанре RYTP перестали использовать аббревиатуру, хотя их контент по-прежнему остаётся в рамках жанра, или переключилась на иные интерактивные формы самовыражения в интернете.

Результат проведенного исследования намечает темы для дальнейшего изучения интернет-искусства, а именно: стратегии адаптации художников к нестабильной политике виртуальных платформ, имеющих значительное влияние на социально-экономические сферы; влияние усиления контроля над цифровой средой на художественные практики. Отдельного внимания заслуживают альтернативные подходы к конструированию интернет-платформ, которые способствовали сохранению ценности интерактивности, лежащей в основе жанра RYTP.

Список литературы

- Adeloye, A. A., Kayode, T. D., & Akinlawon, T. K. (2024). The impact of technology on the production and consumption of contemporary art. *Art Time*, 6, 21–26.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10894497>
- Arthurs, J., Drakopoulou, S., & Gandini, A. (2018). Researching YouTube. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 3–15.
<https://doi.org/10.1177/1354856517737222>
- Covington, P., Adams, J., & Sargin, E. (2016). Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems*, 191–198.
<https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>



- Dollbaum, J. M. (2021). Social Policy on Social Media: How Opposition Actors Used Twitter and VKontakte to Oppose the Russian Pension Reform. *Problems of Post-Communism*, 68(6), 509–520. <https://doi.org/10.1080/10758216.2020.1800492>
- Eugster, B. (2014). How Online Access Changed Amateur Video Editing. *Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies*, 9(1), 107–124. <https://doi.org/10.1515/ausfm-2015-0005>
- Figueiro, C., Lunhani, G., & Soares, G. (2016). YTPMV—Viral Error Aesthetics and Chaos Information from recycling YouTube memes as new form of Video Music. *Sonologia, Out of Phase*, 93–105.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446270066>
- Ghidini, M. (2019). Curating on the Web: The Evolution of Platforms as Spaces for Producing and Disseminating Web-Based Art. *Arts*, 8(3), 78. <https://doi.org/10.3390/arts8030078>
- Groys, B. (2015). Art Workers: Between Utopia And The Archive. In L. Cornell & E. Halter (Eds.), *Mass Effect: Art and the Internet in the Twenty-First Century (Critical Anthologies in Art and Culture)* (pp. 357–368). The MIT Press.
- Hong, N. (2022). Digital-Media-Based Interaction and Dissemination of Traditional Culture Integrating Using Social Media Data Analytics. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1–11. <https://doi.org/10.1155/2022/5846451>
- Jainer, M., & Rantapelkonen, J. (2013). Russian Struggle for Sovereignty in Cyber Space. *Tiede Ja Ase*, 71, 64–89.
- Jeonga, J., Sohn, K., & Kwon, O. (2019). The Effects of Content and Distribution of Recommended Items on User Satisfaction: Focus on YouTube. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 29(4), 856–874. <https://doi.org/10.14329/apjis.2019.29.4.856>
- Knockel, J., Dalek, J., Meletti, L., & Ermoshina, K. (2023). Not OK on VK: An Analysis of In-Platform Censorship on Russia's VKontakte. *The Citizen Lab Research Report*. <http://hdl.handle.net/1807/129345>
- Knutilla, L. (2015). *Trolling Aesthetics: The LULZ as Creative Practice* [Doctoral Dissertation, York University]. <https://yorkspace.library.yorku.ca/server/api/core/bitstreams/2e88593b-f9e6-41d0-b0e7-0adc99293dcb/content>
- Lee, D. Y., & Lehto, M. R. (2013). User acceptance of YouTube for procedural learning: An extension of the Technology Acceptance Model. *Computers & Education*, 61, 193–208. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.10.001>
- Lughi, G. (2014). Digital Media and Contemporary Art. *Mimesis Journal*, 3, 2, 43–52. <https://doi.org/10.4000/mimesis.686>
- Lukoff, K., Lyngs, U., Zade, H., Liao, J. V., Choi, J., Fan, K., Munson, S. A., & Hiniker, A. (2021). How the Design of YouTube Influences User Sense of Agency. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–17. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445467>
- Manovich, L. (2009). The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production? *Critical Inquiry*, 35(2), 319–331. <https://doi.org/10.1086/596645>
- Matamoros-Fernández, A., Gray, J. E., Bartolo, L., Burgess, J., & Suzor, N. (2021). What's "Up Next"? Investigating Algorithmic Recommendations on YouTube Across Issues and Over Time. *Media and Communication*, 9(4), 234–249. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i4.4184>



- Numberphile. (2012). *Why do YouTube views freeze at 301?* YouTube [Video]. YouTube. <https://youtu.be/olkhgagvrjl?feature=shared>
- Pietrobruno, S. (2016). YouTube flow and the transmission of heritage: The interplay of users, content, and algorithms. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(6), 523–537. <https://doi.org/10.1177/1354856516680339>
- Salah, A. A. (2010, July). The online potential of art creation and dissemination: DeviantArt as the next art venue. *Proceedings of the 2010 International Conference on Electronic Visualisation and the Arts. Electronic Visualisation and the Arts (EVA 2010)*. <https://doi.org/10.14236/ewic/EVA2010.4>
- Smirnov, I., Sivak, E., & Kozmina, Y. (2016). In Search of Lost Profiles: The Reliability of VKontakte Data and Its Importance for Educational Research. *Voprosy Obrazovaniya / Educational Studies Moscow*, 4, 106–122. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2016-4-106-122>
- Thuijs, S. (2011). *YouTube Poop. A picture of the Digital*. Personal Public Publishings. <https://stijniethuijs.files.wordpress.com/2011/09/scriptie-youtube-poop-v-2.pdf>
- Vendil Pallin, C. (2017). Internet control through ownership: The case of Russia. *Post-Soviet Affairs*, 33(1), 16–33. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2015.1121712>
- Wang, V., & Wang, D. (2021). The Impact of the Increasing Popularity of Digital Art on the Current Job Market for Artists. *Art and Design Review*, 9(3), 242–253. <https://doi.org/10.4236/adr.2021.93019>
- Maglink. (2013, июнь 16). Блокировка аудиозаписей Вконтакте. Восстанавливаем плейлист. Хабр. <https://habr.com/ru/articles/183470/>
- Sdfghjhd. (2010). *Использование скриптов Вконтакте!* [Видео] YouTube. <https://youtu.be/JVImUWpjVus?si=XKjVi98pEp3ljTII>
- Дуров, П. (2014, апрель 21). Судя по новостям, в результате моего публичного отказа на прошлой неделе сегодня меня уволили с должности генерального директора Вконтакте. VK. https://vk.com/durov?w=wall_45624
- Коцар, Ю. (2013, июнь 17). *Верните музыку в VK*. Газета.Ru. https://www.gazeta.ru/tech/2013/06/17_a_5382493.shtml
- М. А. Кронгауз в интервью газете «Вечерняя Москва» рассказал о «Словаре языка интернета.ru». (2017, январь 10). Школа филологических наук НИУ ВШЭ. <https://philology.hse.ru/conflictology/news/200602142.html>
- Пученкова, Л. (2015). *Установка панели навигации в вики-меню в группе Вконтакте* [Видео]. YouTube. <https://youtu.be/Uk5G9ouw9jw?feature=shared>
- Справочник API | Roadmap. (б. д.). VK для разработчиков. https://dev.vk.com/ru/reference/roadmap?ref=old_portal
- Хлевнюк, Д. О., & Максимова, А. С. (2021). Родины нашего страха: Рецепция фильма Юрия Дудя** «Колыма» в социальных сетях. *Интеракция. Интервью. Интерпретация*, 13(4), 28–46. <https://doi.org/10.19181/inter.2021.13.4.2>

** — Признан иностранным агентом на территории Российской Федерации



References

- Adeloye, A. A., Kayode, T. D., & Akinlawon, T. K. (2024). The impact of technology on the production and consumption of contemporary art. *Art Time*, 6, 21–26.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10894497>
- API Reference | Roadmap. (n. d.). VK for developers. https://dev.vk.com/ru/reference/roadmap?ref=old_portal (In Russian).
- Arthurs, J., Drakopoulou, S., & Gandini, A. (2018). Researching YouTube. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 3–15.
<https://doi.org/10.1177/1354856517737222>
- Covington, P., Adams, J., & Sargin, E. (2016). Deep Neural Networks for YouTube Recommendations. *Proceedings of the 10th ACM Conference on Recommender Systems*, 191–198.
<https://doi.org/10.1145/2959100.2959190>
- Dollbaum, J. M. (2021). Social Policy on Social Media: How Opposition Actors Used Twitter and VKontakte to Oppose the Russian Pension Reform. *Problems of Post-Communism*, 68(6), 509–520.
<https://doi.org/10.1080/10758216.2020.1800492>
- Durov, P. (2014, April 21). *Judging by the news, as a result of my public refusal last week, I was fired from my position as CEO of VKontakte today.* VK. https://vk.com/durov?w=wall1_45624 (In Russian).
- Eugster, B. (2014). How Online Access Changed Amateur Video Editing. *Acta Universitatis Sapientiae, Film and Media Studies*, 9(1), 107–124. <https://doi.org/10.1515/ausfm-2015-0005>
- Figueiro, C., Lunhani, G., & Soares, G. (2016). YTPMV—Viral Error Aesthetics and Chaos Information from recycling YouTube memes as new form of Video Music. *Sonologia, Out of Phase*, 93–105.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. SAGE Publications Ltd.
<https://doi.org/10.4135/9781446270066>
- Ghidini, M. (2019). Curating on the Web: The Evolution of Platforms as Spaces for Producing and Disseminating Web-Based Art. *Arts*, 8(3), 78. <https://doi.org/10.3390/arts8030078>
- Groys, B. (2015). Art Workers: Between Utopia And The Archive. In L. Cornell & E. Halter (Eds.), *Mass Effect: Art and the Internet in the Twenty-First Century (Critical Anthologies in Art and Culture)* (pp. 357–368). The MIT Press.
- Hong, N. (2022). Digital-Media-Based Interaction and Dissemination of Traditional Culture Integrating Using Social Media Data Analytics. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1–11.
<https://doi.org/10.1155/2022/5846451>
- Jainer, M., & Rantapelkonen, J. (2013). Russian Struggle for Sovereignty in Cyber Space. *Tiede Ja Ase*, 71, 64–89.
- Jeonga, J., Sohn, K., & Kwon, O. (2019). The Effects of Content and Distribution of Recommended Items on User Satisfaction: Focus on YouTube. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 29(4), 856–874. <https://doi.org/10.14329/apjis.2019.29.4.856>
- Khlevnyuk, D. O., & Maximova, A. S. (2021). Birthplaces of Our Fear: Reception of Yuri Dud's** Documentary “Kolyma” in Social Media. *Interaction. Interview. Interpretation*, 13(4), 28–46.
<https://doi.org/10.19181/inter.2021.13.4.2> (In Russian).



- Knockel, J., Dalek, J., Meletti, L., & Ermoshina, K. (2023). Not OK on VK: An Analysis of In-Platform Censorship on Russia's VKontakte. *The Citizen Lab Research Report*.
<http://hdl.handle.net/1807/129345>
- Knutilla, L. (2015). *Trolling Aesthetics: The LULZ as Creative Practice* [Doctoral Dissertation, York University]. <https://yorkspace.library.yorku.ca/server/api/core/bitstreams/2e88593b-f9e6-41d0-b0e7-0adc99293dcb/content>
- Kotsar, Yu. (2013, June 17). *BringthemusicbacktoVK*. Gazeta.Ru.
https://www.gazeta.ru/tech/2013/06/17_a_5382493.shtml (In Russian).
- Lee, D. Y., & Lehto, M. R. (2013). User acceptance of YouTube for procedural learning: An extension of the Technology Acceptance Model. *Computers & Education*, 61, 193–208.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.10.001>
- Lughi, G. (2014). Digital Media and Contemporary Art. *Mimesis Journal*, 3, 2, 43–52.
<https://doi.org/10.4000/mimesis.686>
- Lukoff, K., Lyngs, U., Zade, H., Liao, J. V., Choi, J., Fan, K., Munson, S. A., & Hiniker, A. (2021). How the Design of YouTube Influences User Sense of Agency. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–17.
<https://doi.org/10.1145/3411764.3445467>
- M. A. Krongauz in an interview with the newspaper “Vechernyaya Moskva” told about the “Dictionary of the language of the Internet.ru”. (2017, January 10). School of Philological Sciences of the National Research University Higher School of Economics.
<https://philology.hse.ru/conflictology/news/200602142.html> (In Russian).
- Maglink. (2013, June 16). *Blocking audio recordings in Vkontakte. Restore the playlist*. Habr.
<https://habr.com/ru/articles/183470/> (In Russian).
- Manovich, L. (2009). The Practice of Everyday (Media) Life: From Mass Consumption to Mass Cultural Production? *Critical Inquiry*, 35(2), 319–331. <https://doi.org/10.1086/596645>
- Matamoros-Fernández, A., Gray, J. E., Bartolo, L., Burgess, J., & Suzor, N. (2021). What’s “Up Next”? Investigating Algorithmic Recommendations on YouTube Across Issues and Over Time. *Media and Communication*, 9(4), 234–249. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i4.4184>
- Numberphile. (2012). *Why do YouTube views freeze at 301?* YouTube [Video]. YouTube.
<https://youtu.be/olkhgagvrjl?feature=shared>
- Pietrobruno, S. (2016). YouTube flow and the transmission of heritage: The interplay of users, content, and algorithms. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(6), 523–537. <https://doi.org/10.1177/1354856516680339>
- Puchenkova, L. (2015). *Setting a navigation bar in a wiki menu in a VKontakte group* [Video]. YouTube.
<https://youtu.be/Uk5G9ouw9jw?feature=shared> (In Russian).
- Salah, A. A. (2010, July). The online potential of art creation and dissemination: DeviantArt as the next art venue. *Proceedings of the 2010 International Conference on Electronic Visualisation and the Arts*. Electronic Visualisation and the Arts (EVA 2010).
<https://doi.org/10.14236/ewic/EVA2010.4>
- Sdfghjhd. (2010). *Using Vkontakte scripts!* [Video] YouTube. <https://youtu.be/JVImUWpjVus?si=XKjVi98pEp3ljTII> (In Russian).



- Smirnov, I., Sivak, E., & Kozmina, Y. (2016). In Search of Lost Profiles: The Reliability of VKontakte Data and Its Importance for Educational Research. *Voprosy Obrazovaniya / Educational Studies Moscow*, 4, 106–122. <https://doi.org/10.17323/1814-9545-2016-4-106-122>
- Thuijs, S. (2011). *YouTube Poop. A picture of the Digital*. Personal Public Publishings. <https://stijniethuijs.files.wordpress.com/2011/09/scriptie-youtube-poop-v-2.pdf>
- Vendil Pallin, C. (2017). Internet control through ownership: The case of Russia. *Post-Soviet Affairs*, 33(1), 16–33. <https://doi.org/10.1080/1060586X.2015.1121712>
- Wang, V., & Wang, D. (2021). The Impact of the Increasing Popularity of Digital Art on the Current Job Market for Artists. *Art and Design Review*, 9(3), 242–253. <https://doi.org/10.4236/adr.2021.93019>

** — Recognized as a foreign agent in the Russian Federation



Reflection of Markers of the New National Identity of the Republic of Kazakhstan in the Media Environment: Actualization of Anti-Russian Sentiments

Sergey A. Khrapov¹, Dmitriy A. Chernichkin²,
Mikhail S. Topchiev³, & Anastasiya I. Krivenko⁴

Astrakhan Tatishchev State University. Astrakhan, Russia. Astrakhan, Russia

Received: 16 August 2024 | Revised: 9 October 2024 | Accepted: 20 October 2024

Abstract

The article examines the multifaceted problem of forming a new national identity of the Republic of Kazakhstan and identifying its markers associated with the processes of anti-Russian sentiments scaling in the media environment. As methodological tools, the authors use socio-philosophical, philosophical-political, socio-cultural and information approaches, and the principles of interdisciplinary methodology. The study of the processes of formation of a new national identity is carried out taking into account the specifics of the political, socio-economic and socio-cultural development of modern Kazakhstan. Conceptually important for the authors is the idea of a two-level structure of national identity: cultural-historical (ethnic) and national-civil. The article will identify 8 markers of the new national identity of the Republic of Kazakhstan. In relation to 4 markers (political eclecticism, demonstrative political sovereignty; religiosity; economicocentrism), [no need in enumerating] an empirical study of the relationship with the dynamics of anti-Russian sentiment in the media environment is carried out. Network analysis was used as empirical research method, allowing for the study of the resources of the media space of the Republic of Kazakhstan: analysis of data sources, selection of relevant messages according to specified criteria; collecting data and bringing them to a common structure and format; cleaning up posts and comments. A pool of information suitable for the purpose of the study was identified; the tonality of the assessment of the mentioned persons and organizations was revealed. In conclusion of the article, the authors state that Russia needs a restrained reaction to the growing trends of anti-Russian sentiment in the media environment of Kazakhstan and point to the potential of Russian-Kazakh relationship.

Keywords

Republic of Kazakhstan; Russia; Markers of a New National Identity; Political Eclecticism; Demonstrative Political Sovereignty; Religiosity; Economicocentrism; Media Environment; Anti-Russian Sentiments; National Security



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 Email: khrapov.s.a.aspu@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1962-748X>

2 Email: chernichkin95@mail.ru ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9647-7916>

3 Email: [mstopchiev\[at\]ya.ru](mailto:mstopchiev[at]ya.ru) ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8296-6631>

4 Email: krivenkoanastasia33@gmail.com ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4851-8717>



Отражение маркеров новой национальной идентичности Республики Казахстан в медиасреде: актуализация антироссийских настроений

Храпов Сергей Александрович¹, Черничкин Дмитрий Алексеевич²,
Топчиев Михаил Сергеевич³, Кривенко Анастасия Ивановна⁴

Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева. Астрахань, Россия

Рукопись получена: 16 августа 2024 | Пересмотрена: 9 октября 2024 | Принята: 20 октября 2024

Аннотация

В статье исследуется многоаспектная проблема формирования новой национальной идентичности Республики Казахстан и определения ее маркеров, сопряженных с процессами масштабирования антироссийских настроений в медиасреде. В качестве методологического инструментария авторы используют социально-философский, философско-политический, социокультурный и информационный подходы, принципы междисциплинарной методологии. Исследование процессов формирования новой национальной идентичности проводится с учетом специфики политического, социально-экономического и социокультурного развития современного Казахстана. Концептуально важным для авторов является идея о двухуровневой структуре национальной идентичности: культурно-исторический (этнический) и национально-гражданский. В статье определяются 8 маркеров новой национальной идентичности Республики Казахстан; в отношении 4 маркеров (политический эклектицизм; демонстративная политическая суверенность; религиозность; экономоцентризм) проводится эмпирическое исследование сопряженности с динамикой антироссийских настроений в медиасреде. В качестве методов эмпирического исследования был применен сетевой анализ, позволяющий осуществлять изучение ресурсов медиaprостранства Республики Казахстан: анализ источников данных, выборка релевантных сообщений по заданным критериям; сбор данных и приведение их к общей структуре и формату; проведение очистки постов и комментариев. Был выделен пул информации, подходящий для достижения цели исследования; выявлена тональность оценки упоминаемых персон и организаций. В заключении статьи авторами делается вывод о необходимости сдержанной реакции России на тенденции роста антироссийских настроений в медиасреде Казахстана и о потенциале российско-казахстанских отношений.

Ключевые слова

Республика Казахстан; Россия; маркеры новой национальной идентичности; политический эклектицизм; демонстративная политическая суверенность; религиозность; экономоцентризм; медиасреда; антироссийские настроения; национальная безопасность



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная

1 Email: [khrapov.s.a.aspu\[at\]gmail.com](mailto:khrapov.s.a.aspu[at]gmail.com) ORCID <https://orcid.org/0000-0003-1962-748X>

2 Email: [chernichkin95\[at\]mail.ru](mailto:chernichkin95[at]mail.ru) ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9647-7916>

3 Email: [mstopchiev\[at\]ya.ru](mailto:mstopchiev[at]ya.ru) ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8296-6631>

4 Email: [krivenkoanastasia33\[at\]gmail.com](mailto:krivenkoanastasia33[at]gmail.com) ORCID <https://orcid.org/0000-0003-4851-8717>



Введение

Масштабные процессы национального строительства на постсоветском пространстве носят сложный, конфликтный, многоаспектный характер. Наряду с очевидными геополитическими, географическими, экономическими факторами – значительную роль в этих процессах играет социокультурный фактор (Храпов, 2009) и такой значимый социокультурный феномен как национальная идентичность (Семененко, Лапкин, Бардин, Пантин, 2017). Для нашей страны отношения со всеми бывшими республиками бывшего СССР имеют особое значение. Более того, отношение в этих странах к России и русскоязычному населению сильно коррелирует с такими компонентами национальной идентичности России как многонациональность, многорелигиозность (с равным уважением прав всех этносов и религий), а также с защитой соотечественников за рубежом.

На современном этапе республика Казахстан является стратегическим партнером для нашей страны. Казахстан и Россия являются членами Содружества независимых государств (СНГ), Таможенного союза (ТС), Организации договора о коллективной безопасности (ОДКБ) и Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). Казахстан, совместно с Белоруссией и Россией, является основой Евразийского Экономического Союза (ЕАЭС).

К сожалению, весь период постсоветской истории сопровождается кризисами и конфликтами на всем постсоветском пространстве. Процессы становления национальной идентичности населения бывших республик СССР протекают сложно, часто подвергаются внешним деструктивным факторам, сопровождаются антироссийскими настроениями. Данные тенденции наблюдаются в республике Казахстан, что вызывает объективные опасения в России, учитывая многовековые геополитические, экономические, культурные связи, наличие в Казахстане значительного числа русскоязычного населения и протяженность совместной границы в 7,5 тыс. км. Кризис становления национальной идентичности Казахстана и сопряженный с ним рост антироссийских настроений находит отражение в медиапространстве, выступающем сегодня, фактически, основной социо-когнитивной площадкой формирования общественного сознания и общественного мнения (Arora et al., 2022; Vaguia, 2023). В современном медиапространстве идут настоящие «когнитивные войны», направленные на контроль над сознанием пользователей (Ojala et al., 2018).

В данной статье поставлены задачи определения маркеров новой национальной идентичности Республики Казахстан и их сопряженности с распространением антироссийских настроений в медиапространстве. В качестве методологического инструментария авторы применяют социально-философский, политико-философский, социокультурный, информационный подходы, а также эмпирические методы сетевого анализа больших данных. Использование теоретических и эмпирических инструментариев даст возможность



сформировать системное представление о маркерах новой национальной идентичности Республики Казахстан и их сопряженности с процессами формирования антироссийских настроений в медиапространстве, что даст возможность учитывать и нивелировать данные угрозы национальной безопасности России в Каспийском макрорегионе.

Теоретические основания исследования

Тема идентичности стала актуальной для социально-гуманитарных наук в 70-е гг. XX века, и современный исторический этап существенно масштабировал ее значение. Можно даже сказать, что выработался новый методологический инструментарий – «идентификационный подход», когда многие проблемы политического, экономического, культурного развития осмысливаются через «фокус» изменения (смены, отмены) идентичности. В этом контексте национальная идентичность выступает своеобразным «верификатором» данных процессов (Aleksanyan, 2020). Известный философ и культуролог В. А. Тишков определил национальную идентичность как практическое ощущение человеком своей принадлежности к системе культурно-исторических координат, которые изобретаются обществом, могут меняться или подвергаться коррекции (Тишков 2003, с. 209). В данном подходе акцентировано внимание на культурно-историческом уровне национальной идентичности, но при этом подчеркнут ее модификационный характер. Идея о возможности конструирования национальной идентичности под влиянием различных условий и факторов является сегодня очень востребованной и, по сути, лежит в основе политик идентичности в разных регионах мира. Эту идею подчеркивают и зарубежные ученые: «Собственно, проектирование нации и направлено на формирование устойчивой национальной идентичности у как можно более широкого круга членов сообщества» (Kymlicka, 2000, p. 184).

Вопросы становления национальной идентичности на постсоветском пространстве и республике Казахстан, в частности, исследуются многими российскими политологами и политическими философами (Семененко, 2023; Пантин, 2023; Лапкин, Бардин, 2017; Романова, Морозова, 2023; Фадеева, Плотников 2021, Жильцов, Слизовский, Шуленина, Маркова, 2018, Храпов, 2022, Черничкин, Кривенко, 2023). При осмыслении маркеров новой национальной идентичности Республики Казахстан мы будем исходить из наличия двух ее уровней: культурно-исторического (этнического) и общегражданского (Храпов, 2022), взаимодействие между которыми подвергается сильному трансформационному воздействию различных акторов политики идентичности.

Соотношение культурно-исторического и общегражданского уровней национальной идентичности в постсоветских странах имеет ряд специфических особенностей. В частности, к ним можно отнести тот факт, что в период СССР во всех республиках общегражданский уровень национальной идентичности был, фактически, представлен «советской идентичностью», карди-



нальный отказ от которой в 1990-е годы привел к резкому масштабированию культурно-исторического уровня идентичности в новых постсоветских государствах. Данный процесс сопровождался ростом этноцентризма, религиозности, роли национальных языков с одновременной девальвацией всего русского, причем Россия стала рассматриваться как наследница СССР и Российской империи, трактуемых в негативных коннотациях (исключение – республика Беларусь). Очевидно, что такая траектория формирования новых национальных «идентичностей» привела к росту конфликтов и войн. Член корр. РАН И. С. Семененко очень верно отметила, что «попытки построить нацию и национальное государство на основе этнической, а не гражданской идентичности неизбежно ведут и будут вести в будущем к усугублению внутривнутриполитических кризисов и конфликтов, что чревато усилением сепаратизма и даже распадом государства» (Семененко, Лапкина, Пантина, 2020, с. 92).

Осмысливая проблему формирования антироссийских настроений в медиапространстве республики Казахстан, мы понимаем, что они не появляются сами по себе, их масштабирование стало возможным в контексте целенаправленной дискредитации русской, российской национальной идентичности, в рамках политики стран Запада, проводимой на всем постсоветском пространстве. По мнению А. Грозина, заведующего отделом Средней Азии и Казахстана Института стран СНГ, «проблематика российско-казахстанского партнерства в свете процесса транзита высшей власти в РК представляется актуальной и в связи с появлением в российских и казахстанских СМИ ... многочисленных материалов о некоем «развороте» казахстанской политики «от России». На фоне стремления мирового гегемона не допустить «реинкарнации СССР» и противодействовать интеграционным процессам на постсоветском пространстве это смотрится весьма показательно». (Грозин, 2019, с. 35). Значительный масштаб антироссийских настроений обусловлен сочетанием целого комплекса факторов, которые в Казахстане дали «существенный эффект». Известный политический философ Е. В. Морозова очень точно определила: «Дискредитация идентичностей связана с рядом факторов, которые могут актуализироваться как обособленно, так и в комплексе. Прежде всего это геополитические и экономические факторы ..., исторические факторы (приоритет в освоении территорий, победы в войнах), коммуникационная среда... Безусловными триггерами кампаний по дискредитации идентичностей являются конфликты и военные действия» (Морозова, 2023, с. 251).

Проведенное нами комплексное междисциплинарное исследование процессов формирования новой национальной идентичности Республики Казахстан позволило выделить ряд наиболее значимых маркеров. В данном случае под маркерами мы понимаем значимые характеристики, образы, установки национальной идентичности, определяющие процессы идентификации



граждан на общественно-государственном (национальном) уровне. К таковым полагаем возможным отнести следующие характеристики:

- 1) **многовекторная ориентированность политической системы;**
- 2) **политический эклектицизм** – сочетание элементов западной и восточной (азиатской) политической культуры;
- 3) **демонстративная политическая суверенность;**
- 4) **девальвация образов советского прошлого;**
- 5) **религиозность;**
- 6) **трилингвизм;**
- 7) **этноцентризм;**
- 8) **экономоцентризм.**

Учитывая ограниченность объема данной статьи, мы сосредоточим исследовательское внимание на таких четырех маркерах новой национальной идентичности республики Казахстан как **политический эклектицизм; демонстративная политическая суверенность; религиозность; экономоцентризм**. Остальные маркеры уже рассмотрены нами в статье «Маркеры новой национальной идентичности Республики Казахстан: формирование антироссийских настроений в медиасреде». (Храпов, Черничкин, Топчиев, Кривенко, 2024).

Указанные маркеры новой национальной идентичности Республики Казахстан ярко отражены в медиасреде и непосредственно сопряжены с распространением антироссийских настроений (что подтверждают и результаты нашего эмпирического исследования).

Политический эклектицизм

Выделение нами политического эклектицизма в качестве маркера новой национальной идентичности республики Казахстан обусловлено как реальной практикой политической жизни страны, так и его ролью в общественном развитии и международном сотрудничестве. В данном случае под политическим эклектицизмом мы понимаем сочетание элементов западной и восточной (азиатской) политической культуры. Этот маркер логично вписывается в неопатримониалистский тренд политического развития постсоветских государств и помогает глубже понять причины слабости политических институтов в национальных государствах постсоветского пространства (Hale, 2014). Географическое положение Казахстана и его история как страны Центральной Азии неизбежно укореняет «восточный (азиатский)» характер его политической системы. В то же время Казахстан имеет значительный научно-технический и экономический потенциал, позволяющий ему активно интегрироваться в геополитические и геоэкономические процессы, что приводит к включению



в политическую систему элементов западной политической культуры. В Казахстане официально представлены демократические политические институты, законодательство Казахстана соответствует нормам международного права. Новая национальная идентичность Казахстана позиционируется как идентичность современного светского государства. Но сложности возникают в реальных практиках политической жизни. В условиях нестабильной национальной идентичности и неустойчивой политической системы политический эклектицизм получает значительные масштабы и создает «благоприятную почву» для сочетания «этноцентризм-русophobia». Известный философ В. И. Пантин справедливо отметил:

«Если имеет место сосуществование гражданской и этнической идентичности, как это происходит в большинстве постсоветских стран, налицо двойственность и противоречивость процессов государственного строительства, которая выливается в «многовекторную» внешнюю политику, а также сопровождается более или менее глубокими внутривнутриполитическими потрясениями и конфликтами» (Постсоветское пространство: между Европой и Азией, 2022, с. 23).

Историческое значение семейно-клановых отношений, возрождение значения религиозных и этноориентированных сообществ в Казахстане противоречиво сочетается с «западным» вектором внешней политики, прозападными элитами и западными НКО, активно разжигающими русophobia. Мы согласны с А. Грозиним:

«Одной из главных особенностей современного политического режима Республики Казахстан является ... существование многолетнего раскола казахских элит. ... В Казахстане за все годы независимости не удалось достигнуть ликвидации структурных расколов неформального типа, которые проявляются в виде клановой фрагментации элит и их периодического противоборства / сотрудничества друг с другом. В результате казахские элиты, разделенные разными интересами, имеют возможность использовать жузовые / племенные расколы как ресурсы в политической и экономической борьбе» (Грозин, 2019, с. 36-37).

Таким образом, политический эклектицизм является знаковым маркером новой национальной идентичности Казахстана и существенным образом осложняет российско-казахстанские отношения. В этих условиях наблюдается рост этноцентризма и антироссийских настроений в медиaprостранстве Казахстана.

Демонстративная политическая суверенность

Современный Казахстан, очевидно, является суверенным государством. Начиная с 25 октября 1990 года, когда была принята Декларация «О государственном суверенитете Казахской ССР», и до наших дней политическое развитие республики Казахстан направлено на поддержание независимости и стабильности, что было обоснованно подчеркнуто и в статье Президента К. К. Токаева («Декларация о суверенитете – победа смелости и дипломатии, разума и терпения». 22 октября, 2022 г.). Вопросы возникают при интерпретации представлений о суверенитете и использовании данных дискуссий



в социально-политических целях. Выделение нами «демонстративной политической суверенности» как маркера, т. е. значимой черты новой национальной идентичности, означает как раз гиперболизированное педалирование данной темы в общественно-политическом дискурсе, который часто сопровождается и антироссийскими оценками. Их трендовый характер свидетельствует о своеобразной потребности национальной идентичности в подобных установках демонстративности, – в силу ее неустойчивости. Например, Т. М. Аминов, старший научный сотрудник Института истории государства МНВО Республики Казахстан, в своей статье, посвященной 25-летию Декларации «О государственном суверенитете Казахской ССР», приводит следующие оценки: «Приобретение Казахстаном своей подлинной независимости стало возможным после крушения тоталитарного советского режима»; «К независимости казахский народ пришел через два с половиной столетия борьбы. За этот период казахи около 400 раз поднимались на борьбу против царских колонизаторов и командно-административной системы тоталитарного режима. Борясь за независимость, казахский народ страдал от голода, томился в концентрационных лагерях, изгонялся за пределы своей страны, терял лучших своих представителей». Подобный «прозападный» односторонний подход к многовековым российско-казахстанским отношениям, несомненно, питает и почву антироссийских настроений. Следуя данной «логике» – единственное, что нужно для суверенитета Казахстана, это избавиться от деспотизма России! При этом девальвируются все позитивные аспекты отношений: экономическое, научно-техническое, социокультурное взаимодействие, результаты которых являются значимыми компонентами потенциала и современного развития Казахстана. Неосторожные, либо манипуляционные высказывания о суверенитете Казахстана часто носят именно демонстративный характер и продуцируют антироссийские настроения в медиапространстве.

Религиозность

Религиозный фактор в становлении национальных «идентичностей» на постсоветском пространстве имеет фундаментальное значение. Справедливость требует признать, что и национальная идентичность современной России, в своем культурно-историческом уровне, существенным образом базируется на религиозных, духовно-нравственных ценностях и традициях, присущих всем народам РФ. Согласно М. М. Мчедловой, «Религиозная тематика, религиозные идеологии, религиозные институты, религиозные лидеры формируют поле дискурсивной конкуренции, задают логику изменения доминирующих парадигм и политико-правовых конструкций. В заявлениях и практиках политических и религиозных субъектов – традиционных и новых, все явственнее просматривается стремление обозначить контуры будущего» (Мчедлова, 2023, с. 197). Безусловно, сегодня религиозный фактор политики получил новый импульс, том числе и в области политики идентичности.



Казахстан как страна Центральной Азии является государством с преобладающим мусульманским населением. Статистические данные Бюро национальной статистики Казахстана от 2 ноября 2023 показывают:

«Доля населения, исповедующего ислам, составила 69,3%, христианство – 17,2 %, буддизм и иудаизм – менее 0,1. Согласно данным, доля неверующих в Казахстане уменьшилась с 2,8% до 2,3% в 2021 году». (Какую религию исповедовать...).

Из этих данных видно, что 97.7% казахстанцев относят себя к верующим людям, что отражается в религиозном компоненте национальной идентичности. В условиях активности в Казахстане этноцентристских групп и прозападных НКО религиозный фактор часто используется в качестве механизма формирования антироссийских настроений. При этом данные процессы стали выходить за рамки традиционного противопоставления мусульман и христиан как казахов и русских. Как правило, механизм формирования антироссийских настроений в данном случае построен не столько на критике принадлежности русскоязычного населения к Православию, сколько на прямом отождествлении его с Русской Православной Церковью – значимого духовного института Российского общества, который однозначно поддерживает геополитику РФ. В медиaprостранстве Казахстана часто наблюдается корреляции антироссийских настроений и критики РПЦ и лично Его Святейшества Патриарха Кирилла.

Экономоцентризм

Значение экономического фактора для развития любой страны очевидно, особенно это относится к развивающимся каспийским государствам, формирующим новую национальную идентичность (Гаджиев, 2020). Выделение экономоцентризма в качестве маркера новой национальной идентичности республики Казахстан обусловлено как объективной значимостью экономики для общественного развития и национальной безопасности, так и опосредованностью экономическими причинами многих установок, образов новой национальной идентичности Казахстана.

Развитие экономики республики Казахстан проходит сложно и сопровождается кризисными социально-политическими явлениями. С одной стороны, Казахстан имеет значительную территорию, выгодное геоэкономическое положение, обширные запасы природных ресурсов, что существенно повышает ощущение суверенности на уровне новой национальной идентичности. С другой стороны, структура казахстанской экономики существенно уязвима для угроз национальной безопасности и конструктивного формирования новой национальной идентичности. На наш взгляд, к уязвимым сторонам следует отнести высокий уровень социального расслоения населения, аккумуляцию основных ресурсов страны у элитных кругов, значительный уровень бедности, раздражения населения и значительную социально-экономическую дистанцию между городским и сельским населением. Так, ведущие исследователи Института мировой экономики и международных отношений РАН



подтверждают, что «сельское население зачастую склонно противопоставлять себя, «настоящих казахов», городским жителям. Пожалуй, основной проблемой, по которой общество сегментируется, остается «город – село». Еще пять-семь лет назад в отношении городских (асфальтных) и сельских (аульных) казахов было популярно употребление запрещенных сейчас терминов – соответственно, шала (недоказ) и нагыз (настоящий казах)». (Семененко и др., 2017, с. 62). Данные тенденции объясняют рост бытового национализма и бытовой русофобии как в сельской местности, так и в крупных городах, распространяемых сельскими жителями, приехавшими на работу.

Большое значение в этом контексте имеют и социально-демографические процессы. Ведущие сотрудники Института стран СНГ отмечают:

«Рост казахского национализма является результатом изменения демографии с ростом численности титульной нации, и постоянно увеличивающимся националистическим нарративом в информационном пространстве РК. ... Успехи в этом процессе налицо: этнические русские уже составляют менее одной пятой всего населения РК (19,96% на начало 2019 г.). (Баранчик и др., 2020, с. 6).

Особо значимой «экономической уязвимостью» для формирования конструктивной национальной идентичности республики Казахстан является также следующий факт:

«Столпы казахстанской экономики принадлежат иностранным компаниям, связанным с Европой, в первую очередь с Великобританией. Вот реальные хозяева Казахстана» (Казахстан движется в сторону распада, а его север – в сторону России, 2022).

Помимо этого, значительная часть элиты казахстанского общества разместила свои финансовые активы за рубежом, преимущественно в американских и европейских банках, что, несомненно, является для Запада мощным рычагом давления на политику Казахстана, в том числе на политику идентичности. Именно этим объясняется поддержка частью элит Казахстана антироссийских настроений в обществе и медиапространстве.

Цели и задачи исследования

Цель исследования – выявление маркеров новой национальной идентичности Республики Казахстан. Задачами данного исследования являлись:

- анализ источников данных, выборка релевантных сообщений по заданным критериям;
- сбор данных и приведение их к общей структуре и формату;
- проведение очистки постов и комментариев, выделение пула информации, подходящего для достижения цели исследования;
- выявление тональности упоминаемых персон и организаций.



Методы и процедура эмпирического исследования

Методологической основой данной работы является сетевой анализ отношений между социальными объектами как средство для объяснения социальных процессов, отражающихся в общественном мнении и социальных сетях. Прикладной основой данной методологии являются методы машинного анализа текста из социальных сетей, онлайн-сообществ и интернет-СМИ, дополненного вторичным анализом результатов социологических исследований по схожей тематике.

В рамках практической основы данного исследования авторами был применён контент-анализ данных, опубликованных в различных открытых источниках. По заданным маркерам был произведен сбор текстовых данных, опубликованных за период с 10.05.2023 по 31.07.2023 г. из открытых интернет-источников (ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, Twitter (ныне X), Facebook¹, Instagram², а также сайты различных интернет-СМИ) с геометкой «Казахстан». Сбор данных осуществлялся «стихийным» методом с использованием ПО Крибрум. Первичный набор данных составил 627815 постов и комментариев, содержащих заданные маркеры, разработанные авторами исследования.

Язык в 97,2% постов и комментариев – русский. Исключались нерелевантные сообщения, не относящиеся к исследуемой тематической категории. В результате сортировки было выделено 192659 уникальных записей для дальнейшего их анализа. Собранные данные были конвертированы для удобства работы в системе PolyAnalyst в формат xlsx.

После очистки данных мы перешли непосредственно к анализу текстов. Исходя из задач исследования, мы применили следующие способы работы с данными: классификация текстов, формирование таксономий, извлечение сущностей, семантический поиск, категоризация, кластеризация, обнаружение паттернов и сентимент-анализ. В данном исследовании для анализа текстовых данных применялась платформа PolyAnalyst. Основной упор был сделан на определении тональности текста. Тональность выбрана стандартно-бинарная: положительная и отрицательная. Дополнительно выделялась основная мысль, проводился поиск ключевых тем и слов по встроенным словарям используемого инструмента. Это наиболее часто встречающиеся слова, достаточные, чтобы выявить основные тематики постов сообщества. В качестве отдельных сущностей были выделены персоны, встречающиеся в корпусах текстов.

Распределение данных по регионам выглядит следующим образом: наибольшее количество исходящего трафика зафиксировано в центральных регионах (Карагандинская и Акмолинская области), наименьшее – в южных

-
- 1 Продукт компании Meta. 21 марта 2022 г. российский суд признал Meta экстремистской организацией и запретил ее деятельность на территории РФ.
 - 2 Продукт компании Meta. 21 марта 2022 г. российский суд признал Meta экстремистской организацией и запретил ее деятельность на территории РФ.



регионах (Жамбылская и Кызылординская области). Дополнительно были выделены основные темы анализируемых данных и разделены на позитивные и негативные (см. рис. 1).

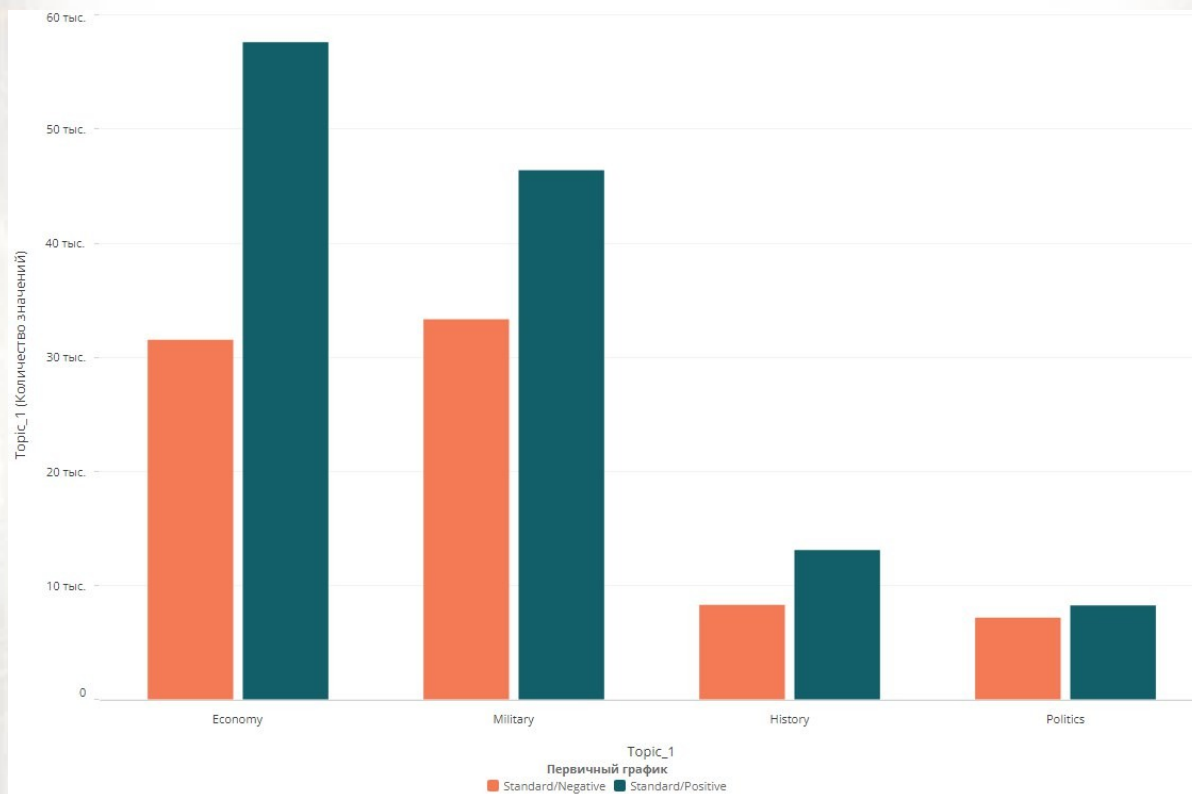


Рисунок 1. Основные темы данных

Figure 1. Main Data Topics

Результаты исследования. Маркеры новой национальной идентичности республики Казахстан: отражение антиросийских настроений в медиасреде

Политический эклектицизм

По мнению исследователя С. Е. Нурмуратова,

«в казахстанском культурно-политическом пространстве соприкасаются два типа ментальности: западный и восточный, которые имеют свою специфику. Западный тип ментальности рассматривается как носитель культуры динамического, активистского начала, ориентирующейся на преобразование внешней реальности (экстравертная форма); восточный тип ментальности имеет более традиционалистский характер культуры, нацеленной на созерцательное, адаптивное отношение к миру, природе, человеку (интравертная форма)» (2015).



Развитие государственно-политических процессов в Казахстане на протяжении многовековой истории его существования, подчиняясь общемировым закономерностям, имело свою специфику: переплетение культур кочевой цивилизации и оседлого земледелия, торговой и городской культур в рамках Великого шелкового пути. На фоне особенностей территориального расселения казахов, геополитического положения, природно-климатических условий, экономического типа хозяйствования, организации общественной жизни, необходимости управления обширными территориями все это привело к формированию в далеком прошлом особого типа государственной власти – «степной демократии, основанной на традициях, обычаях и авторитете правящей элиты» (Кармазина, 2008). Казахстанский политолог Н. А. Амрекулов «выводит» менталитет сегодняшнего общества из кочевого образа жизни казахского народа. По его мнению,

«отсутствие традиций земледельческого производства, неприспособленность к предпринимательским формам жизнедеятельности породили эволюционную, консервативную, инерционную направленность мышления, так называемый “посткочевой менталитет”» (2006).

Другой исследователь Т. Б. Умбеталиева связывает корпоративность политической жизни в Казахстане с кровнородственными, земляческими, региональными интересами:

«В настоящее время родственные отношения приобрели скрытый политический характер и влияют как на рекрутирование элит, так и на политический процесс в целом» (2016).

Подобная политическая культура и определила современную приверженность казахстанских властей многовекторной политике. В свою очередь, многовекторность усиливает позиции прозападных, антироссийских сил в обществе Казахстана. А дополнительные факторы – западное образование, стажировки в евроатлантических аналитических и прочих центрах, латинизация письменности, ряд зарубежных грантов, могут только усиливать антироссийскую риторику. Однако сентимент-анализ по выделенным маркерам показал низкий уровень негативных упоминаний данной темы среди массива данных (см. рис. 2)

В последнее время в казахстанскую «политическую мозаику» начинает проникать турецкий фактор, который набирает широкую популярность и в интернет-пространстве за счет тезиса «казахи-тюрки». Дополнительное извлечение сущностей по заданным маркерам позволило выделить наиболее упоминаемые персоны в текстовом массиве, связанные с идеологией пантюркизма (см. рис. 3).

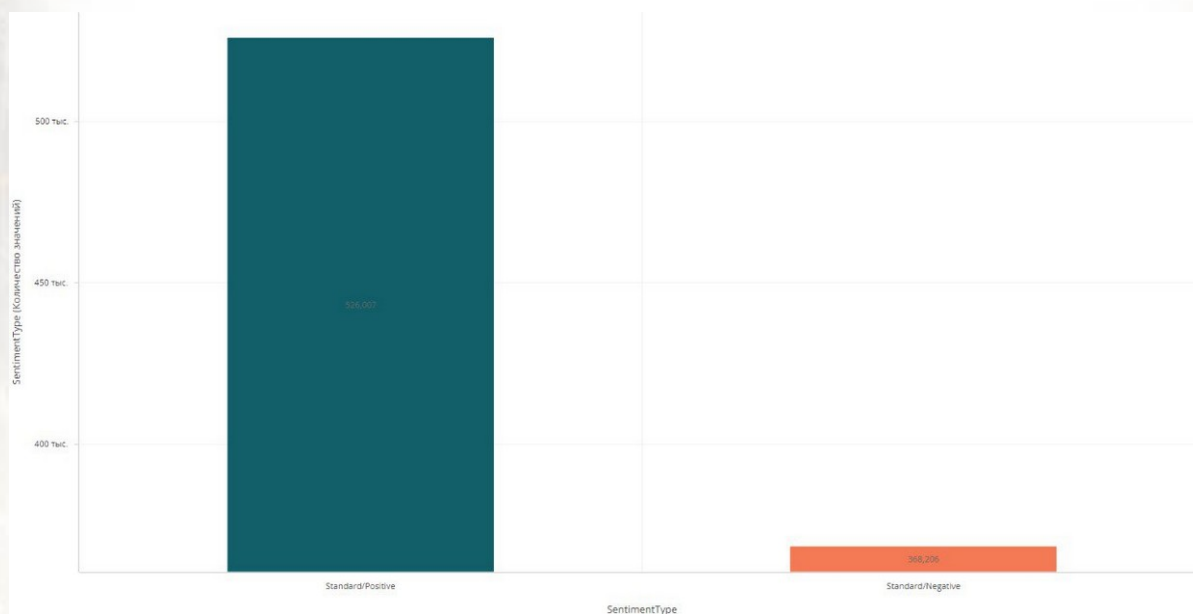


Рисунок 2. Сентимент-анализ по теме «политический эклектицизм»

Figure 2. Sentiment analysis on the topic “political eclecticism”



Рисунок 3. Облако слов «персоны» по заданным маркерам (пантюркизм, туран, тюрки / тюрк, тюркизм, пантуранизм)

Figure 2. Word cloud of “persons” according to given markers (pan-Turkism, Turan, Türkcic/Turk, Turkism, pan-Turanism)



Примечателен тот факт, что тюрский фактор также является поводом для формирования антироссийских настроений в контексте онлайн-дискуссий на тему СВО на территории Украины (орфография сохранена):

- На сто процентов мы Тюрки Казахи вместе с вами Украина (YouTube).
- Пора тюркский народам тоже быть нацистам. Посмотрим сколько земли останется для русских кроме болота московской (ВКонтакте).
- Россия же, это исторически паразитарная страна, живущая исключительно за счет ресурсов чужих народов, их земель, их полезных ископаемых. Самая же мерзкая бацила в истории это Советский Союз, который всю свою историю положил на то, что бы уничтожить тюркское историческое прошлое, тюркские народы и их культуру (Одноклассники).

Становится очевидным, что пантюркизм во внешнеполитическом отношении не утратил своей антироссийской направленности. Активизация внешней политики Турции вкупе с пантюркистским «зондированием» населения Республики Казахстан явно ставит перед собой цель привести к потере Россией стратегического и торгового партнера из числа бывших республик СССР.

Демонстративная политическая суверенность

Проблемы суверенитета Республики Казахстан рассматриваются сквозь призму казахстанско-российских межгосударственных отношений. Группа исследователей под руководством Р. Кадыржанова выделяют 3 основных причины: «**Во-первых**, казахстанско-российские отношения базируются на постсоветской модели и постсоветской концепции суверенитета, в которой сохраняются значительные элементы советской конституционной модели отношений союзного центра и республик; **во-вторых**, применение этой модели иногда заставляет Республику Казахстан идти на уступки в экономической, финансовой и других сферах суверенитета, однако в вопросах территориальной целостности и других фундаментальных аспектах своего суверенитета РК проявляет твердость; **в-третьих**, в период с 1991 года до середины 2000-х годов Республике Казахстан было легче поддерживать образ Российской Федерации в качестве стратегического партнера, но начиная с середины 2000-х годов Российская Федерация открыто проводит неоимперскую политику на постсоветском пространстве, и поэтому возрастающая секьюритизация отношений с Российской Федерацией требует от Республики Казахстан больших усилий для защиты своего суверенитета и территориальной целостности» (Кадыржанов и др., 2021, с. 109).

Данные причины, на наш взгляд, препятствуют выстраиванию позитивных взаимоотношений между двумя странами, провоцируя рост антироссийских настроений в онлайн-пространстве. Немаловажным фактором негативизации отношения к России стали публичные высказывания российских депутатов о территории северного Казахстана, что было воспринято населением республики, как угроза суверенности:



– «если бы не было бы русских чиновников, кричащих что земля Казахстана – это исконно русские земли, я даже не замечал бы этого конфликта» (Телеграм)

Сентимент-анализ, проведенный по данной теме, демонстрирует высокий уровень негативных упоминаний, исходя из общего числа данных (см. рис. 4).

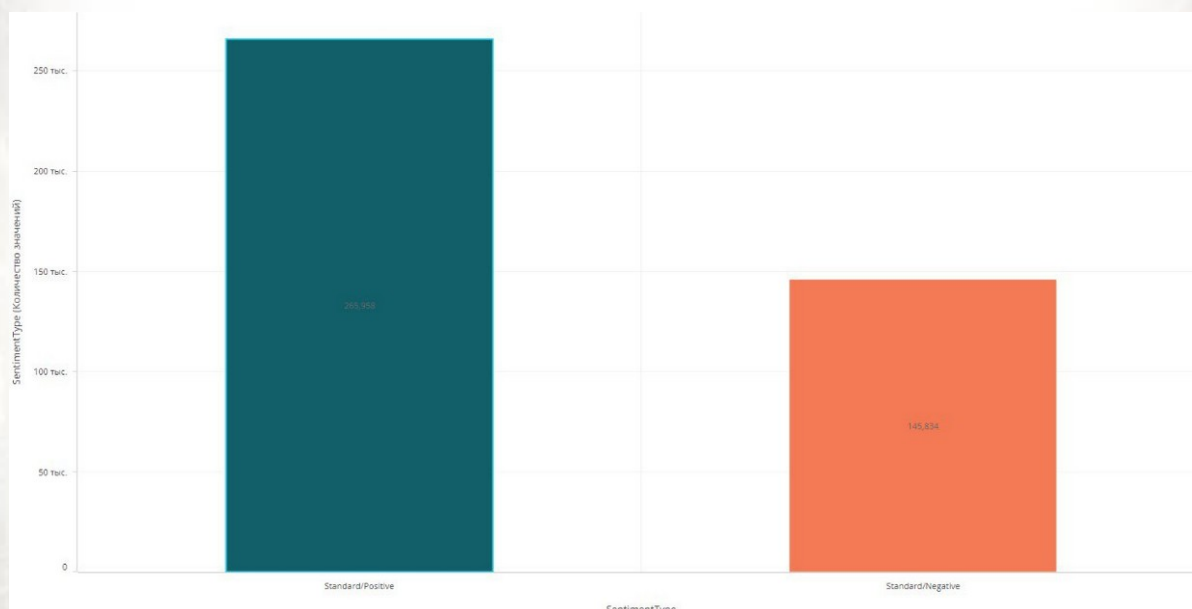


Рисунок 4. Сентимент-анализ по теме «Политическая суверенность»

Figure 4. Sentiment analysis on the topic "Political sovereignty"

На наш взгляд, активному «педалированию» темы суверенности Казахстана в рамках демонстрации антироссийских настроений способствуют 2 основные причины:

1. Отказ от советского прошлого. Темы колонизации и избавления от советского влияния являются одними из центральных в рамках онлайн-дискуссий о суверенитете республики. В центре всеобщего внимания оказываются тезисы, развивающие тему колонизации Казахстана Россией, события, которые из состояния травмы переходят в стадию квазитравмы. За прошедшие 30 лет после распада СССР в Казахстане родилось и выросло новое поколение молодых граждан, погруженных в повседневность и объективно далеких от общего «советского прошлого», которое воспринимает текущие тесные связи России и Казахстана в качестве нового этапа колонизации республики, а своего президента в качестве своеобразного «сюзерена» (см. комментарии – орфография сохранена):

– «Мы не позволим нарушать наш суверенитет и территориальную целостность» (ВКонтакте).



– «Токаев никогда не станет президентом для народа... Он никогда не жил в Казахстане и не понимает боль казахов. Для него первую очередь хорошо служит своему хозяину и затащить вместе собой в бездну... Продать суверенитет Казахстана, лишь бы не трогал его семью». (Телеграм).

– «...все остальные войны последствия развязала РФ потому что не уважает границы суверенных государств, даже нашу, постоянно кричат что север казахстана российский...то есть главное условие мирной жизни это соблюдай и уважай границы суверенного государства» (Телеграм).

2. Действия зарубежных НКО в стране. Именно эти силы стоят за случаями ксенофобии по отношению к русскоязычным гражданам республики, являющимися результатом информационного воздействия внешних сил. Об этом написал в статье, опубликованной в «Российской газете», глава МИД РФ Сергей Лавров: «К сожалению, в последнее время мы стали свидетелями ряда резонансных проявлений ксенофобии в отношении русскоязычных граждан Казахстана. Отдельные случаи во многом являются продуктом применения извне специальных информационных методик, направленных на культивирование местечкового национализма и дискредитацию сотрудничества с Россией» (Лавров назвал причину ксенофобии...2021). Искусственно актуализируются темы русского языка в стране, действия РПЦ, а также территориальные претензии со стороны России и ввод войск ОДКБ в республику во время январских протестов. Все эти «сюжеты» в искаженном информационном контексте заставляют не только обычных людей, но и казахстанскую элиту («Суверенитет» по-казахстански...2020), а также блогеров все сильнее заявлять о суверенитете Республики Казахстан в качестве реакции на вышеобозначенные события и процессы, тем самым «подогревая» антироссийские настроения (см. комментарии – орфография сохранена):

– «Почему русский язык должен главенствовать в Казахстане? Займитесь пожалуйста своей многонациональной страной и развивайте языки в первую очередь языками и культурой своих субъектов проживающих у вас в стране» (Facebook).

– «По поводу январских протестов...Если убрать всё ЛИЦЕМЕРИЕ ВЛАСТИ, Один корумпированный диктатор попросил других таких же двух, поставить обратно в стойло собственный замученный народ. И те с радостью согласились, чтобы не было примера для их собственного свержения» (YouTube).

– «Русские! Уезжайте! Сегодня они могилы крушат, завтра к вам в дом придут!» (YouTube).

Религиозность

На сегодняшний день сеть Интернет является одним из основных информационных каналов, где появляются и распространяются новости о религиозной жизни в Казахстане. Кроме того, религиозный сегмент сети Интернет стал основным ресурсом для журналистов, пишущих о религии, источником справочной информации для изданий на темы, связанные с религией. Важнейшая роль сети Интернет в религиозной жизни Казахстана заключается в том, что она является единственной на современном этапе площадкой



для межрелигиозного диалога, причем не на официальном уровне, а на уровне рядовых членов религиозных организаций. В реальной жизни представители разных религий и конфессий довольно редко обсуждают широкий круг религиозных вопросов.

Проведенный мониторинг позволил выделить 133110 упоминаний в текстах по данной тематике. Сентимент-анализ позволил разделить данные упоминания на позитивные и негативные (см. рис. 5)

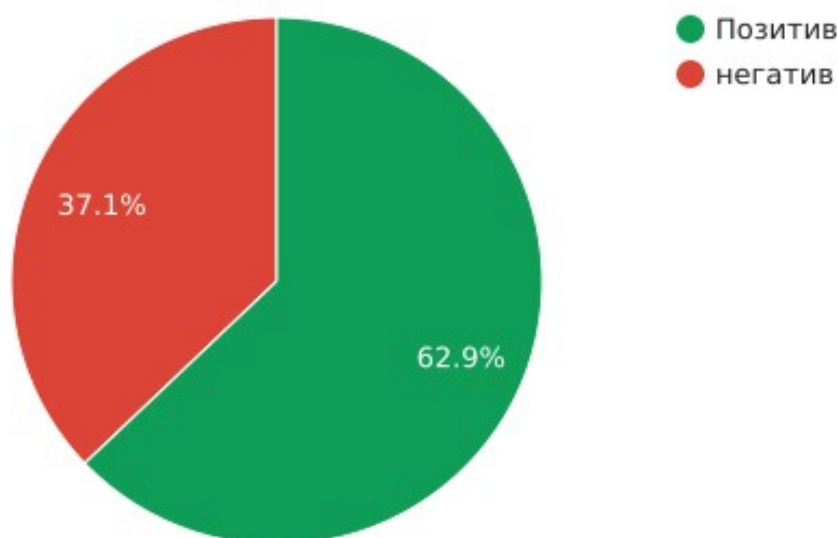


Рисунок 5. Сентимент-анализ упоминаний в текстах по теме «религия»

Figure 5. Sentiment analysis of references in texts on the topic religion”

В основном данные упоминания встречаются в текстах постов, затрагивающих деятельность религиозных организаций в стране, религиозные праздники, календарь и культуру. В то же время наибольшее число негативных упоминаний встречается именно в текстах комментариев; по принадлежности к текстам постов их можно объединить в 2 основные темы:

1. Споры по поводу распространения ислама в Казахстане, а также его радикализации.
2. Деятельность православных церквей в стране.

Негативизация в рамках первой темы связана с активным распространением исламских идей и течений в различных социальных сетях и видеохостингах. Начиная с 2020 года, из-за пандемии коронавируса, в Казахстане были запрещены массовые мероприятия, в том числе и собрания в мечетях, церквях. Поэтому люди, интересующиеся религией, стали искать «духовную пищу»



в онлайн-пространстве, а священнослужители, имамы, а также отдельные личности, пропагандирующие религиозные ценности, стали своего рода «коучами» для религиозных людей. Сегодня на них подписаны тысячи людей, они ведут свои трансляции онлайн в YouTube, Instagram¹, Telegram и даже TikTok. Среди активных религиозных деятелей в интернете можно выделить главного имама алматинской мечети Толе би Ерсина Амре, наиба муфтия Духовного управления мусульман Казахстана Кенжеали Мырзабаева, главного имама центральной мечети Актюбинской области Серикжана Еншибайулы. Большую популярность также приобрел Нурлан Байжигитулы, которого в народе называют «тикток-имамом».

Однако в Казахстане действуют законы, которые запрещают распространение любых информационных материалов религиозного содержания вне культовых сооружений, а миссионерскую деятельность разрешают только после прохождения религиозным объединением регистрации в органах юстиции. Кроме этого, миссионерская деятельность разрешена только после получения положительного заключения религиозно-экспертной комиссии. Дополнительная сложность в контроле подобной религиозной деятельности заключается в том, что большинство из таких «проповедников» – не религиозные деятели, а простые люди, зачастую живущие вне Республики Казахстан и использующие толкования ислама в своих целях – например, для продвижения радикальных идей или разжигания межконфессиональной розни в стране. А на фоне роста религиозности в республике (Казахстанцы стали более религиозными, 2024), вероятность появления очагов распространения квазирелигиозных идей будет только увеличиваться (см. комментарии, орфография сохранена):

- что он несет? Какое у него религиозное образование... (Instagram²).
- у нас казахстан – светское государство....чего они пытаются добиться? (Telegram).
- Когда уже защитят атеистов от этих мракобесов на уровне закона. Заметил, что с ухудшением экономики, маргинализацией населения, наплыв быдла в города количество верующих растет сильно, народ бесправен, забит, необразован, безработица, отсутствие науки и наукоемких производств, образование и медицина в заднице, коррупция, беспредел силовиков, народ ищет утешения в сказках вместо жесткого диалога с властью в ультимативной форме (YouTube).

Негативизация в рамках второй темы направлена не столько в адрес самой религии, сколько на русское население страны, исповедующее православие на территории Республики Казахстан.

- надо думаю отправить православных на историческую родину (Telegram).

1 Продукт компании Meta. 21 марта 2022 г. российский суд признал Meta экстремистской организацией и запретил ее деятельность на территории РФ.
2 Продукт компании Meta. 21 марта 2022 г. российский суд признал Meta экстремистской организацией и запретил ее деятельность на территории РФ.



– «...читаю некоторые комментарии из Казнета: «а почему вот русские не вышли с нами против преступной политики и коррупции»? – Почему не вышли? Да элементарно почему! Они боятся! Боятся того, что в какой-то момент в толпе покажут пальцем на них и скажут, «Братья! Зачем мы убиваем брат брата! – вот кто наш настоящий враг!» Ничего личного – закон социологии: сходные массы зачастую назначают «виноватого» из менее похожей социальной группы. Поэтому позиция русскоязычных в Казахстане – сидеть тише воды, ниже травы, со всем соглашаться, никуда не вмешиваться» (Telegram).

– «Люди не сходите с ума! Казахам нужно объединиться и делать историю. Сейчас наши враги русские. Не тратьте силы попросту на ссоры между собой. Лучше выявить среди нас предателей. Нас никто не победит если мы будем сплоченными и без предателей сепаратистов» (Telegram).

Между тем в казахстанском сегменте сети Интернет «раздувается» вопрос о принадлежности Православной церкви Казахстана к Московскому патриархату, а именно – получение независимости от нее по «украинскому сценарию». При этом подобные призывы исходят от бывшего священника РПЦ отца Иакова Воронцова, который не так давно был отлучён от служения и лишён сана, а казахстанские «языковые патрули» только усугубляют данную проблему, призывая вести службы в православных храмах на государственном казахском языке (Православие в Казахстане... 2023).

Экономоцентризм

Тема экономики является наиболее распространенной в интернет-пространстве. Ее доля составляет около 40% от всех собранных данных за вышеуказанный период. И это неудивительно: Казахстан экономически тесно связан с Россией. Соответственно, все внутренние и внешние шоки в российской экономике, к которым в том числе относятся международные санкции, непосредственно сказываются на Казахстане, что находит отражение в онлайн-пространстве. Проведенный анализ позволил выделить более 450 тысяч упоминаний темы «экономика» по заданным маркерам (см. рис. 6).

За последние несколько лет Казахстан добился больших успехов в экономической сфере, в частности, не без помощи различных иностранных инвесторов. На январь 2023 г. объем прямых иностранных инвестиций достиг 169,2 млрд долл., из них 43,83 млрд долл. – инвестиции из США (Толстых, 2023). Такие огромные инвестиции дают возможность различным иностранным компаниям открывать на территории республики НКО, организовывать международные образовательные программы для обучения будущих казахстанских сотрудников и т. д. К примеру, на начало 2022-2023 учебного года в республике число действующих высших учебных заведений составляло 116 организаций, из которых 72,4% находятся в частной, 25,9% – государственной и 1,7% – в иностранной собственности (Казахстанско-Немецкий Университет, Международный казахско-турецкий университет имени Х. А. Яссави и др.) (Сколько колледжей в Казахстане, 2023). В Казахстане также действует целый ряд международных образовательных программ: UGRAD (Госдепартамент США),



MUSKIE (Госдепартамент США), DAAD (Немецкая служба академических обменов), ERASMUS MUNDUS (Европейский союз), FULBRIGHT (Госдепартамент США), Borlaug Fellowship Program (Госдепартамент США), Стипендиальные программы Франции (Посольство Франции), Mevlana Exchange Program (Университет Артвин Корух, Турция), Chevening (МИД Великобритании) и др. В рамках казахстанско-российского образовательного обмена на сегодняшний день также существуют множество различных программ студенческого обмена, но они не пользуются такой популярностью, как зарубежные, использующие «мягкую силу» для продвижения своих ценностей и влияния в Республике Казахстан, в особенности среди молодежи (Козлов, 2020).

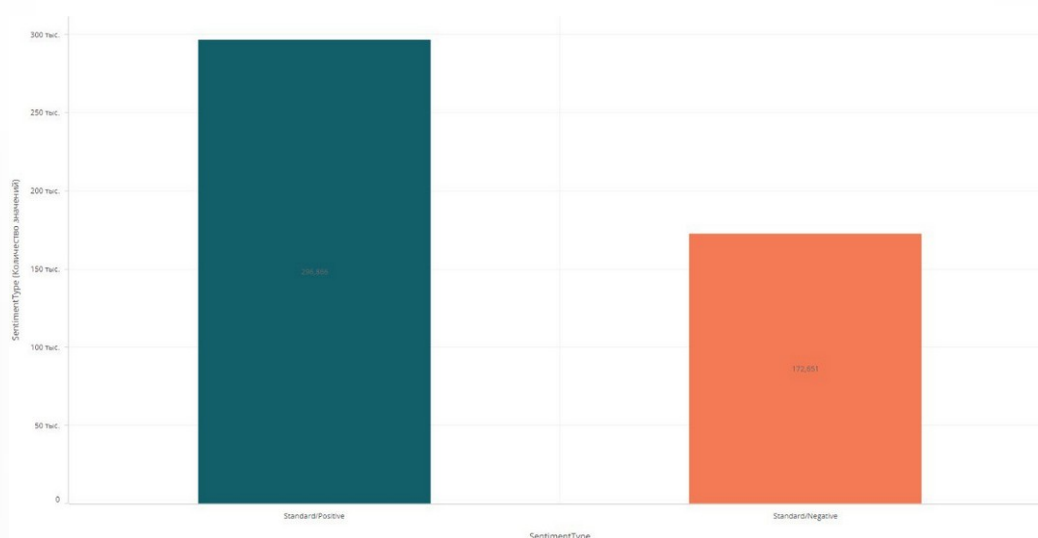


Рисунок 6. Сентимент-анализ по теме «экономика»

Figure 6. Sentiment analysis on the topic “economy”

По мнению политолога Д. Родионова, именно НКО, существующие на деньги западных инвесторов, являются главным источником распространения антироссийской риторики среди граждан Казахстана. Причиной этому служит тот факт, что Россия является крупнейшим экономическим партнером Республики Казахстан, а лишения ее этого звания только расширит западное влияние на казахстанцев (Как Запад раскачивает Казахстан... 2021). Главным же тезисом, который «ослабляет» близость России и Казахстана является то, что «Россия – это другая страна с другой культурой», что находит отражение в облаке слов по теме «экономика» (см. рис. 7).

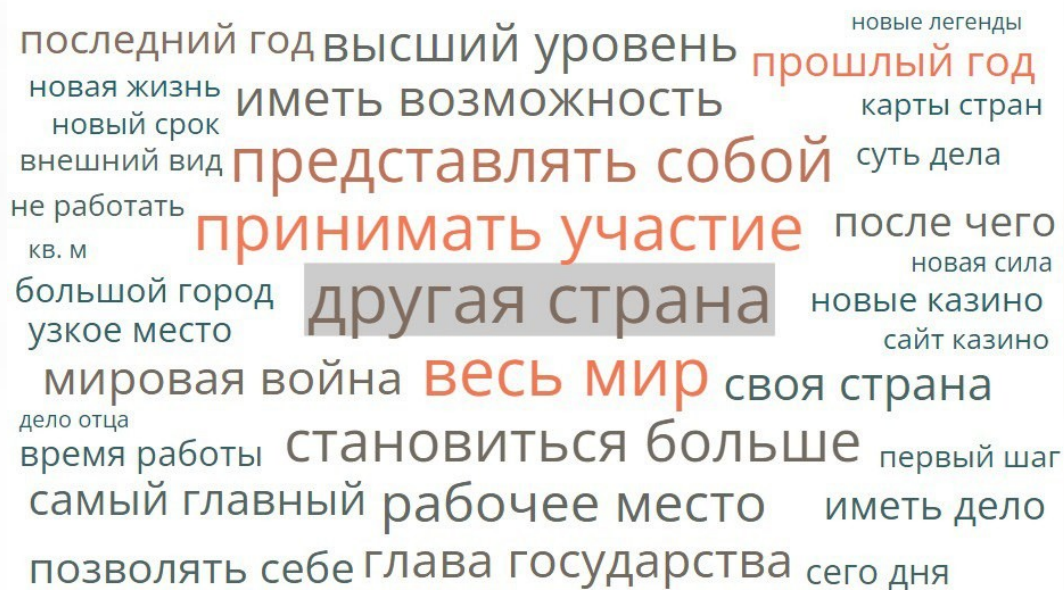


Рисунок 7. Облако слов по теме «Экономика»

Figure 7. Word cloud on the topic “Economics”

Дополнительно нами был проведен сентимент-анализ касательно отношения к различным экономическим организациям, в которых заметную роль играет Россия, а также для сравнения было представлено отношение к другим экономическим организациям (см. рис. 8).

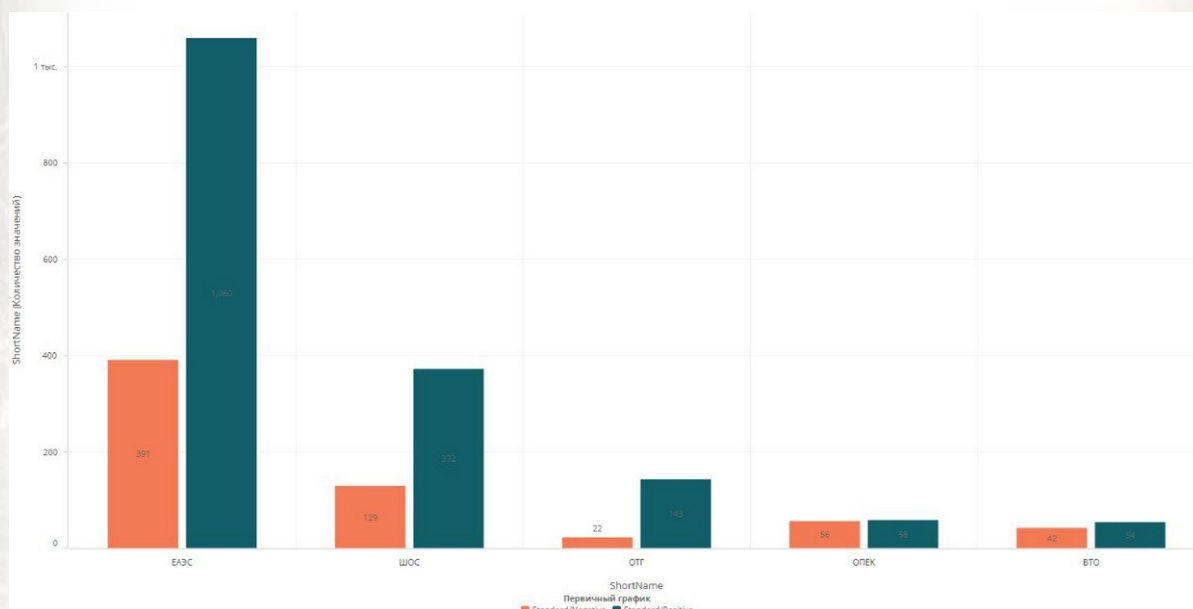


Рисунок 8. Сентимент-анализ по отношению к торговым организациям

Figure 8. Sentiment analysis in relation to trading organizations



Отметим, что наибольшее число негативных упоминаний связано с ЕАЭС, в которой наиважнейшую роль играет именно Россия. Украинский кризис еще больше усилил не только антиевразийские нарративы, но и антироссийские коннотации дискурса. Существует целый ряд работ, в которых делается попытка раскрыть роль и устремления России, связанные с евразийской интеграцией. Одна из преобладающих точек зрения фокусируется на намерении России продвигать свою гегемонию в регионе (Kirkham, 2016). В частности, ЕАЭС рассматривается как инструмент, с помощью которого Россия стремится создать и обеспечить свое влияние на постсоветском пространстве (Libman, 2017).

В настоящее время Россия рассматривается как противовес китайскому влиянию в Центральной Азии (Мамахатов, 2024), в частности в Казахстане. На примере инициативы «Один пояс один путь», иногда называемой Новым шелковым путем, Китай в настоящее время не только расширяет свое присутствие в экономике стран Центральной Азии, но и уверенно укрепляет свое доминирование в некоторых секторах экономики (Китай стал главным торговым партнером... 2024).

В свете постоянной необходимости балансировать между этими двумя державами у казахстанцев развиваются как антироссийские, так и антикитайские настроения (Лу, 2023). Подобные настроения, несомненно, влияют на дальнейшее продвижение стратегических интересов обеих стран. Антироссийские настроения подпитываются несколькими факторами. Прежде всего, политический дискурс о характере евразийского проекта, по мнению некоторых исследователей, в значительной степени интерпретируется как угроза суверенитету Казахстана как правительством, так и населением (Jarosiewicz, 2014). Этот страх существовал и до создания ЕАЭС; однако он усилился после того, как президент РФ В. В. Путин прямо заявил о введении общей валюты и более политически мотивированном сотрудничестве (Sharipzhan, 2015). Беспокойство по поводу потери суверенитета в дополнение к территориальной целостности усилилось в Казахстане во время украинского кризиса. В частности, возвращение Крыма в состав России в 2014 году было воспринято как сигнал другим постсоветским государствам с многочисленным русским населением (особенно в регионах, граничащих с Россией) о возможности военного вмешательства и дестабилизирующих усилий со стороны России в случае внутренней политической нестабильности (Ford, 2014).

Несмотря на помощь в обеспечении безопасности, обещанную в рамках Будапештского меморандума 1994 года, отсутствие прямого консультирования России на Украине со стороны Великобритании и США встревожило Казахстан настолько, что страна пересмотрела свое сотрудничество с Россией (Stronski, 2020). Это привело к активизации усилий Казахстана по сотрудничеству не только с соседями, но и за пределами Центральноазиатского региона (Jarosiewicz, 2014). Сразу после развития ситуации на Украине казахстанское



правительство начало принимать меры по противодействию возможности подобного российского вмешательства, включая новый Уголовный кодекс Казахстана, в котором появилась статья, предусматривающая наказание в виде десяти лет лишения свободы за угрозу территориальной целостности страны и призывы к сепаратизму. Доступ оралманов к казахстанскому гражданству¹ был облегчен², чтобы повысить этнический баланс населения³.

Говоря о региональных различиях в мнениях населения Казахстана касательно евразийской интеграции, — в Казахстане, девятой по площади стране мира, наблюдается большая и неравномерная концентрация этнических групп на севере и юге. Этнические меньшинства и группы живут, по большей части, очень обособленной жизнью. Например, русские в основном проживают в северной части страны, а казахи — на юго-западе. Русские составляют около 50 % населения северной части Казахстана, в зависимости от места проживания. Например, в городе Петропавловске русские составляют 59,28 % населения, а этнические казахи — только 29,99 % (Zhanmukanova, 2021). В южных и западных регионах Казахстана этнические казахи составляют более 70% (Этнический состав... 2022).

Это приводит к заметной фрагментации взглядов на евразийскую интеграцию, где север склоняется к союзу с Россией, а юг — нет. Обзор независимых исследований в различных регионах Казахстана показывает, что северные районы страны, включая Костанай⁴, Урал⁵, и Павлодар⁶, положительно воспринимают ЕАЭС, в то время как южные районы Казахстана считают идею ЕАЭС довольно непривлекательной. Этнические казахи и, в частности,

- 1 Этнические казахи, реиммигрировавшие в Казахстан с 1991 года.
- 2 Изменения включают в себя разрешение репатриантам селиться где угодно и получать статус оралмана, разрешить им сразу же подавать заявление на постоянное место жительства, а также на получение гражданства, как только они получают статус постоянного жителя, и получать гражданство уже в течение трех месяцев (См: Памятка по вопросам... 2017)
- 3 Чтобы выровнять численность населения страны, оралманов стали направлять в семь регионов на севере и западе страны: Акмолинскую, Павлодарскую, Костанайскую, Западно-Казахстанскую, Восточно-Казахстанскую и Атыраускую — области, в которых наблюдалась неблагоприятная демографическая ситуация.
- 4 Данные социологических исследований свидетельствуют о том, что население регионов, граничащих с Россией, в основном положительно относится к евразийской интеграции. ЕАЭС рассматривается как необходимый шаг в условиях жесткой конкуренции XXI века. Участники исследования отвергли любую связь между ЕАЭС и «имперскими устремлениями» или «геополитическими схемами», которые могут представлять угрозу суверенитету и независимости (См: Маканов, 2015).
- 5 Согласно результатам опроса, подавляющее большинство респондентов положительно относятся к ЕАЭС, когда их спрашивают о преимуществах ЕАЭС. 80% респондентов удовлетворены освещением деятельности ЕАЭС в СМИ. На вопрос о том, представляет ли интеграция какой-либо риск для суверенитета Казахстана, только 8 % выразили соответствующую озабоченность (См: Аменов, 2017).
- 6 Опрос представителей русских и славянских национальных объединений показал, что они полностью поддерживают создание Евразийского союза и считают, что интеграция должна быть глубокой. Их аргументы в пользу интеграции основаны на следующих идеях: союз необходим для защиты от внешних угроз (военных и экономических, исходящих от западных стран, прежде всего США); союз экономически выгоден; народы этих стран близки по культуре и мировоззрению, идет процесс их ассимиляции. Результат среди казахского населения неоднозначен. Например, позиция против ЕАЭС не была подкреплена перечнем аргументов, убеждения больше основывались на интуитивном отрицании (См: Джаксылыков, 2016)



казахские националисты на севере страны, как правило, скептически относятся к ЕАЭС. Согласно исследованию С. Джаксылыкова,

«националисты с обеих сторон уже занимают противоположные позиции по отношению к ЕАЭС: казахи – против глубокой интеграции, русские – за» (Джаксылыков, 2016, с. 27).

Некоторые участники этого исследования даже выразили скептическое отношение к результатам межнациональных опросов, которые провозглашали безоговорочную поддержку Казахстаном членства в ЕАЭС. Это объяснялось не только возможной предвзятостью исследователей, но и «российской пропагандой, преобладающей на национальном телевидении» (Джаксылыков, 2016, с. 29). В целом исследования подчеркивают, что изучение общественного мнения казахстанцев в отношении ЕАЭС является сложной задачей в силу весьма ограниченного и поверхностного понимания Евразийского экономического союза подавляющим большинством населения, а также других факторов.

Что касается общественного мнения, то для более детального изучения данной проблемы не хватает масштабных исследований и социологических опросов. Анализ мнений и настроений гражданского общества на сегодняшний день ограничен платформами социальных сетей и, как правило, сосредоточен в основном в крупных городах. С тех пор как Казахстан стал частью ЕАЭС, наблюдается общий спад в дискуссиях о евразийской интеграции. Что касается расхождения между настроениями населения и позицией правительства по поводу членства Казахстана в евразийском проекте, то эта взаимосвязь сложнее, чем кажется. Участие Казахстана не только считается «загадочным», учитывая, что он ценит свою независимость (Kudaibergenova, 2016), но и его нежелание допускать более сложные критические дебаты объясняется в первую очередь обращением к авторитарной логике. Таким образом, несмотря на то, что оппозиционные группы используют противоречия, связанные с евразийской интеграцией, против правительства, политический истеблишмент, который в настоящее время руководит республикой, готов реагировать на дискурс, касающийся воспринимаемой угрозы суверенитету и целостности, тем более что они еще больше обострились после событий на Украине 2014 и 2022 гг., явившись одним из источников формирования антироссийский настроений. В то же время в регионах, граничащих с Россией, значительная часть русского населения, как правило, выступает за еще более тесный союз с Россией.

Заключение

В качестве заключения полагаем необходимым подчеркнуть, что процесс становления новой национальной идентичности Республики Казахстан является сложным и неоднозначным. Данная турбулентность и неопределенность характерна для национальных «идентичностей» всех стран постсоветского пространства, которое сегодня, фактически, является эпицентром



противостояния «глобалистской» и «национально-цивилизационной» парадигм развития мира в будущем. Безусловно, Казахстан подвержен всем современным геополитическим и геоэкономическим процессам и кризисам, что отражается на динамике его развития и формирования новой национальной идентичности. Определенные нами в данной статье маркеры новой национальной идентичности Республики Казахстан (политический эклектицизм, демонстративная политическая суверенность; религиозность; экономоцентризм), не являются исчерпывающими; тем не менее, проведенное эмпирическое исследование доказывает их системную взаимосвязь с процессами формирования антироссийских настроений в медиасреде. При этом хотим подчеркнуть, что медиасреда очень противоречива и далеко не всегда отражает весь массив тенденций и явлений социальной реальности. Эмоциональный характер, яркая образность, доступность и анонимность медиаресурсов определяют часть реальных общественных настроений, но не охватывают на 100% настроения всего казахстанского общества. Выделенные нами деструктивные процессы формирования антироссийских настроений имеют тревожный характер, требующий продуманной конструктивной реакции руководства России и российского общества; данные процессы нельзя игнорировать, но не стоит и абсолютизировать. Политика Российского государства в отношении республики Казахстан должна быть построена на принципах суверенитета, равного партнерства, сотрудничества и обеспечения национальной безопасности в рамках ОДКБ и ЕАЭС.

Благодарности

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 23-28-01230: «Формирование антироссийских настроений в медиасреде Республики Казахстан как части Прикаспийского фронта».

Список литературы

- Aleksanyan, A. (2020). Civil Society as a Phenomenon of Post-Soviet Political Life: A Threat or a Guarantor of National Security. In A. Mihr (Ed.), *Transformation and Development* (pp. 29–49). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42775-7_3
- Arora, S. D., Singh, G. P., Chakraborty, A., & Maity, M. (2022). Polarization and social media: A systematic review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 183, 121942. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121942>
- Baguia, J. A. (2023). The Media and Social Problems. In *The Palgrave Handbook of Global Social Problems* (pp. 1–18). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68127-2_231-1
- Ford, M. (2014). Russia's Seizure of Crimea is making former Soviet states nervous. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/03/russias-seizure-of-crimea-is-making-former-soviet-states-nervous/284156/>



- Gopin, M. (2000). *Between Eden and Armageddon: The Future of World Religions, Violence, and Peacemaking*. Oxford University Press New York, NY.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780195134322.001.0001>
- Hale, H. E. (2014). *Patronal Politics: Eurasian Regime Dynamics in Comparative Perspective* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139683524>
- Jarosiewicz, A. (2014). Kazakhstan's attitude towards integration with Russia: Less love, more fear. *Center for Eastern Studies Commentary*, 137, 1–8.
- Kirkham, K. (2016). The formation of the Eurasian Economic Union: How successful is the Russian regional hegemony? *Journal of Eurasian Studies*, 7(2), 111–128.
<https://doi.org/10.1016/j.euras.2015.06.002>
- Kudaibergenova, D. T. (2016). Eurasian Economic Union integration in Kazakhstan and Kyrgyzstan. *European Politics and Society*, 17(sup1), 97–112. <https://doi.org/10.1080/23745118.2016.1171286>
- Kymlicka, W. (2000). Nation-building and minority rights: Comparing West and East. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 26(2), 183–212. <https://doi.org/10.1080/13691830050022767>
- Libman, A. (2017). Russian power politics and the Eurasian Economic Union: The real and the imagined. *Rising Powers Quarterly*, 2(1), 81–103.
- Ojala, M., Pantti, M., & Kangas, J. (2018). Professional role enactment amid information warfare: War correspondents tweeting on the Ukraine conflict. *Journalism*, 19(3), 297–313.
<https://doi.org/10.1177/1464884916671158>
- Sharipzhan, M. (2015, September 5). *Putin proposes new common currency among former Soviet states to replace the dollar*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/putin-proposes-new-common-currency-among-former-soviet-states-to-replace-the-dollar-2015-9>
- Stronski, P. (2020). *There goes the neighborhood: The limits of Russian integration in Eurasia*. Carnegie Endowment for International Peace. <https://carnegieendowment.org/files/202009-Stronski-Russia-Eurasia.pdf>
- Zhanmukanova, A. (2021). *Is Northern Kazakhstan at risk to Russia?* The Diplomat. <https://thediplomat.com/2021/04/is-northern-kazakhstan-at-risk-to-russia/>
- Аменов, А. Ж. (2017). Аналитическая записка по результатам социологического исследования «Общественное мнение о евразийском интеграционном процессе и роли РК». «Содружество народов Евразии». <http://evrazia-ural.ru/node/obshchestvennoe-mnenie-o-evraziyskom-integracionnom-processe-i-rol-i-respubliki-kazahstan>
- Аминов, Т. М. (2023, октябрь 18). Об историческом значении декларации суверенитета Казахстана. *Qazaqstan Tarihy*. <https://e-history.kz/ru/news/show/339526>
- Амрекулов, Н. А. (2006). *Тюркское возрождение*. Алматы.
- Баранчик, Ю. В., Гойденко, В. Г., Грозин, А. В., Докучаева, А. В., Лавренов, С. Я., Новиков, В. В., & Фадеев, А. В. (2020). Политика постсоветских государств в отношении русскоязычного населения. *Постсоветский материк*, 2, 5–57.
- Гаджиев, Т. Г. (2020). Прикаспийский регион: От соперничества к партнерству. *Материалы международной научно-практической конференции «Устойчивое развитие стран Прикаспийского региона в условиях меняющегося мира»*, 5–12.
- Грозин, А. (2019). Элиты республики Казахстан и проблема транзита высшей власти. *Постсоветский материк*, 3, 34–43.



- Джаксылыков, С. (2016). *Отношение жителей северных регионов Казахстана к перспективе глубокой интеграции в Евразийский экономический союз: Фактор гражданской и этнокультурной идентичности*. CA&C Press AB. <https://ca-c.org.ru/datarus/nurmuratov.shtml>
- Жильцов, С., Слизовский, Д., Шуленина, Н., & Маркова, Е. (2018). Формирование национальной идентичности в странах Центральной Азии: Итоги, проблемы, перспективы. *Центральная Азия и Кавказ*, 21(1), 40–54.
- Кадрыжанов, Р., Макашева, Ж., Амребаева, Ж., & Амребаев, А. (2021). Суверенитет Казахстана в контексте межгосударственных отношений с Россией. *Центральная Азия и Кавказ*, 22(4), 92–103. <https://doi.org/10.37178/ca-c.21.4.09>
- Казахстан движется в сторону распада, а его север—В сторону России. (2022, июнь 29). Regnum. <https://regnum.ru/news/polit/3655899.html>
- Казахстанцы стали более религиозными. (2024, март 11). Открытый диалог. <https://belief.cabar.asia/ru/2024/03/11/kazahstantsy-stali-bolee-religioznyimi>
- Как Запад раскачивает Казахстан и какие НКО будут свергать власть. (2021, ноябрь 9). Life. <https://life.ru/p/1448643>
- Какую религию исповедуют почти 70% казахстанцев. (2023, ноябрь 2). zakon.kz. <https://www.zakon.kz/obshestvo/6412495-kakuyu-religiyu-ispoveduyut-pochti-70-kazahstantsev.html>
- Кармазина, Л. (2008). Сравнительный анализ институционализации партийных систем Казахстана и России часть I. *Центральная Азия и Кавказ*, 6, 159–173.
- Китай стал главным торговым партнером Казахстана в 2023 году, потеснив Россию. (2024, февраль 19). Интерфакс. <https://www.interfax.ru/world/946720>
- Козлов, Г. В. (2020). Прикладной анализ влияния на Казахстан политики «мягкой силы» США, РФ и КНР. *Постсоветский материк*, 1, 33–74.
- Лавров назвал причину ксенофобии в отношении русскоязычных в Казахстане. (2021, ноябрь 9). Ведомости. <https://www.vedomosti.ru/society/news/2021/11/09/894953-ksenofobii-russkoyazichnih>
- Лу, Ф. (2023). Экономические отношения Китая и Казахстана в рамках стратегии «Один пояс – один путь» (проблемы и перспективы). *Россия в глобальном мире*, 26(3), 58–77. <https://doi.org/10.48612/rg/RGW.26.3.5>
- Маканов, Ж. К. (2015). Восприятие проекта евразийской интеграции населением приграничных регионов. *Проблемы права и экономики*, 1. <https://articlekz.com/article/20910>
- Мамахатов, Т. (2024, январь 9). *Россия и Китай в Центральной Азии: Сотрудничество или соперничество?* Российский совет по международным делам. <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/rossiya-i-kitay-v-tsentralnoy-azii-sotrudnichestvo-ili-sopernichestvo/>
- Морозова, Е. В. (2023). *Дискредитации идентичности* (И. С. Семененко, Ред.). Издательство «Весь Мир».
- Мчедлова, М. М. (2023). *Религиозные контексты в дискурсах идентичности* (И. С. Семененко, Ред.). Издательство «Весь Мир».
- Нурмуратов, С. Е. (2015). *Изменение ценностно-нормативных установок в полиэтнической культуре современного Казахстана*. CA&C Press AB. <https://ca-c.org.ru/datarus/nurmuratov.shtml>



- Памятка по вопросам возвращения на историческую родину. (2017, апрель 28). Посольство Республики Казахстан в Российской Федерации.
https://www.kazembassy.ru/rus/diaspora/tekushaya_deyatelnost/?cid=0&rid=115
- Православие в Казахстане: Кто вносит яд раскола? (2023, декабрь 10). Интернет-журнал «Военно-политическая аналитика». <https://vpoanalytics.com/konflikty/pravoslavie-v-kazahstane-kto-vnosit-yad-raskola/>
- Романова, А. П., & Морозова, Е. В. (2023). Конструирование новых идентичностей в современном Казахстане: Тенденции и ориентиры. *Мировая экономика и международные отношения*, 67(7), 85–102. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2023-67-7-85-102>
- Семененко, И. С. (2020). *Государство в политической науке и социальной реальности XXI века*. Издательство «Весь Мир».
- Семененко, И. С. (Ред.). (2023). *Идентичность: Личность, общество, политика. Новые контуры исследовательского поля*. Издательство «Весь Мир».
- Семененко, И. С., Лапкин, В. В., Бардин, А. Л., & Пантин, В. И. (2017). Между государством и нацией: Дилеммы политики идентичности на постсоветском пространстве. *Политические исследования*, 5, 54–78. <https://doi.org/10.17976/jpps/2017.05.05>
- Сколько колледжей в Казахстане. (2023, июль 27). Turan Times. <https://turantimes.kz/obschestvo/44399-skolko-kolledzhej-v-kazahstane.html>
- «Суверенитет» по-казахстански: Кто и зачем преследует Ермека Тайчибекова? (2020, декабрь 14). Regnum. <https://regnum.ru/article/3141168>
- Тишков, В. А. (2003). *Реквием по этносу: Исследования по социально-культурной антропологии*. Наука.
- Токаев, К. К. (2022, октябрь 22). Декларация о суверенитете – победа смелости и дипломатии, разума и терпения. *Казахстанская правда*, 22–10.
- Толстых, В. (2023, сентябрь 29). В поисках нового Казахстана: Экономический и международно-правовой анализ. Российский совет по международным делам. <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/v-poiskakh-novogo-kazahstana-ekonomicheskij-i-mezhdunarodno-pravovoy-analiz/>
- Умбеталиева, Т. Б. (2016). *Молодежь Центральной Азии. Казахстан. На основе социологического опроса*. Представительство фонда и м. Фридриха Эберта в Казахстане.
- Фадеева, Л. А., & Плотников, Д. С. (2021). Политика идентичности и международная безопасность европейских государств постсоветского пространства. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*, 23(4), 614–629. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2021-23-4-614-629>
- Храпов, С. А. (2009). Трансформация сознания российского общества в контексте его социокультурной динамики. *Власть*, 9, 50–52.
- Храпов, С. А. (2022). Национальная идентичность в контексте вопроса безопасности Каспийского макрорегиона. *Caspium Securitatis: журнал каспийской безопасности*, 2(1), 21–34.
- Храпов, С. А., Черничкин, Д. А., Топчиев, М. С., & Кривенко, А. И. (2024). Новые маркеры национальной идентичности Республики Казахстан: Формирование антироссийских настроений в социальных медиа. *Вестник Пермского университета. Серия Политология*, 18(2), 11–125. <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2024-2-113-128>



Черничкин, Д. А., & Кривенко, А. И. (2023). Медиаобраз России в казахстанских телеграм-каналах. *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*, 19(4), 565–586. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.404>

Этнический состав урбанизации в Казахстане: Межпереписные изменения с 2009 по 2021 год. (2022). Eurasian Research Institute (ERI). <https://www.eurasian-research.org/publication/the-ethnic-profile-of-urbanization-in-kazakhstan-the-intercensal-change-between-2009-and-2021/?lang=ru>

References

- “Sovereignty” in the Kazakhstani way: Who is pursuing Yermek Taichibekov and why? (2020, December 14). Regnum. <https://regnum.ru/article/3141168> (In Russian).
- Aleksanyan, A. (2020). Civil Society as a Phenomenon of Post-Soviet Political Life: A Threat or a Guarantor of National Security. In A. Mitr (Ed.), *Transformation and Development* (pp. 29–49). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-42775-7_3
- Amenov, A. J. (2017). Analytical note on the results of sociological research “Public opinion on the Eurasian integration process and the role of the Republic of Kazakhstan”. “Commonwealth of Eurasian Peoples”. <http://evrazia-ural.ru/node/obshchestvennoe-mnenie-o-evraziyskom-integracionnom-processe-i-rol-i-respubliki-kazahstan> (In Russian).
- Aminov, T. M. (2023, October 18). On the historical significance of the declaration of sovereignty of Kazakhstan. Qazaqstan Tarihy. <https://e-history.kz/ru/news/show/339526> (In Russian).
- Amrekulov, N. A. (2006). *Turkic revival*. Almaty. (In Russian).
- Arora, S. D., Singh, G. P., Chakraborty, A., & Maity, M. (2022). Polarization and social media: A systematic review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 183, 121942. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121942>
- Baguia, J. A. (2023). The Media and Social Problems. In *The Palgrave Handbook of Global Social Problems* (pp. 1–18). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68127-2_231-1
- Baranchik, Yu. V., Goydenko, V. G., Grozin, A. V., Dokuchaeva, A. V., Lavrenov, S. Ya., Novikov, V. V., & Fadeev, A. V. (2020). Post-Soviet States’ Policy towards the Russian-Speaking Population. *Post-Soviet Continent*, 2, 5–57. (In Russian).
- Chernichkin, D. A., & Krivenko, A. I. (2023). Media Image of Russia in Kazakh Telegram Channels. *Political Expertise: POLITEX*, 19(4), 565–586. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.404> (In Russian).
- China has become Kazakhstan's main trading partner in 2023, displacing Russia. (2024, February 19). Interfax. <https://www.interfax.ru/world/946720> (In Russian).
- Dzhaksylykov, S. (2016). Attitude of the inhabitants of the northern regions of Kazakhstan to the prospect of deep integration into the Eurasian Economic Union: Factor of civil and ethno-cultural identity. CA&C Press AB. <https://ca-c.org.ru/datarus/nurmuratov.shtml> (In Russian).
- Ethnic Composition of Urbanization in Kazakhstan: Intercensal Changes from 2009 to 2021. (2022). Eurasian Research Institute (ERI). <https://www.eurasian-research.org/publication/the-ethnic-profile-of-urbanization-in-kazakhstan-the-intercensal-change-between-2009-and-2021/?lang=ru> (In Russian).



- Fadeeva, L. A., & Plotnikov, D. S. (2021). Identity Politics and International Security of the Post-Soviet European States. *RUDN Journal of Political Science*, 23(4), 614–629. <https://doi.org/10.22363/2313-1438-2021-23-4-614-629> (In Russian).
- Ford, M. (2014). Russia's Seizure of Crimea is making former Soviet states nervous. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/03/russias-seizure-of-crimea-is-making-former-soviet-states-nervous/284156/>
- Gadzhiev, T. G. (2020). The Caspian region: From rivalry to partnership. *Proceedings of the International Scientific and Practical Conference "Sustainable Development of the Countries of the Caspian Region in a Changing World"*, 5-12. (In Russian).
- Gopin, M. (2000). *Between Eden and Armageddon: The Future of World Religions, Violence, and Peacemaking*. Oxford University Press New York, NY. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195134322.001.0001>
- Grozin, A. (2019). Elites of the Republic of Kazakhstan and the Problem of Transit of Supreme Power. *Post-Soviet Continent*, 3, 34–43. (In Russian).
- Hale, H. E. (2014). *Patronal Politics: Eurasian Regime Dynamics in Comparative Perspective* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139683524>
- How many colleges are there in Kazakhstan. (2023, July 27). *Turan Times*. <https://turantimes.kz/obschestvo/44399-skolko-kolledzhej-v-kazahstane.html> (In Russian).
- How the West is rocking Kazakhstan and which NGOs will overthrow the government. (2021, November 9). *Life*. <https://life.ru/p/1448643> (In Russian).
- Jarosiewicz, A. (2014). Kazakhstan's attitude towards integration with Russia: Less love, more fear. *Center for Eastern Studies Commentary*, 137, 1–8.
- Kadrizhanov, R., Makasheva, Zh., Amrebaeva, Zh., & Amrebaev, A. (2021). Kazakhstan's Sovereignty in the Context of Kazakh-Russian Relations. *Central Asia and the Caucasus*, 22(4), 92–103. <https://doi.org/10.37178/ca-c.21.4.09> (In Russian).
- Karmazina, L. (2008). Institutionalization of the Party System in Kazakhstan and Russia: A Comparative Analysis Part I. *Central Asia and the Caucasus*, 6, 159–173. (In Russian).
- Kazakhstan is moving toward disintegration, and its north toward Russia. (2022, June 29). *Regnum*. <https://regnum.ru/news/polit/3655899.html> (In Russian).
- Kazakhstanis have become more religious. (2024, March 11). *Open dialog*. <https://belief.cabar.asia/ru/2024/03/11/kazahstantsy-stali-bolee-religioznyi> (In Russian).
- Khrapov, S. A. (2009). Transformation of Russian society's consciousness in the context of its socio-cultural dynamics. *The Authority*, 9, 50–52. (In Russian).
- Khrapov, S. A. (2022). National Identity in Context Security Issues of the Caspian Macro-Region. *Caspium Securitatis: журнал каспийской безопасности*, 2(1), 21–34. (In Russian).
- Khrapov, S. A., Chernichkin, D. A., Topchiev, M. S., & Krivenko, A. I. (2024). New Markers of the National Identity of the Republic of Kazakhstan: The Formation of Anti-Russian Sentiments in Social Media. *Bulletin of Perm University. Political Science*, 18(2), 11–125. <https://doi.org/10.17072/2218-1067-2024-2-113-128> (In Russian).
- Kirkham, K. (2016). The formation of the Eurasian Economic Union: How successful is the Russian regional hegemony? *Journal of Eurasian Studies*, 7(2), 111–128. <https://doi.org/10.1016/j.euras.2015.06.002>



- Kozlov, G. V. (2020). Applied Analysis of the Impact of the “Soft Power” Policy on Kazakhstan by the USA, The Russian Federation and China. *Post-Soviet Continent*, 1, 33–74. (In Russian).
- Kudaibergenova, D. T. (2016). Eurasian Economic Union integration in Kazakhstan and Kyrgyzstan. *European Politics and Society*, 17(sup1), 97–112. <https://doi.org/10.1080/23745118.2016.1171286>
- Kymlicka, W. (2000). Nation-building and minority rights: Comparing West and East. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 26(2), 183–212. <https://doi.org/10.1080/13691830050022767>
- Lavrov named the reason for xenophobia against Russian speakers in Kazakhstan. (2021, November 9). *Vedomosti*. <https://www.vedomosti.ru/society/news/2021/11/09/894953-ksenofobii-russkoyazichnih> (In Russian).
- Libman, A. (2017). Russian power politics and the Eurasian Economic Union: The real and the imagined. *Rising Powers Quarterly*, 2(1), 81–103.
- Lu, F. (2023). Economic Relations between China and Kazakhstan as Part of the Strategy “One Belt – one Road” (Problems and Prospects). *Russia in the Global World*, 26(3), 58–77. <https://doi.org/10.48612/rg/RGW.26.3.5> (In Russian).
- Makanov, Zh. K. (2015). Perception of the project of Eurasian integration by the population of border regions. *Problems of Law and Economics*, 1. <https://articlekz.com/article/20910> (In Russian).
- Mamakhatov, T. (2024, January 9). *Russia and China in Central Asia: Cooperation or Rivalry?* Russian Council on Foreign Affairs. <https://russiancouncil.ru/analytiks-and-comments/analytiks/rossiya-i-kitay-v-tsentralnoy-azii-sotrudnichestvo-ili-sopernichestvo/> (In Russian).
- Mchedlova, M. M. (2023). *Religious contexts in identity discourses* (I. S. Semenenko, Ed.). Ves Mir Publishing House. (In Russian).
- Memo on return to the historical homeland*. (2017, April 28). Embassy of the Republic of Kazakhstan in the Russian Federation. https://www.kazembassy.ru/rus/diaspora/tekushaya_deyatelnost/?cid=0&rid=115 (In Russian).
- Morozova, E. V. (2023). *Discrediting identity* (I. S. Semenenko, Ed.). Ves Mir Publishing House. (In Russian).
- Nurmuratov, S. E. (2015). *Change of value-normative attitudes in the multi-ethnic culture of contemporary Kazakhstan*. CA&C Press AB. <https://ca-c.org.ru/datarus/nurmuratov.shtml> (In Russian).
- Ojala, M., Pantti, M., & Kangas, J. (2018). Professional role enactment amid information warfare: War correspondents tweeting on the Ukraine conflict. *Journalism*, 19(3), 297–313. <https://doi.org/10.1177/1464884916671158>
- Orthodoxy in Kazakhstan: Who brings the poison of schism?* (2023, December 10). Internet journal “Military-Political Analytics”. <https://vpoanalytics.com/konflikty/pravoslavie-v-kazakhstanekto-vnosit-yad-raskola/> (In Russian).
- Romanova, A. P., & Morozova, E. V. (2023). Construction of New Identities in Modern Kazakhstan: Trends and Reference Points. *World Economy and International Relations*, 67(7), 85–102. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2023-67-7-85-102> (In Russian).
- Semenenko, I. S. (2020). *The state in political science and social reality of the 21st century*. Ves Mir Publishing House. (In Russian).
- Semenenko, I. S. (Ed.). (2023). *Identity: Personality, society, politics. New contours of the research field*. Ves Mir Publishing House. (In Russian).



- Semenenko, I. S., Lapkin, V. V., Bardin, A. L., & Pantin, V. I. (2017). Dilemmas of Identity Policy in Post-Soviet Societies. *Polis. Political Studies*, 5, 54–78. <https://doi.org/10.17976/jpps/2017.05.05> (In Russian).
- Sharipzhan, M. (2015, September 5). Putin proposes new common currency among former Soviet states to replace the dollar. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.com/putin-proposes-new-common-currency-among-former-soviet-states-to-replace-the-dollar-2015-9>
- Stronski, P. (2020). *There goes the neighborhood: The limits of Russian integration in Eurasia*. Carnegie Endowment for International Peace. <https://carnegieendowment.org/files/202009-Stronski-Russia-Eurasia.pdf>
- Tishkov, V. A. (2003). *Requiem for Ethnos: Studies in Socio-Cultural Anthropology*. Nauka Publ.. (In Russian).
- Tokayev, K. K. (2022, October 22). The Declaration of Sovereignty - a victory of courage and diplomacy, reason and patience. *Kazakhstanskaya Pravda*, 22-10. (In Russian).
- Tolstykh, V. (2023, September 29). In Search of a New Kazakhstan: Economic and International Legal Analysis. *Russian Council on Foreign Affairs*. <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/v-poiskakh-novogo-kazakhstana-ekonomicheskij-i-mezhdunarodno-pravovoy-analiz/> (In Russian).
- Umbetalieva, T. B. (2016). *Youth of Central Asia. Kazakhstan. Based on a sociological survey*. Representation of the Foundation and m. Friedrich Ebert Foundation and m. in Kazakhstan. (In Russian).
- What religion is practiced by almost 70% of Kazakhstanis. (2023, November 2). zakon.kz. <https://www.zakon.kz/obshestvo/6412495-kakuyu-religiyu-ispoveduyut-pochti-70-kazakhstantsev.html> (In Russian).
- Zhanmukanova, A. (2021). Is Northern Kazakhstan at risk to Russia? *The Diplomat*. <https://thediplomat.com/2021/04/is-northern-kazakhstan-at-risk-to-russia/>
- Zhiltsov, S., Slizovskiy, D., Shulenina, N., & Markova, E. (2018). Shaping National Identities in Central Asian Countries: Results, Problems, Prospects. *Central Asia and the Caucasus*, 21(1), 40–54. (In Russian).



Analyzing the Engagement Patterns of #RamMandir on Instagram**

Animesh Kumar Sharma¹, & Rahul Sharma²

Lovely Professional University. Phagwara, India

Received: 1 July 2024 | Revised: 16 October 2024 | Accepted: 22 October 2024

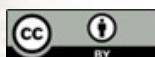
Abstract

This study investigates how people communicate their opinions about the Ram Mandir in Ayodhya, India (religious site dedicated to Rama) on Instagram**, with a focus on hashtags and social media dynamics. Instagram** has emerged as a significant platform for community interaction, enabling individuals to express their religious beliefs and cultural identities. This study examines Ram Mandir-related posts, comments, and hashtags using thematic analysis. Key themes have been identified, reflecting the diverse ways in which individuals articulate their emotions and perspectives concerning this significant cultural and religious site. The study's analysis of these digital contacts sheds light on the broader societal ramifications as well as the function of social media in changing public discourse on religious and cultural concerns. The findings underscore the interplay between traditional religious sentiments and contemporary digital communication, illustrating Instagram's** role as a platform for community engagement and cultural expression. This study contributes to our understanding of how social media platforms facilitate the expression of collective identities and religious fervor in contemporary contexts. The study emphasizes social media's transformative impact on religious practices, cultural identity, and communal cohesion, as well as its role in encouraging conversation, event promotion, and the preservation of collective memory. Managerial implications include leveraging social media to enhance engagement, communication, and relationship building.

** – A social network owned by “Meta”, which is recognized as extremist in Russia

Keywords

Ram Mandir; Ayodhya; Instagram**; Social Media; Community Engagement



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

1 Email: [mr.animesh\[at\]gmail.com](mailto:mr.animesh[at]gmail.com) ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6673-319X>

2 Email: [rahul.12234\[at\]lpu.co.in](mailto:rahul.12234[at]lpu.co.in) ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8880-7527>



Исследование моделей вовлеченности с использованием хэштега #RamMandir в социальной сети Инстаграм**

Шарма Анимеш Кумар¹, Шарма Рахул²

Профессиональный университет Лавли. Пхагвара, Индия

Рукопись получена: 1 июля 2024 | Пересмотрена: 16 октября 2024 | Принята: 22 октября 2024

Аннотация

Данное исследование анализирует, как пользователи выражают свои мнения о Рам Мандире (храм, посвященный Раме) в Айодхье (Индия) на платформе Инстаграм**, уделяя особое внимание хэштегам и динамике социальных сетей. Инстаграм** стал важной площадкой для общественного взаимодействия, где люди делятся своими религиозными убеждениями и культурными ценностями. Анализ охватывает публикации, комментарии и хэштеги, связанные с Рам Мандиром, с использованием тематического подхода. Были выявлены ключевые темы, демонстрирующие разнообразие эмоций и взглядов на этот значимый культурный и религиозный объект. Изучение цифровых взаимодействий проливает свет на более широкие социальные аспекты и роль социальных медиа в трансформации общественных дискуссий на религиозные и культурные темы. Результаты подчеркивают взаимосвязь между традиционными религиозными взглядами и современными цифровыми коммуникациями, раскрывая значение Инстаграм** как пространства для диалога, обмена мнениями и культурного самовыражения. Исследование вносит вклад в понимание того, как цифровые платформы помогают формировать коллективную идентичность и выражать религиозные чувства в современных условиях. Оно также показывает, как социальные сети влияют на религиозные практики, культурную самобытность и общественную сплоченность, способствуя диалогу, организации событий и сохранению исторической памяти. Практическая значимость работы заключается в применении социальных медиа для укрепления связей, улучшения коммуникации и развития взаимодействия.

** – Социальная сеть, принадлежащая компании “Meta”, которая признана экстремистской на территории Российской Федерации

Ключевые слова

Рам Мандир; Айодхья; Инстаграм**; социальные медиа; вовлечение сообществ



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution”](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная

1 Email: [mr.animesh\[at\]gmail.com](mailto:mr.animesh[at]gmail.com) ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6673-319X>

2 Email: [rahul.12234\[at\]lpu.co.in](mailto:rahul.12234[at]lpu.co.in) ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8880-7527>



Introduction

In recent years, social media has emerged as a significant platform for individuals and communities to express their religious beliefs, engage in cultural dialogue, and connect with like-minded individuals globally (Campbell & Evolvi, 2020). The introduction of social media platforms has fundamentally altered how people express and share their feelings. Social media platforms have revolutionized the ways in which individuals show and wring out their emotions and experiences (Döveling et al., 2018). Among the various social media platforms, Instagram¹ is notable for its role in facilitating the sharing of visual content and fostering community engagement using hashtags. Hashtags are digital labels that categorise and organise content, allowing users to find and engage in conversations about certain topics of interest (Omena et al., 2020). People express their thoughts on Instagram** through images and the smart use of hashtags, emphasizing the importance of these behaviors on communication and social interaction (De Paola et al., 2022). Among the numerous social media platforms, Instagram** stands out as a popular tool for posting visual material and encouraging community involvement via hashtags (Jones & Lee, 2022). The expression of emotions on Instagram** using images and hashtags represents a substantial shift in digital communication in the modern era. Users can convey complex emotional states and engage with larger communities by using visual assets, subtitles, and hashtags strategically (Hudders et al., 2021). This study analyses Instagram** hashtags relating to Ram Mandir and Ayodhya, two deeply significant and contested themes in India's socio-religious milieu. Religious themes are prevalent in this digital landscape, underscoring the enduring significance of spirituality and faith in contemporary society (Toron et al., 2023). One such topic that has sparked great interest and discussion is the construction of the Ram Mandir in Ayodhya, India. Ayodhya, recognized as the birthplace of Lord Ram, holds immense religious importance for millions of Hindus worldwide (Kapur, 2024). The construction of a great temple dedicated to Lord Ram on the disputed site in Ayodhya has long been a goal for Hindu devotees, serving as both a religious endeavour and a symbol of cultural identity and national pride.

The construction of the Ram Mandir at Ayodhya has long been a divisive issue, evoking strong emotions and sentiments among Hindus both in India and overseas (Rao, 2020). Ayodhya, supposed to be Lord Ram's birthplace and holds immense religious importance for Hindus., making the making of a temple devoted to Lord Ram a deeply aspired goal for millions of believers. After decades of legal disputes and social instability, the Indian Supreme Court declared in 2019 that a Ram Mandir could be built on the disputed site in Ayodhya, marking a landmark milestone in the Hindu nationalist agenda (Jacobsen, 2024). Understanding the dynamics of digital discourse surrounding the Ram Mandir and Ayodhya on Instagram** is therefore critical for getting insights into current expressions of religious identity,

1 ** – A social network owned by “Meta”, which is recognized as extremist in Russia



cultural belonging, and community participation. By analysing hashtag usage, we can discover theme trends, community feelings, and the broader ramifications of digital media on religious and cultural narratives. Furthermore, investigating the impact of social media in shaping public conversation on sensitive religious matters provides valuable insights into the intersection of technology, politics, and religion in the digital era. In this context, social media has played a critical role in shaping public debate, mobilising support, and encouraging community engagement around the Ram Mandir project (Potnis & Tahamtan, 2021). Instagram**, with its graphically driven interface and widespread use of hashtags, offers a unique perspective on the digital discourse around Ram Mandir and Ayodhya. This study seeks to reveal theme tendencies, community participation patterns, and the broader consequences of digital discourse on religious and cultural identity by analysing the use of Ram Mandir and Ayodhya hashtags on Instagram**.

The significance of this study lies in its potential to enhance the understanding of how social media platforms affect religious and cultural expression in modern society. By examining how users engage with hashtags related to the Ram Mandir and Ayodhya, we can gain insights into the role of digital platforms in shaping religious narratives, promoting community cohesion, and facilitating collective action. Moreover, this research can illuminate the intricate interaction between religion, politics, and digital media in the context of the Ram Mandir project, offering valuable insights for scholars, policymakers, and practitioners.

Review of literature

Social Media and Religious Expression

Yau et al. (2019) investigated how social media platforms such as Instagram** enable people to express and negotiate their religious identities. They demonstrated how people use visual content and hashtags to communicate religious experiences, rites, and symbols, creating a sense of community and belonging in the digital sphere. Hinings et al. (2018) began to investigate how digital technologies impact religious practices, beliefs, and institutions. They explored how social media platforms function as virtual congregations, where people may join in religious discussions, seek spiritual advice, and express their beliefs in new and innovative ways. Rogers (2021) studied how visual culture affects religious expression in the digital era. They looked at how social media platforms make it easier to share visual content, such as photographs of religious symbols, rituals, and sacred sites. This research emphasized the significance of visual storytelling in communicating religious views and building a sense of community among believers. Chukwuma (2018) studied the changing dynamics of religious authority in the digital age. They investigated how religious leaders and institutions use online platforms such as Instagram** to engage with followers, disseminate religious teachings, and answer theological problems. This research highlighted the intricacies of online religious discourse, as well as the problems and opportunities it brings to traditional



religious leaders. Baulch & Pramiyanti (2018) have investigated the influence of visual culture in creating religious representation on social media platforms such as Instagram**. They investigated how users utilize visual imagery, including images, artwork, and memes, to express religious ideas, rituals, and symbols, highlighting the importance of visual storytelling in conveying religious narratives and creating a sense of community among believers.

Hashtags and Digital Discourse

During this time, there was a significant discussion about using hashtags as markers of digital discourse. Munuku et al. (2017) investigated the influence of hashtags in altering public debate and mobilising support for religious and cultural issues. They emphasised hashtags' ability to magnify voices, catalyse movements, and impact public opinion, particularly on sensitive issues such as religious monument construction. During this time, there was a significant discussion about using hashtags as tools for online activism and mobilisation. Dobrin (2020) investigated how hashtags connected to religious and cultural concerns, such as the construction of the Ram Mandir in Ayodhya, are used on social media platforms to amplify voices, organise protests, and promote awareness. This research highlighted the importance of hashtags in altering public discourse and accelerating social change. Qurashi & Sharpley (2018) investigated the concept of digital pilgrimage and its implications for religious practices in the digital era. They investigated how platforms such as Instagram** allow users to embark on virtual pilgrimages, sharing their experiences and encounters with sacred sites and religious rites. This research emphasised the importance of social media in forming virtual communities of believers, overcoming geographic barriers, and instilling a sense of global religious unity. Zahra (2020) investigated the use of hashtags for online advocacy and activism in religious communities. They looked at how religious and cultural hashtags, such as the construction of the Ram Mandir in Ayodhya, are used on platforms to rally support, promote awareness, and advocate for social and political change. This research highlighted the importance of hashtags in amplifying voices, galvanising movements, and changing public discourse on controversial religious issues. Bideci & Bideci (2019) investigated the concept of digital pilgrimage and its relationship with emerging technologies such as virtual reality. They investigated how platforms promote virtual pilgrimages, allowing users to visit sacred sites and participate in religious rites via immersive visual content and VR technology. These studies emphasised the transformative potential of digital platforms in reinventing traditional forms of pilgrimage and developing a sense of religious connection in an increasingly digital environment.

Cultural Heritage and Identity

Oteros-Rozas et al. (2018) examined the interaction between social media, cultural heritage, and identity formation. They emphasised how platforms allow users to share and commemorate cultural practices, artefacts, and monuments,



especially sacred locations such as Ayodhya. These studies emphasised the significance of digital platforms in preserving cultural heritage and instilling a sense of collective identity in diverse societies. Jamil et al. (2022) investigated the function of social media in promoting community involvement and participation. They discussed how platforms allow users to interact with others who share their interests and mobilise behind common objectives, including religious and cultural projects.

Cultural Identity in Digital Spaces

The fluid, hybrid, and performative character of identity in digital settings is highlighted by contemporary theories of digital religion and cultural identity (Evolvi, 2022). By enabling people to navigate international religious discourses while preserving their local cultural links, social media platforms play a significant role in the negotiation of religious and cultural identities. An emerging topic of study called “digital religion” examines how religious communities, practices, and beliefs interact with digital technology (Lövheim and Campbell, 2017). In this sense, cultural identity refers to how people collectively see themselves in digital spaces based on their ethnicity, nationality, language, and religious affiliations. Online religious and cultural identity construction, negotiation, and expression are greatly influenced by social media platforms (Campbell, 2013). According to Campbell’s “Religious-Social Shaping of Technology” (RSST) paradigm (2010), religious organizations actively influence how technology is used in accordance with their cultural and theological beliefs rather than passively embracing it. The idea of cultural identity in digital settings is being studied more and more from the perspectives of fluidity and hybridity (Al Zidjaly, 2019). As users balance local, national, and international ties, cultural identity in this sense becomes more complex and flexible. Social media in particular enables people to create hybrid identities by fusing elements of their cultural and religious heritage with globalized values and customs (Chayko, 2020). Facebook**, Instagram**, Twitter, and other social media sites have grown to be significant venues for the performance and negotiation of cultural and religious identities. The use of social media by Muslim youth in Southeast Asia to interact with Islamic teachings and discuss religious authority is examined (Lim, 2005). Hutchings (2011) investigates how Christian identity is expressed through digital media, especially in evangelical settings. Hoover (2016) argued that the conventional ideas of religious validity and authority may be called into question by digital religion. Digital media, not only transforms how people express who they are, but it also puts into question the conventional frameworks used to create cultural and religious identities (Campbell and Vitullo, 2016). Social media platforms have become important venues for negotiating cultural and religious identities. Through social media, public personas can be created that are influenced by cultural and religious standards as well as the performance demands of online audiences. Knott (2015) emphasizes that because social media is public, users must negotiate both religious and secular audiences, which intensifies the performance of religious



identity. As people maintain their public and private personas in digital spaces, this performative element of digital religion is consistent with Goffman's (1959) concept of the "presentation of self" in daily life (Goffman, 2023).

The Role of Photographs in Emotional Expression

Photographs have become a powerful tool for expressing emotions on social media. Studies have shown that images often convey feelings more effectively than text alone, allowing users to share their experiences in a more nuanced and immediate way (Zappavigna, 2016). The visual nature of photographs provides an instant, visceral connection, enabling users to communicate a wide range of emotions, from joy and excitement to sorrow and anger. One significant aspect is the role of selfies in emotional expression. Selfies, which became increasingly popular during this period, offer a means for individuals to present themselves and their feelings in a controlled and curated manner. Pounders et al. (2016) highlighted that selfies are often utilized to project positive emotions and to receive validation through likes and comments, thereby reinforcing users' emotional states and social connections. Photographs on social media are effective tools for expressing emotions (Highfield & Leaver, 2016). Sherlock & Wagstaff (2019) conducted a study indicating that users on platforms such as Instagram** frequently submit photographs that represent their current emotional states. The study discovered that photographs representing nature, selfies, and ordinary activities are regularly utilized to indicate joy, whereas darker, less colorful images are frequently connected with sadness or reflection. The visual aesthetics of an image, including color, brightness, and composition, are critical in conveying the intended emotion. The integration of visual and verbal data provides a comprehensive perspective on emotional expression. For example, by merging picture recognition algorithms with natural language processing techniques, researchers may match the visual content of photographs with the hashtags that accompany them. Zhao et al. (2019) identified that multi-modal analysis enhances emotion identification accuracy and offers deeper insights into how users express and perceive emotions on social media. Instagram**'s emphasis on visual material has given it a distinctive venue for emotional expression (Lim & Childs, 2020). Photographs can convey a broad spectrum of emotions without the need for verbal expression. Visual signals in images, such as facial expressions, colors, and environmental features, have an important role in emotional communication (Ko, 2018). Warm colors such as red and yellow are frequently connected with enthusiasm and excitement, whereas colder tones such as blue and grey might indicate sadness or peacefulness.

The platform's features, including Stories, Reels, and enhanced hashtag functionality, have augmented users' ability to share and discover content. Cuevas-Molano et al. (2021) found that Instagram**'s expanding features have enhanced user engagement and expanded the ways people express their cultural identities and opinions. Instagram** photos continue to be a popular way to convey feelings and cultural connections (Sheldon et al., 2017). The combination of powerful photo-



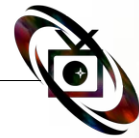
editing tools with augmented reality capabilities has improved the quality and impact of visual information. Bertrand et al. (2021) investigated how technological developments enable users to create more compelling visual narratives with greater emotional resonance.

Captions and hashtags boost the emotional impact of Instagram** photos (Giannoulakis & Tsapatsoulis, 2016). Captions add context and personal reflections that enhance visual content, but hashtags connect posts to larger subject communities. This dual method allows users to express their feelings more fully (Barnwell et al., 2023). For instance, a photograph of a sunset may be accompanied by a commentary reflecting on a serene moment, along with hashtags to engage users who share comparable sentiments. The utilization of hashtags fosters community development and social support on Instagram** (Thomas et al., 2020). By using certain hashtags, users can identify and connect with others who share similar experiences or thoughts. This is especially visible in support forums for mental health, where people share their experiences and receive encouragement from others. Instagram**'s synergy of images and hashtags boosts the depth of emotional expression (Li & Xie, 2020). Lee & Chau (2018) note that the use of visual and textual elements enables a diverse portrayal of emotions. Instagram** uses hashtags to establish emotional communities. McLean & Wilson (2016) identified that users often establish virtual support networks founded on shared experiences and emotion. The convergence of social media and cultural heritage is becoming an increasingly relevant field of study, particularly in terms of understanding how people express their feelings and opinions on various platforms (Bouadjenek et al., 2016). Instagram**, a visual content platform, offers a unique environment for users to publish photos that express their personal and communal identities (Adami & Jewitt, 2016). Fisher (2016) investigated how Instagram** users may construct a curated visual narrative, rendering it an effective instrument for articulating emotions and cultural sentiments. Instagram** hashtags help to organize material, improve discoverability, and connect individuals with similar interests (Gon, 2021).

Instagram** photos are an effective means of conveying emotions (Au & Chew, 2017). Manikonda et al. (2015) investigated in their study that photographs accompanied by hashtags and descriptions provide context that aids in the comprehension of the sentiment behind the post. Instagram** remains an effective medium for visual storytelling and cultural expression (Bainotti et al., 2021).

Hashtags in Emotional and Social Communication

Hashtags serve as a crucial mechanism for categorizing and amplifying the reach of emotional content. They enable users to tag their photographs with relevant keywords, making their posts discoverable by a broader audience who shares similar interests or experiences (Yang et al., 2016). Hashtags such as #love, #happy, #sad, and #blessed have become commonplace, reflecting a wide spectrum of emotions. Beyond individual expression, hashtags also facilitate community building and collective emotional experiences. For example, De Blasio & Selva (2019)



found that during significant events or crises, individuals utilize hashtags to share their feelings and seek solidarity. This communal aspect of hashtags helps individuals feel connected to a larger group, providing emotional support and fostering a sense of belonging.

Emotional Dynamics and Audience Engagement

Social media platforms are intended to foster interaction, and the emotional content of posts frequently influences the level of engagement they receive. Rietveld et al. (2020) found that emotionally charged photographs, particularly those tagged with popular hashtags, generate heightened levels of engagement in the form of likes, shares, and comments. This involvement not only reflects, but also intensifies the emotional tone of social media platforms. Users often construct their messages to evoke specific replies, resulting in a feedback cycle wherein emotional expression and audience reaction continue to affect one another. This dynamic can have both positive and negative consequences, as it may result in enhanced emotional validation or, conversely, contribute to emotional discomfort if predicted engagement levels are not exceeded (Stsiampkouskaya et al., 2021).

Research Methodology

The research technique for analysing Instagram** hashtag data connected to #RamMandir, #RamTemple, and #Ayodhya #AyodhyaDham was modified to fit the specific context of religious and cultural discourse around these hashtags. The new methodology sought to collect and analyse user-generated material and engagement relevant to these religious themes on social media platforms.

The study focused on hashtags directly related to the Ram Mandir or Ram Temple in Ayodhya, such as #RamMandir, #RamTemple, and #Ayodhya #AyodhyaDham. These hashtags were chosen because they are directly relevant to the religious and cultural significance of Ayodhya's Ram Mandir. These hashtags are commonly used in public discourse surrounding the temple's construction and related events, making them ideal for capturing a comprehensive range of user-generated content and engagement on Instagram**. The selection was further guided by an initial review of popular Instagram** posts to ensure the chosen hashtags were highly active, indicative of ongoing discussions, and reflective of public sentiment. Due to its distinctive features, vast user base, and diverse demographic, Instagram** was chosen as the platform for this study's analysis of #RamMandir engagement patterns. Instagram**'s ability to accommodate a wide variety of content types makes it a platform that is well-suited for researching engagement trends related to visually oriented subjects. Instagram** has more than 1 billion active users, which gives it a large sample size and a diverse demographic that fits the study's target audience. Instagram**'s real-time data, engagement metrics, and hashtag-driven discussions allow for thorough analysis. Instagram**'s emotional



resonance, community building, and influencer culture also offer more profound insights into sentiment and public opinion. Instagram**'s visual emphasis and younger audience make it a better platform for researching #RamMandir engagement patterns than Twitter and Facebook**. Utilizing Instagram**'s advantages, this study offers valuable information about sentiment, public opinion, and community development regarding #RamMandir.

Instagram** hashtag data was acquired via the platform's API, with a focus on public posts containing the selected hashtags. The data was collected until 15th May 2024 available on Instagram**. This allowed for the retrieval of a wide range of user-generated content connected to conversations, events, and attitudes around the Ram Mandir and Ram Temple in Ayodhya. Rigorous validation procedures were put in place to assure the dataset's accuracy and authenticity. This includes checking the relevance of posts to the given hashtags, as well as looking for any irrelevant or unrelated content that could distort the results. The investigation focused mostly on quantitative measures, such as the number of posts, likes, comments, and shares linked with each hashtag. This quantitative data provided insights into the volume and reach of Instagram** discussions about the Ram Mandir and Ram Temple, showing user engagement trends and patterns. Multiple validation stages were used to reduce the possibility of biases in the data collection process. To guarantee relevance to the hashtags, posts were first methodically vetted, eliminating any information that was thought to be irrelevant or promotional. Additionally, content was sampled from a variety of accounts to prevent over-representation of user categories or geographical areas. This study reflects a defined timeframe without selective post-hoc sampling because the data collection was restricted to public posts to protect user privacy. Only posts that were accessible at the time of data collection were included.

A thematic analysis method was used to discover recurring themes, subjects, and storylines in the hash-tagged content. This qualitative investigation revealed a wide range of viewpoints, ideas, and discussions about the religious and cultural significance of the Ram Mandir and Ram Temple. In terms of data interpretation, both qualitative and quantitative methods were applied to minimize subjective biases.

Findings and Analysis

The dataset includes hashtags, and the number of Instagram** posts associated with them, with an emphasis on travel and places, particularly Ram Mandir. Below is a more in-depth analysis of these hashtags, grouped into larger categories to help facilitate an understanding of their popularity and details in ascending order (Table 1).



Table 1. Hashtags and occurrences

Sr. No.	Hashtags	Occurrences (Posts)
1	#hindu	20212015
2	#Ram	16855187
3	#ShriRam	16005196
4	#bhakti	7395570
5	#Ayodhya	4780628
6	#darshan	4042518
7	#RamMandir	2842920
8	#shreeram	2775886
9	#RamMandirAyodhya	1711230
10	#ayodhyarammandir	1397852
11	#Sprituality	1083462
12	#JaiSiyaRam	899129
13	#rambhakt	760533
14	#Aarti	484831
15	#AyodhyaDham	237347
16	#RamLala	224374
17	#Ayodhawale	155589
18	#Ramlalla	135591
19	#Ramtemple	93459
20	#RamMandirPranPrathistha	88489
21	#AyodhyaRamTemple	75095
22	#Ayodhyaji	62717
23	#Ayodhyarammandirnirman	61965
24	#rammandirsong	56563
25	#ramamndirstatus	37129
26	#rammandirbhumiujan	28088
27	#rammandirinaugration	27112
28	#AyodhyaTemple	22412
29	#kanakbhawan	20303
30	#rammandirayodhya	16553
31	#RamLallaVirajman	15275
32	#rammandiroopening	13567
33	#KanakBhawanAyodhya	11571
34	#HarDilAyodhya	11306
35	#rammandirnirman	10910
36	#rammandir2024	10910
37	#RamLallaPranpratishta	8520
38	#rammandirnidhisamarpan	5159
39	#rammandirreels	5127



40	#rammandirtrust	4002
41	#rammandirnews	3985
42	#rammandirscam	2536
43	#rammandir4bharat	1807
44	#RamlallaDarshan	1317
45	#RamKeDarshan	104

Thematic Analysis of Instagram** Hashtags Related to Ram Mandir and Ayodhya:

Thematic analysis of the Instagram** hashtags related to Ram Mandir and Ayodhya has been given below in the dominant themes and emerging themes.

Dominant Themes: This section provides the hashtags that are dominant and highly used on Instagram**. The dominant themes in this study are religious significance and devotion, focus on Ayodhya and Ram Mandir, specific aspects of the Ram Mandir, spiritual practices and experiences, localized and niche interests, events and campaigns, and social and cultural commentary, which are discussed below.

Religious Significance and Devotion

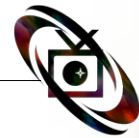
Hashtags: #ShriRam (16,005,196 posts), #Ram (16,855,187 posts), #Hindu (20,212,015 posts), #Bhakti (7,395,570 posts). Hashtags such as #Ram (16,855,187 posts), #ShriRam (16,005,196 posts), and #Hindu (20,212,015 posts) have a high degree of interaction, demonstrating the deep religious significance and devotion to Lord Ram and Hinduism. These tags are frequently used in postings commemorating religious holidays, ceremonies, and personal demonstrations of faith. The significant number of postings using these hashtags implies a great emphasis on religious devotion and Lord Ram's cultural significance. These hashtags demonstrate broad reverence for Ram and his essential role in Hindu worship and identity.

Focus on Ayodhya and Ram Mandir

The hashtags #Ayodhya (4,780,628 posts), #RamMandir (2,842,920 posts), #RamMandirAyodhya (1,711,230 posts), and #AyodhyaRamMandir (1,397,852 posts) emphasize the importance of Ayodhya as a sacred city and the Ram Mandir as a significant religious site. The number of posts demonstrates a strong interest in and participation in the ongoing activities in Ayodhya, as well as the construction of the Ram Mandir.

Specific Aspects of the Ram Mandir

The hashtags #RamMandirPranPrathistha (88,489 posts), #rammandirinauguration (27,112 posts), #rammandirbhumipujan (28,088 posts), and #RamLallaVirajman (15,275 posts) identify significant events and milestones in the Ram Mandir's construction and consecration. The levels of participation indicate that the public is interested in the temple's establishment procedures and ceremonies.



Spiritual Practices and Experiences

Popular hashtags #Aarti (484,831 posts) and #Darshan (4,042,518 posts) indicate that spiritual practices like Aarti and seeking Darshan (divine sight) are important for devotees. These practices are fundamental to the religious experience and are regularly discussed on social media.

Localized and Niche Interests

The hashtags #Ayodhyaji (62,717 posts), #KanakBhawanAyodhya (11,571 posts), and #AyodhyaTemple (22,412 posts) reflect interest in specific areas within Ayodhya, implying that users are also interested in investigating and photographing lesser known but culturally significant sites.

Events and Campaigns

The hashtags #rammandirsong (56,563 posts), #rammandirreels (5,127 posts), and #rammandirnews (3,985 posts) show how events, media coverage, and social media trends surrounding the Ram Mandir are engaging the audience. They demonstrate how modern modes of communication and entertainment are linked with traditional religious ceremonies.

Social and Cultural Commentary

Insightful hashtags #rammandirscam (2,536 posts) The presence of this hashtag indicates that there are ongoing discussions and potentially controversies around the Ram Mandir's construction. It denotes a space where critical and investigative conversation takes place.

Emerging Themes: The emerging themes, such as pride and identity, promotion, and support, identified in this study are discussed below.

Pride and Identity

The hashtags #RamKeDarshan and #HarDilAyodhya demonstrate the pride and identity associated with the Ram Mandir and Ayodhya. They suggest a communal cultural consciousness and a unified identity for the Hindu community.

Promotional and Supportive Hashtags

Hashtags #rammandirnidhisamarpan and #rammandirtrust refer to efforts and actions aimed at raising support and finances for the Ram Mandir. They demonstrate a concerted effort to incorporate the community in the temple's construction and upkeep. Thematic analysis of hashtags related to Ram Mandir and Ayodhya reveals a multifaceted fabric of religious devotion, cultural identity, and social involvement. The high level of involvement with these hashtags emphasises the centrality of Ayodhya and the Ram Mandir in modern Hindu awareness, indicating both popular devotional practices and the religious symbols' larger cultural relevance.

The huge popularity of hashtags such as #Ram (16,855,187 posts) and #ShriRam (16,005,196 posts) demonstrates a deep cultural and religious devotion to Lord Ram. These hashtags represent not only individual acts of worship but also



a cultural identity founded in Hindu traditions. The level of participation shows that Lord Ram holds a central role in millions of people's spiritual life, functioning as a symbol of morality, responsibility, and righteousness. The creation of the Ram Mandir is a source of communal pride, as indicated by hashtags like #RamMandir (2,842,920 posts), #RamMandirAyodhya (1,711,230 posts), and #Ayodhyarammandir (1,397,852 posts). These tags underline both the temple's symbolic and physical significance. The frequent debates and updates posted under these hashtags demonstrate a shared commitment to the temple's progress, highlighting its significance as a unifying project for the Hindu community. Hashtags like #RamLala (224,374 posts) and #Darshan (4,042,518 posts) focus on the pilgrimage aspect, with devotees expressing their spiritual experiences and moments of worship. This suggests that the Ram Mandir is more than just a religious site; it is also a destination for personal spiritual journeys, encouraging pilgrims to feel connected and fulfilled. The widespread use of #Bhakti (7,395,570 posts) and #Spirituality (1,083,462 posts) indicates a strong devotional culture centered on the Ram Mandir. These hashtags represent the greater *bhakti* movement, which is defined by personal devotion and direct interaction with the holy. The active engagement of the community in these conversations highlights the temple's role in sustaining and nurturing devotional traditions.

Hashtags like #RamMandirPranPrathistha (88,489 posts) and #RamMandirBhumipujan (28,088 posts) highlight important religious rites and milestones in the temple's development. These events are significant in the liturgical calendar and receive considerable attention, demonstrating that the community wants to acknowledge and celebrate progress in a systematic and ceremonial manner. The widespread interest in #Ayodhya (4,780,628 posts) and #AyodhyaDham (237,347 posts) demonstrates the city's long-standing cultural and religious significance. Ayodhya, as the birthplace of Lord Ram, has a spiritual significance that resonates emotionally with followers. This relationship to the site highlights the temple's cultural and historical importance. Hashtags such as #RamMandirOpening (13,567 posts) and #RamMandir2024 (10,910 posts) highlight the community's eagerness and forward-thinking engagement. These tags imply excitement for future events and milestones, reflecting a continual investment in the temple's future and its significance in the community's spiritual life. Despite fewer posts, hashtags such as #RamKeDarshan (104 posts) highlight personal narratives and testimonies, allowing a window into individual pilgrimages and spiritual experiences. These stories provide a personal dimension to the larger communal conversation, supplementing it with private reflections and experiences.

Less prevalent hashtags, such as #RamMandirTrust (4,002 posts) and #RamMandirScam (2,536 posts), highlight administrative and contentious aspects of the temple's development. These discussions indicate a level of scrutiny and debate, reflecting the intricacies and challenges inherent in such a large enterprise. This study shows a deep and varied interest in religious devotion, cultural identity,



and community involvement. The Ram Mandir project's immense significance is demonstrated by the community's passionate participation in a range of activities, from spiritual experiences to construction updates. This engagement strengthens the temple's standing as a pillar of contemporary Hindu devotion by fostering a shared cultural identity and preserving a vibrant dialogue that encompasses individual experiences, ceremonial milestones, and future expectations.

Discussion

Thematic analysis of Instagram** hashtags associated with Ram Mandir and Ayodhya indicates a complex interplay of religious, cultural, and social forces among the Hindu community. The engagement patterns demonstrate not only the depth of devotion, but also the Ram Mandir project's cultural relevance. The use of hashtags like #Ram and #ShriRam suggests that Lord Ram is an important figure in Hindu devotion and cultural identity. This high degree of participation emphasizes the role of religious leaders in preserving cultural continuity and communal harmony. The widespread usage of these hashtags implies a shared identity that crosses geographic and demographic boundaries, bringing followers together in a communal display of faith. The broadly use of construction-related hashtags such as #RamMandir and #RamMandirAyodhya demonstrates the community's active involvement in the temple's development. Instagram** and other social media platforms are critical for spreading information, exchanging updates, and developing a sense of community. This digital participation complements conventional modes of engagement, providing a hybrid paradigm of community contact that is both instant and far-reaching.

The emphasis on pilgrimage and personal experiences, as evidenced by hashtags such as #Darshan and #RamLala, emphasizes Ram Mandir's status as a pilgrimage destination. Sharing personal spiritual journeys on social media allows people to connect with a larger audience, creating a sense of shared experience and community support. These narratives personalize the community's religious experience, increasing its depth and authenticity. The focus on specific events and milestones, such as #RamMandirPranPrathista and #RamMandirBhumipujan, highlights the significance of ceremonial activities in religious practice. These hashtags represent the community's desire to commemorate major milestones in the temple's construction, as well as a planned approach to religious observance that blends traditional rites with modern forms of celebration.

The expectation of future events, as seen by hashtags such as #RamMandirOpening and #RamMandir2024, reflects a positive and forward-thinking communal outlook. This forward movement is critical for maintaining engagement and instilling a sense of continual participation. The excitement for upcoming milestones reveals that the Ram Mandir project is not merely a religious undertaking but also a symbol of hope and progress for its devotees. The use of hashtags like #RamMandirScam and #RamMandirTrust demonstrates



the project's multidimensional discourse, which includes examination and debate. These debates emphasize the issues and conflicts that can arise when large-scale religious undertakings are undertaken, demonstrating the importance of critical participation in ensuring transparency and accountability. Such hashtags suggest that, while the project is widely acclaimed, it is equally open to public scrutiny and debate.

The analysis of Instagram** hashtags related to Ram Mandir and Ayodhya provides a thorough insight into the community's involvement in this crucial religious initiative. The high levels of participation across multiple themes, from religious practices and construction updates to personal tales and future expectations, showcase the temple's diverse impact on the Hindu community. This involvement exemplifies a dynamic interplay of tradition and modernity, with social media serving as a vital instrument for strengthening communal bonds, sharing information, and maintaining religious fervour. The continuous discussion, which includes both joyful and critical viewpoints, emphasizes the project's complexity and the community's active engagement in crafting its narrative. Our study on #RamMandir symbolizes the Ayodhya Ram Temple movement and unites Hindus worldwide by illustrating the intricate interplay of religion, politics, and nationalism on social media. The current study provokes discussions on secularism and religious freedom while reflecting nationalist feelings by associating Hinduism with Indian identity. The study provides examples of how social media hashtags are a crucial digital artifact of modern Hindu nationalism, shaping and reflecting religious identity, cultural narratives, and sociopolitical discourse.

Conclusion

The examination of Instagram** hashtags related to Ram Mandir and Ayodhya reveals a profound and multifaceted involvement among users, reflecting the historical project's religious, cultural, and social significance. The analysis of hashtag usage sheds light on the community's collective identity, devotional practices, and the ways in which social media platforms support contemporary displays of religion and engagement. Hashtags are widely utilized, expressing significant veneration for Lord Ram and a shared cultural identity that unites the Hindu population globally. The extensive usage of hashtags demonstrates the community's active interest and involvement in the temple's construction, highlighting the project's importance as a unifying initiative. Engagement with hashtags underscores Ram Mandir's position as a pilgrimage site, demonstrating how personal spiritual experiences are shared and celebrated throughout the community. The emphasis on specific milestones via hashtags such as #RamMandirPranPrathista and #RamMandirBhumipujan demonstrates the community's devotion to recognizing and commemorating major events in the temple's history. Hashtags such as #RamMandirOpening and #RamMandir2024 demonstrate the community's progressive viewpoint and excitement about future milestones, indicating ongoing



interest and involvement. The prevalence of hashtags such as #RamMandirScam and #RamMandirTrust demonstrates that the project's discourse has both critical and managerial components, indicating a need for transparency and accountability.

The results of this study provide significant new insights into the intersection of religion, culture, and technology, and greatly enhance our understanding of hashtag-driven religious communication on Instagram**. This research specifically utilizes social identity theory to demonstrate how hashtags like #RamMandir help users feel that they belong and form their religious identities. Our research examines how Instagram**'s online discourse shapes cultural narratives and transforms traditional ideas of faith and spirituality through the lens of cultural studies. Additionally, by examining the transformative effects of technology on religious practices, expression, and representation, the current study addresses the field of digital humanities. This present study offers a comprehensive view of the intricate dynamics governing online religious communication by merging these theoretical frameworks.

Implications

Findings of the present research study illustrates how social media can serve as a significant medium for religious and cultural expression, enabling a synthesis of traditional devotion and technological engagement. The extensive use of hashtags related to Ram Mandir and Ayodhya illustrates that digital platforms can aid in fostering community relationships, disseminating information, and facilitating collective participation in significant cultural initiatives.

Theoretical implications

The investigation of Instagram** hashtags relating to the Ram Mandir and Ayodhya has various theoretical implications, particularly in the domains of digital religion, cultural studies, and social identity theory. The findings indicate that social media has facilitated a transition in religious practices, which aligns with digital religion theories that underscore how digital platforms reshape worship and devotion. The use of culturally pertinent hashtags reflects the construction and reinforcement of cultural identity, supporting cultural studies perspectives on the role of media in shaping collective identities. Engagement with specific events and anniversaries illustrates the preservation of collective memory through digital platforms, highlighting social media's significance in generating and sustaining cultural narratives. Additionally, the sense of belonging and group cohesion generated by these hashtags is in accordance with social identity theory, suggesting that social media fosters group identification and solidarity. The concept of digital pilgrimage emerges, expanding traditional definitions of pilgrimage to include virtual participation.

Moreover, the availability of critical interaction and public discourse on social media substantiates concepts of networked publics and participatory culture, illus-



trating that digital platforms facilitate debate and diverse opinions. The current research contributes significantly to the body of knowledge regarding how text and visual cues interact to shape religious narratives and user engagement. It also clarifies the significant influence of social media on religious practices, cultural identity, and community involvement in the digital age. Through the integration of theoretical frameworks such as framing theory and social identity theory, the current study elucidates the intricate dynamics of religious communication driven by hashtags, revealing how hashtags influence public discourse, community development, and the formation of religious identities. The study demonstrates how hashtags foster community cohesion, assist in establishing and performing religious identities, and impact public discourse on faith and spirituality. The study's conclusion underscores the transformative power of social media in reshaping religious landscapes and urges scholars to re-evaluate traditional notions of religion, community, and cultural identity in the digital age.

Practical implications

The research offers valuable new perspectives on religious communication online, emphasizing the influence of hashtags on public discourse, community development, and the formation of religious identity. The findings underscore the importance for religious groups to effectively utilize social media, demonstrating how hashtag-driven engagement patterns influence offline religious activities. The findings of the current study provide practical recommendations for stakeholders based on the key findings. Religious groups can leverage hashtags for outreach, platforms and policymakers should regulate hate speech and encourage inclusive dialogue, and religious organizations can design targeted social media strategies. Our study offers direction for further understanding the dynamics of online religious communication. Future research could explore user interaction patterns, sentiment analysis, and network analysis.

Managerial implications

The research of Instagram** hashtags relating to Ram Mandir and Ayodhya has important management implications for organisations, religious institutions, and community leaders. Insights from popular hashtags can be utilized to inform content creation strategies, enabling more meaningful engagement with followers on topics such as religious devotion and cultural identity. Organizations can employ hashtags as conversation starters to initiate dialogue and address community concerns, thereby enhancing engagement and fostering a sense of belonging. Additionally, hashtags can be leveraged to promote events, manage crises, and monitor reputation, enabling organizations to more effectively manage their online presence and respond to public sentiment. Moreover, social media serves as a platform for engaging with stakeholders, promoting cultural heritage, and anticipating future trends, enabling organizations to strengthen relationships and adapt their strategies to meet the evolving needs of their audience. Overall, these implications highlight



the value of using social media as a tool for engagement, communication, and community development in the digital age.

Limitations and Scope of Future Research

Although the present study elucidates on the engagement patterns and thematic trends of Instagram** hashtags relating to the Ram Mandir and Ayodhya, it is not without limits. To begin with, the analysis is confined to Instagram** data, which may not encompass all the online discourse surrounding the topic. This study is based on the data available from Instagram** over a specific time period. Future research could expand the scope to include other social media platforms, such as Twitter, YouTube, and Facebook**, as well as online forums, to provide a more comprehensive understanding of community interaction. Moreover, the study primarily focuses on a quantitative analysis of hashtag usage, which may overlook the nuanced qualitative elements of discussions. To gain a more comprehensive understanding of users' motives and perspectives, future research could incorporate qualitative methodologies such as content analysis or interviews. Additionally, the study centers on user-generated content rather than the impact of organizational or institutional accounts. Future research could explore the role of official accounts and influencers in shaping online discussions and community engagement. Finally, due to the dynamic nature of social media, the findings are subject to change over time. Future research could incorporate longitudinal studies that analyse changes in engagement patterns and thematic trends over time.

Overall, while the present research illuminates on the digital discourse surrounding Ram Mandir and Ayodhya, there is significant potential for future research to further investigate and contextualize these findings within the broader landscape of online communication and community participation. Further research should investigate the effects of social media use on offline religious activities and community cohesion. Moreover, examining the role of social media in shaping public opinion and discourse regarding contentious aspects of the Ram Mandir project could offer deeper insights into the complexities of modern religious movements.

References | Список литературы

- Adami, E., & Jewitt, C. (2016). Special Issue: Social media and the visual. *Visual Communication*, 15(3), 263–270. <https://doi.org/10.1177/1470357216644153>
- Al Zidjaly, N. (2019). Society in digital contexts: New modes of identity and community construction. *Multilingua*, 38(4), 357–375. <https://doi.org/10.1515/multi-2018-0042>
- Au, A., & Chew, M. (2017). How Do You Feel? Managing Emotional Reaction, Conveyance, and Detachment on Facebook** and Instagram**. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 37(3), 127–137. <https://doi.org/10.1177/0270467618794375>



- Bainotti, L., Caliandro, A., & Gandini, A. (2021). From archive cultures to ephemeral content, and back: Studying Instagram** Stories with digital methods. *New Media & Society*, 23(12), 3656–3676. <https://doi.org/10.1177/1461444820960071>
- Barnwell, A., Neves, B. B., & Ravn, S. (2023). Captured and captioned: Representing family life on Instagram**. *New Media & Society*, 25(5), 921–942. <https://doi.org/10.1177/14614448211012791>
- Baulch, E., & Pramiyanti, A. (2018). Hijabers on Instagram**: Using Visual Social Media to Construct the Ideal Muslim Woman. *Social Media + Society*, 4(4), 2056305118800308. <https://doi.org/10.1177/2056305118800308>
- Bertrand, S., Vassiliadi, M., Zikas, P., Geronikolakis, E., & Papagiannakis, G. (2021). From Readership to Usership: Communicating Heritage Digitally Through Presence, Embodiment and Aesthetic Experience. *Frontiers in Communication*, 6, 676446. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2021.676446>
- Bideci, M., & Bideci, C. (2024). Moving Pilgrimage into the Virtual Realm: Understanding the Advantages and Complexities of Immersive Technologies. In D. Liutikas & R. Raj (Eds.), *CABI Religious Tourism and Pilgrimage Series* (pp. 82–93). CABI. <https://doi.org/10.1079/9781800623675.0007>
- Bouadjenek, M. R., Hacid, H., & Bouzeghoub, M. (2016). Social networks and information retrieval, how are they converging? A survey, a taxonomy and an analysis of social information retrieval approaches and platforms. *Information Systems*, 56, 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.is.2015.07.008>
- Campbell, H. A. (2013). Religion and the Internet: A microcosm for studying Internet trends and implications. *New Media & Society*, 15(5), 680–694. <https://doi.org/10.1177/1461444812462848>
- Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2020). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(1), 5–17. <https://doi.org/10.1002/hbe2.149>
- Campbell, H. A., & Vitullo, A. (2016). Assessing changes in the study of religious communities in digital religion studies. *Church, Communication and Culture*, 1(1), 73–89. <https://doi.org/10.1080/23753234.2016.1181301>
- Chayko, M. (2020). *Superconnected: The internet, digital media, and techno-social life*. SAGE Publications, Incorporated.
- Chukwuma, O. (2018). An exploratory analysis of religious communication and practices in the era of digital communication platforms. *International Journal of Information Technology Insights & Transformations*, 2(1), 8–21.
- Cuevas-Molano, E., Matosas-Lopez, L., & Bernal-Bravo, C. (2021). Factors Increasing Consumer Engagement of Branded Content in Instagram**. *IEEE Access*, 9, 143531–143548. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3121186>
- De Blasio, E., & Selva, D. (2019). Emotions in the Public Sphere: Networked Solidarity, Technology and Social Ties. In B. Fox (Ed.), *Emotions and Loneliness in a Networked Society* (pp. 13–44). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-24882-6_2
- De Paola, J., Hakoköngäs, E. J., & Hakanen, J. J. (2022). #Happy: Constructing and Sharing Everyday Understandings of Happiness on Instagram**. *Human Arenas*, 5(3), 469–487. <https://doi.org/10.1007/s42087-020-00149-z>
- Dobrin, D. (2020). The Hashtag in Digital Activism: A Cultural Revolution. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 5(1), 03. <https://doi.org/10.20897/jcasc/8298>



- Döveling, K., Harju, A. A., & Sommer, D. (2018). From Mediatized Emotion to Digital Affect Cultures: New Technologies and Global Flows of Emotion. *Social Media + Society*, 4(1), 2056305117743141. <https://doi.org/10.1177/2056305117743141>
- Evolvi, G. (2022). Religion and the internet: Digital religion, (hyper)mediated spaces, and materiality. *Zeitschrift Für Religion, Gesellschaft Und Politik*, 6(1), 9–25. <https://doi.org/10.1007/s41682-021-00087-9>
- Fisher, J. (2016). Curators and Instagram**: Affect, Relationality and Keeping in Touch. *Journal of Curatorial Studies*, 5(1), 100–123. https://doi.org/10.1386/jcs.5.1.100_1
- Giannoulakis, S., & Tsapatsoulis, N. (2016). Evaluating the descriptive power of Instagram** hashtags. *Journal of Innovation in Digital Ecosystems*, 3(2), 114–129. <https://doi.org/10.1016/j.jides.2016.10.001>
- Goffman, E. (2023). The Presentation of Self in Everyday Life. In W. Longhofer & D. Winchester, *Social Theory Re-Wired* (3rd ed., pp. 450–459). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003320609-59>
- Gon, M. (2021). Local experiences on Instagram**: Social media data as source of evidence for experience design. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100435. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100435>
- Highfield, T., & Leaver, T. (2016). Instagram**matics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47–62. <https://doi.org/10.1080/22041451.2016.1155332>
- Hinings, B., Gegenhuber, T., & Greenwood, R. (2018). Digital innovation and transformation: An institutional perspective. *Information and Organization*, 28(1), 52–61. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2018.02.004>
- Hoover, S. M. (Ed.). (2016). *The Media and Religious Authority*. Penn State University Press. <https://doi.org/10.1515/9780271077956>
- Hudders, L., Jans, S. D., & Veirman, M. D. (2021). The Commercialization of Social Media Stars: A Literature Review and Conceptual Framework on the Strategic Use of Social Media Influencers. In *Social Media Influencers in Strategic Communication* (pp. 24–67). Routledge.
- Hutchings, T. (2011). CONTEMPORARY RELIGIOUS COMMUNITY AND THE ONLINE CHURCH. *Information, Communication & Society*, 14(8), 1118–1135. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.591410>
- Jacobsen, K. A. (2024). The ritual of *parikramā*, Hinduization of space and the case of Ayodhyā. *Contemporary South Asia*, 32(1), 54–65. <https://doi.org/10.1080/09584935.2023.2280988>
- Jamil, K., Dunaan, L., Gul, R. F., Shehzad, M. U., Gillani, S. H. M., & Awan, F. H. (2022). Role of Social Media Marketing Activities in Influencing Customer Intentions: A Perspective of a New Emerging Era. *Frontiers in Psychology*, 12, 808525. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.808525>
- Jones, A. R., & Lee, S.-E. (Joy). (2022). Factors Influencing Engagement in Fashion Brands' Instagram** Posts. *Fashion Practice*, 14(1), 99–123. <https://doi.org/10.1080/17569370.2021.1938820>
- Kapur, R. (2024). The Ayodhya case, freedom of religion, and the making of modernist 'Hinduism.' *Contemporary South Asia*, 32(1), 10–25. <https://doi.org/10.1080/09584935.2023.2227127>
- Knott, K. (2015). *The Location of Religion: A Spatial Analysis* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315652641>



- Ko, B. (2018). A Brief Review of Facial Emotion Recognition Based on Visual Information. *Sensors*, 18(2), 401. <https://doi.org/10.3390/s18020401>
- Lee, C., & Chau, D. (2018). Language as pride, love, and hate: Archiving emotions through multilingual Instagram** hashtags. *Discourse, Context & Media*, 22, 21–29. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2017.06.002>
- Li, Y., & Xie, Y. (2020). Is a Picture Worth a Thousand Words? An Empirical Study of Image Content and Social Media Engagement. *Journal of Marketing Research*, 57(1), 1–19. <https://doi.org/10.1177/0022243719881113>
- Lim, H., & Childs, M. (2020). Visual storytelling on Instagram**: Branded photo narrative and the role of telepresence. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 14(1), 33–50. <https://doi.org/10.1108/JRIM-09-2018-0115>
- Lim, M. (2005). *Islamic radicalism and anti-Americanism in Indonesia: The role of the internet*. East-West Center.
- Lövheim, M., & Campbell, H. A. (2017). Considering critical methods and theoretical lenses in digital religion studies. *New Media & Society*, 19(1), 5–14. <https://doi.org/10.1177/1461444816649911>
- McLean, G., & Wilson, A. (2016). Evolving the online customer experience ... is there a role for online customer support? *Computers in Human Behavior*, 60, 602–610. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.084>
- Munuku, A. W., Mberia, P. H., & Ndavula, D. J. (2017). Influence of the hashtag context on public opinion formation on sociopolitical issues in Kenya. *Journal of Public Policy and Administration*, 2(3), 27–51.
- Omena, J. J., Rabello, E. T., & Mintz, A. G. (2020). Digital Methods for Hashtag Engagement Research. *Social Media + Society*, 6(3), 2056305120940697. <https://doi.org/10.1177/2056305120940697>
- Oteros-Rozas, E., Martín-López, B., Fagerholm, N., Bieling, C., & Plieninger, T. (2018). Using social media photos to explore the relation between cultural ecosystem services and landscape features across five European sites. *Ecological Indicators*, 94, 74–86. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2017.02.009>
- Potnis, D., & Tahamtan, I. (2021). Hashtags for gatekeeping of information on social media. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 72(10), 1234–1246. <https://doi.org/10.1002/asi.24467>
- Pounders, K., Kowalczyk, C. M., & Stowers, K. (2016). Insight into the motivation of selfie postings: Impression management and self-esteem. *European Journal of Marketing*, 50(9/10), 1879–1892. <https://doi.org/10.1108/EJM-07-2015-0502>
- Qurashi, J., & Sharpley, R. A. (2018). The Impact of SMART Media Technologies (SMT) on the Spiritual Experience of Hajj Pilgrims. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 6(3), Article 6. <https://doi.org/10.21427/9txj-2x92>
- Rao, N. (2020). Interpreting silences: Symbol and history in the case of Ram Janmabhoomi/Babri Masjid. In G. C. Bond & A. Gilliam (Eds.), *Social Construction of the Past* (1st ed., pp. 154–164). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203754412-14>
- Reinhardt, J. (2019). Social media in second and foreign language teaching and learning: Blogs, wikis, and social networking. *Language Teaching*, 52(1), 1–39. <https://doi.org/10.1017/S0261444818000356>



- Rietveld, R., Van Dolen, W., Mazloom, M., & Worrying, M. (2020). What you Feel, Is what you like Influence of Message Appeals on Customer Engagement on Instagram**. *Journal of Interactive Marketing*, 49(1), 20–53. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2019.06.003>
- Rogers, R. (2021). Visual media analysis for Instagram** and other online platforms. *Big Data & Society*, 8(1), 20539517211022370. <https://doi.org/10.1177/20539517211022370>
- Sheldon, P., Rauschnabel, P. A., Antony, M. G., & Car, S. (2017). A cross-cultural comparison of Croatian and American social network sites: Exploring cultural differences in motives for Instagram** use. *Computers in Human Behavior*, 75, 643–651. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.009>
- Sherlock, M., & Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram** use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482–490. <https://doi.org/10.1037/ppm0000182>
- Skoric, M. M., Zhu, Q., Goh, D., & Pang, N. (2016). Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *New Media & Society*, 18(9), 1817–1839. <https://doi.org/10.1177/1461444815616221>
- Stsiampkouskaya, K., Joinson, A., Piwek, L., & Ahlbom, C.-P. (2021). Emotional responses to likes and comments regulate posting frequency and content change behaviour on social media: An experimental study and mediation model. *Computers in Human Behavior*, 124, 106940. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106940>
- Thomas, V. L., Chavez, M., Browne, E. N., & Minnis, A. M. (2020). Instagram** as a tool for study engagement and community building among adolescents: A social media pilot study. *DIGITAL HEALTH*, 6, 2055207620904548. <https://doi.org/10.1177/2055207620904548>
- Toron, V. B., Waton, F. R., Dancar, A., Lelu Beding, S., & Watomakin, D. B. (2023). Integration of Digital Media in Religious Activities: Potential and Challenges for Catholic Education. *Religió Jurnal Studi Agama-Agama*, 13(2), 165–187. <https://doi.org/10.15642/religio.v13i2.2481>
- Yau, A., Marder, B., & O'Donohoe, S. (2019). The role of social media in negotiating identity during the process of acculturation. *Information Technology & People*, 33(2), 554–575. <https://doi.org/10.1108/ITP-09-2017-0305>
- Zahra, I. M. (2020). Religious Social Media Activism: A Qualitative Review of Pro-Islam Hashtags. *Journal of Arts and Social Sciences [JASS]*, 11(1), 15–29. <https://doi.org/10.53542/jass.v11i1.3894>
- Zappavigna, M. (2016). Social media photography: Construing subjectivity in Instagram** images. *Visual Communication*, 15(3), 271–292. <https://doi.org/10.1177/1470357216643220>
- Zhao, Z., Zhu, H., Xue, Z., Liu, Z., Tian, J., Chua, M. C. H., & Liu, M. (2019). An image-text consistency driven multimodal sentiment analysis approach for social media. *Information Processing & Management*, 56(6), 102097. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2019.102097>

** – A social network owned by “Meta”, which is recognized as extremist in Russia



Exploring Trends in New Media Literacy (NML) Field: A Bibliometric Analysis Using Bibliometrix R-Tool

Burak Ili

Iğdır University, Iğdır, Türkiye. Email: burakili34[at]gmail.com
ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2816-101X>

Received: 16 August 2024 | Revised: 17 October 2024 | Accepted: 26 October 2024

Abstract

In the context of rapidly evolving digital technologies, the dissemination of information in new media is accompanied by a number of challenges, including the proliferation of disinformation, fake news, and information pollution. Notwithstanding the growing importance of new media literacy (NML), its integration into educational programs and public policies remains insufficient. Moreover, research often focuses on narrow aspects or specific audiences, which limits the understanding of NML's societal impact. The objective of this study is to conduct a bibliometric analysis of extant research on new media literacy with a view to identifying key trends, research gaps and priority directions. A review of 217 publications from the Scopus database revealed that the primary research topics include the use of new media, social media, combating fake news, and fostering participatory culture. A geographic analysis identified the United States, Türkiye, and China as the countries with the most research output in this field. The study highlights the need for more in-depth educational programs, greater awareness among diverse social groups, and the use of interactive technologies to develop critical thinking skills. The findings are intended for researchers in media literacy, educators, policy-makers, and program developers interested in advancing NML and integrating it into societal and educational practices.

Keywords

Media Literacy; New Media Literacy (NML); New Media; Social Media; Fake News; Disinformation; Education; Bibliometric Analysis; Scopus; Bibliometrix



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Изучение тенденций в области новой медиаграмотности (NML): библиометрический анализ с использованием инструмента **Bibliometrix** для R

Или Бурак

Ыгдырский университет. Ыгдыр, Турция. Email: burakili34[at]gmail.com

ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2816-101X>

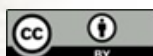
Рукопись получена: 16 августа 2024 | Пересмотрена: 17 октября 2024 | Принята: 26 октября 2024

Аннотация

В условиях стремительного развития цифровых технологий распространение информации в новых медиа сопровождается такими вызовами, как дезинформация, фейковые новости и информационное загрязнение. Несмотря на возрастающую важность новой медиаграмотности (NML), её интеграция в образовательные программы и государственную политику остаётся недостаточной, а исследования часто сосредоточены на узких аспектах или определённых аудиториях, что ограничивает понимание влияния NML на общество. Цель исследования — провести библиометрический анализ существующих исследований в области новой медиаграмотности для выявления ключевых тенденций, исследовательских пробелов и приоритетных направлений. Анализ 217 публикаций из базы данных Scopus показал, что основные темы исследований включают использование новых медиа, социальные медиа, борьбу с фейковыми новостями и развитие культуры участия. Географический анализ выявил, что США, Турция и Китай являются лидерами в данной области. Исследование подчёркивает необходимость внедрения более глубоких образовательных программ, повышения осведомлённости среди различных социальных групп и использования интерактивных технологий для развития критического мышления. Результаты адресованы исследователям, занимающимся медиаграмотностью, педагогам, политикам и разработчикам образовательных программ, заинтересованным в продвижении NML и её интеграции в общественные и образовательные практики.

Ключевые слова

медиаграмотность; новая медиаграмотность (NML); новые медиа; социальные медиа; фейковые новости; дезинформация; образование; библиометрический анализ; Scopus; Bibliometrix



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



Introduction

Media has been regarded as a significant force to be dominated and controlled by both governments and elite individuals or interest groups since it emerged. Those who recognize the power of mass communication to persuade and mobilize target audiences have made great efforts to monopolize the media and produce content and communication aligned with their interests. In this context, media literacy and new media literacy (NML) have emerged as critically important concepts for individuals to become aware of and develop resistance against these manipulative forces.

Traditionally, literacy is defined as the ability to understand and interpret a text (Kress, 2003). Historically, media literacy emerged from the idea of protecting children from the harmful effects of mass communication (Gün & Kaya, 2017). The term 'media literacy', which is considered the result of children's interactions with media during their leisure time and organized learning activities in schools, has garnered increasing global attention in recent years through policy initiatives, research projects, and educational practices (Erstad, 2010, p. 15).

The media is not only a tool that shapes culture but also constitutes culture itself (Wu & Chen, 2007). With new media technologies, the roles and experiences of users have transformed, leading to the necessity of being literate in new media environments, which are increasingly uncontrolled and susceptible to various dangers. Developments in new media technologies have also transformed the concept of literacy. As a relatively new concept and field of research, new media literacy (NML) is in a continuous process of development (Jocson, 2020, p. 49).

The subject of this research, NML encompasses a broad scope, and there is no clear consensus in the literature regarding its exact definition. NML is found to be used interchangeably and in conjunction with various concepts such as cyber literacy, social media literacy, digital literacy, information literacy, and network literacy. In this research, the concept of NML has been chosen, as it is believed to be of increasing importance and requires further contemplation now and in the future. Given the widespread use and significance of new media technologies, the need for new media literacy becomes evident. However, there are only few studies that provide a comprehensive approach to what new media literacy should be. This bibliometric study aims to examine the literature in the field of new media literacy, revealing the characteristics of existing research. The primary objectives of the current research are to understand the concept and scope of new media literacy, identify current research trends and focal points, and offer suggestions for future research areas. The longstanding inadequacy of studies on media literacy, coupled with the multifaceted and complex nature of new media, has resulted in a significant gap in this field. To address this gap and identify trends in new media literacy, this study seeks to answer the following questions:

RQ1. How is the concept of new media literacy (NML) being discussed?



RQ2. What is the distribution of research conducted on NML in terms of years, countries, authors, citations, and collaborations?

RQ3. What are the emerging topics and trends in NML research?

Literature Review

Media Literacy

Media literacy is defined as a concept and practice essential for individuals to be knowledgeable and competent in an environment filled with increasingly diverse media tools, social networks, and messages (Aufderheide, 1993). Another definition characterizes media literacy as a discipline aimed at critically examining the content and production processes of media and contributing to media production (Jolls & Wilson, 2014, p. 68). In the first half of the 20th century, in the United Kingdom, the distinction between high culture and popular culture proposed by Leavis & Thompson (1950) and taught to students can be considered the beginning of media literacy. During this period, a protective approach was adopted against the increase of popular culture in the print media era, with an aim to promote high culture (Buckingham, 2013). In the 1950s, in the United States, the concept of media literacy was introduced as the impact of mass communication tools such as radio and television on people's daily lives and education became increasingly apparent.

Interdisciplinary by nature, media literacy is associated with four fundamental theoretical approaches: (a) protecting against the negative effects of mass media, (b) challenging the dominant power of mass media, (c) understanding the constructed nature of media messages, and (d) acknowledging elements such as play, identity, voice, and subjectivity in media consumption and production practices (Hobbs, 1999). (Livingstone, Van Couvering & Thumin (2004), outlined three primary purposes of implementing media literacy: (a) promoting democracy, participation, and active citizenship, (b) enhancing competition and choices within the knowledge economy, and (c) fostering lifelong learning, cultural expression, and personal satisfaction. However, globally, the greatest obstacle threatening the future of media literacy is the perception and attitudes that it is not sufficiently prioritized or taken seriously. Some researchers view media literacy as a tool to minimize potential negative impacts of media, such as media violence, cyberbullying, stereotyping, or consumer culture, when examining how media influences people's attitudes, beliefs, and behaviors. Media literacy has been presented as a solution to the need for children and young people to cope with the risk of being deceived or misled by advertisements, news, and media messages from Hollywood. According to this approach, users vulnerable to negative media messages must possess the necessary knowledge and skills to protect themselves against these dangers and adopt a critical attitude (Hobbs et al., 2019). In this context, for the future of media literacy studies, five recommendations are proposed (Bulger & Davison, 2018, p. 4):



1. Efforts to enhance understanding of media tools are crucial. With the emergence of new technologies and rhetorical techniques, existing programs need to be updated accordingly.
2. Interdisciplinary collaboration should be fostered. While media literacy is often perceived as a limited pedagogical field, research and findings from other disciplines such as social psychology, political science, and sociology can generate new insights and benefits for media literacy.
3. As contemporary issues like misinformation and fake news continue to rise, media stakeholders should be brought together to seek cohesive solutions.
4. Establishing a central and stable database would provide the opportunity for accurate and reliable assessments.
5. Media literacy education has traditionally focused on interpreting, critiquing, and analyzing media content. However, with the widespread use of social media, it is crucial to not only address media content but also examine the behaviors exhibited by users on media platforms. Therefore, media literacy curricula should evolve to not only interpret media content but also emphasize action, by considering interactions and posts of users on social media platforms.

These recommendations are optimistic, yet they fall short in addressing the constantly evolving new media technologies and user experiences, which differ significantly from traditional media. While studies in NML offer valuable suggestions for enhancing understanding of new media technologies, increasing interdisciplinary collaboration, combating misinformation, and expanding the scope of media literacy education, they often lack practical implementation. There is an urgent need for more practical applications specific to this field, increased collaboration, policy support, and resource allocation to effectively address these challenges.

New Media Literacy (NML)

Computer games to websites, virtual and augmented reality applications to 3D animated films, many new technological developments are defined as new media (Manovich, 2002). One distinguishing feature of new media compared to traditional media is its ability to compress, digitize, process, store, and transmit texts, data, sounds, and images (McQuail, 2010, p. 137). Another characteristic of new media is user-generated content, unlike traditional media and mass communication tools (Nakayama, 2017, p. 70). Users quickly adopt new media technologies and transition from passive consumers in traditional media to active roles as prosumers (Chen et al., 2018).

NML, as a result of the fundamental changes in the ways of accessing, producing, and sharing information in the digital age, has strong intersections with different types of literacy. Examining these intersections within a more robust theoretical framework requires a simultaneous consideration of topics such as digital



platform management, algorithmic literacy, and the social dynamics of media consumption. The literature connecting these topics illuminates the complex structure of the digital media environment while also highlighting why NML necessitates distinct attention compared to other literacies. Zuboff (2019) explains how the functioning of digital platforms guides individuals' media experiences. Users are defined as digital participants who, while being content producers and consumers, are also exposed to the algorithms and commercial strategies of these platforms. In this context, NML encompasses individuals' understanding of the functioning of digital platforms, management policies, and the ways user data is utilized. A critical examination of the management processes on digital platforms facilitates the development of more conscious user behavior regarding participation culture (Jenkins, 2006) and content production.

Another significant intersection at the heart of NML is algorithmic literacy. It involves the ability of individuals to understand how algorithms function and how these algorithms influence media consumption habits (Livingstone & Sefton-Green, 2016). Digital media users need to be active participants who move consciously against content filtering by understanding the impact of algorithms rather than being merely passive consumers. In this framework, NML enables individuals to comprehend how algorithms guide media content and contribute to the spread of misinformation (Noble, 2018).

Furthermore, NML serves as a tool that helps individuals to understand the role of social interactions in their media consumption and the way these interactions shape thought patterns. McLuhan (1994) examines the effects of media tools on society and emphasizes that media transforms society through its form rather than its content. According to this theory, the technological structure of media shapes social relationships and influences individuals' thought processes. Castells (2009) argues that digital platforms operate through social networks and explains how individuals reorganize social relations by sharing media content through these networks. As content circulates within social networks, it influences interactions between individuals and groups, leading to the intertwining of social dynamics with media content. In this context, NML plays a critical role in understanding how media content intersects with social dynamics and enables individuals to become more effective and conscious participants in the digital environment.

Today, ordinary people have the ability to create and publish content that reflects their own thoughts, values, beliefs, and ideologies, much like website and social media platform owners or managers. This blurs the distinction between sender and receiver roles in a classic communication process. Therefore, considering the transformations occurring in both society and media, there is a need to reconceptualize media literacy by incorporating new experiences and user skill sets emerging on new media platforms (Ugurhan et al., 2020, p. 161). This is because easy access to new media applications and smart devices by users does not necessarily imply that they use new media correctly and effectively.



With the rising role of digital media, the terms defining the concept of “media literacy” have become increasingly complex and interrelated. There is a growing overlap among concepts such as Information and Communication Technologies (ICT) literacy, digital literacy, information literacy, and UNESCO’s Media and Information Literacy (MIL). For instance, the term ‘digital literacy’ is often used synonymously with ‘information literacy’ and generally refers to the “capacity to create new knowledge by effectively and critically evaluating information from different sources, particularly digital sources.” This process involves the use of various tools and digital technologies (UNESCO, 2013, p. 29). The concept of NML, while integrating critical thinking and the ability to exist effectively and consciously in the digital world alongside concepts like digital literacy and information literacy, emphasizes creativity and productivity by focusing on new media and user-generated content (Livingstone, 2004). The uniqueness of NML lies in its expansion of traditional media literacy concepts to encompass the multifaceted and interactive nature of digital technologies, social media platforms, and user-generated content. This involves individuals participating not only as consumers of media content but also as active content producers.

The concept of literacy has evolved from classical literacy (reading and writing) to visual-literacy and digital literacy. Lately, a more comprehensive approach known as new media literacy (NML) has emerged distinctively (Livingstone, Van Couvering & Thumin, 2004). NML is defined by the ability to access, critically assess, analyze, and generate various forms of online information including sound, text, images, and video in online environments (Park, Kim & Na, 2015; Zhang, Zhu & Sang, 2014). All concepts of literacy, including digital literacy, traditional literacy, information literacy, visual literacy, that have been produced from the past to the present are synthesized by NML. A conceptual framework that includes critical consumption, critical production, and functional consumption literacies is used to explain this type of modern literacy. The process of accessing and understanding media content falls within the scope of functional consumption literacy. With critical consumer literacy, people may examine the intentions, meanings, and consequences of media information and gain a deeper understanding of this concept. While critical production literacy requires taking cultural, social, and political factors into account in developing media material, functional production literacy provides people to actively participate in the process of creating media content (Wu & Wang, 2011).

Xiao et al. (2021, p. 2) state that traditional media literacy is insufficient to explain the profound changes in new media. Elements such as disinformation, fake news, and hate speech particularly contribute to the spread of misinformation among users and foster political polarization (Lorenz-Spreen et al., 2022, p. 83; Rahyadi, 2019).

While new media technologies empower advocates of democracy to amplify their voices and unite for social change, they are equally exploited by organized groups, including hate groups, to further their agendas (Laub, 2019). This situation



deepens the discussions around freedom of expression while simultaneously increasing the importance of new media literacy. Individuals' abilities to analyze and evaluate media content help them understand the dissemination of both positive and negative discourses and challenge opposing viewpoints. Therefore, effective NML can serve as a shield against hate speech and disinformation while promoting democratic participation.

People who use social media and new media technologies face numerous risks, including manipulation, fraud, cyberbullying, fake news, and disinformation. Users must get information and content with a critical and logical perspective in order to overcome these risks (Chiu, Liang & Tsai, 2016; Warner-Søderholm et al., 2018). This viewpoint is associated with epistemological beliefs, which involve evaluating the correctness and reliability of knowledge (Celik, 2019). Epistemological beliefs are likely to play a basic part in evaluating data sourced from social media. Questioning the source of knowledge is an ability expected from new media literates and therefore, individuals' epistemological beliefs can provide an insight into their level of new media literacy (Lin et al., 2013).

Social media users are constantly confronted with an endless stream of news and content, accompanied by an ever-updating timeline. This overwhelming flow of information can make it difficult to discern credible sources, prioritize important issues, or even take a mental break, as the platforms are designed to keep users engaged at all times. Disinformation on social media regularly spreads more quickly, profoundly, and broadly than truth, to a great extent encouraged by algorithmically curated news bolsters on social media systems (Vosoughi, Roy & Aral 2018). In addition, due to reasons such as need of oversight and unintentional content dissemination, disinformation has gotten to be a critical and far-reaching issue nowadays. Within the challenge against disinformation, users require different abilities to recognize truth from fiction (Miller, Menard & Bourrie, 2024, p. 2). These skills are defined as NML. The basic components of NML include important skills such as access, analysis, evaluation, criticism, production, and engagement with media content (Lee et al., 2015, p. 85). New media literate users are aware of issues such as how and for what purposes messages are created, disseminated, and commercialized (Thoman & Jolls, 2004). In addition to being able to use different media tools effectively, they can also critically evaluate messages and become content producers in new media (Kellner & Share, 2007). In the future, given that technology will continue to advance rapidly, NML will gain even more importance and become a critical skill for all segments of society. Developing this skill will enable individuals to communicate confidently and effectively in the digital world.

Research Methodology

The current research deals with NML, which has become an increasingly important topic in recent years. The main purpose of the research is to reveal the trends of research on NML, to identify existing gaps and to provide a guide



for future research. In this context, bibliometric analysis was used to answer the research questions and to reveal the literature quantitatively. Compared to other review methods such as systematic literature review or meta-analysis, bibliometric analysis generally adopts a broad approach that reveals the structure and dynamics of a research field (Ozturk, 2021). As it is more powerful and versatile than other software (Arruda et al., 2022), bibliometric analyses were performed through *Biblioshiny* – a web-based interface of Bibliometrix as an open source coded in R programming language (Aria & Cuccurullo, 2017).

In the data collection process, the Scopus database was used for bibliometric analysis, which uses a wide scope of publications and a system of subject categories and subcategories for content organization (Pranckutė, 2021). However, the reliance solely on the Scopus database plays the most notable limitation of this study. While Scopus is a comprehensive database that includes numerous academic journals and publications, it does not have the capacity to reflect the entirety of the literature related to NML.

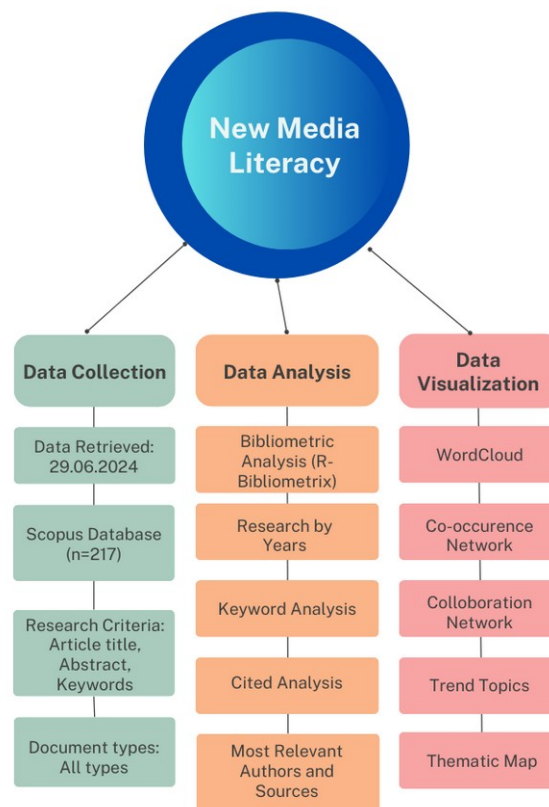


Figure 1. Research design



In the search conducted in Scopus with the word group “new media literacy” dated 29 June 2024, filtering was made to be found in research titles, abstracts or keywords and a total of 225 academic research were reached. No restriction was made in terms of document type and all document types such as research articles, book chapters, books, conference proceedings were included in the analysis. The results were exported in BibTeX format; duplicates were excluded, resulting in 217 studies, which were then subjected to analysis based on keywords, publication years, citations, countries, authors, and collaborative partnerships. The obtained data was visualized and interpreted to reveal current trends.

Results

The first research in the field of New Media Literacy (NML) was published in 1997 in the Scopus database. A total of 217 studies authored by 409 researchers and cited in 178 different sources, have been identified. NML has predominantly been studied within the fields of social sciences (193 studies) and computer sciences (64 studies). Research predominantly takes the form of research articles (134) and book chapters (47). Approximately 18.89% of the studies involved international collaboration among authors, indicating global interest in the topic and collaborative efforts among researchers from various countries. The studies employed a total of 596 keywords, reflecting the diverse subtopics within the field and multiple perspectives explored by researchers. Furthermore, the annual growth rate of research in this area is 9.97%, highlighting increasing annual interest in new media literacy and a growing number of studies conducted in this field. Key findings from the research are summarized in Table 1.

The data in Table 1 indicates that NML research has been conducted over a period of 27 years, underscoring the development of NML as an area of growing academic interest. It can be argued that NML studies gained momentum starting from 1997, coinciding with the increasing prevalence of digital technologies and new media tools. Additionally, an average of 20.19 citations per document suggests that NML research has had a significant impact on the scientific literature. The high citation rate implies that studies in this field serve as key reference points for other researchers. In summary, the data in Table 1 demonstrates that NML has become an important academic research field and continues to grow. The diversity of studies and international collaborations further prove that NML is a globally discussed topic.



Table 1. Main information data of new media literacy (NML) research

Main Information	Results
Timespan	1997-2024
Documents	217
Sources	178
Authors	409
Author's Keywords (DE)	596
International Co-Authorship	18.89%
Average Citations per document	20.19
Annual Growth Rate	9.97%

Figure 2 depicts the distribution of NML research over the years. Particularly since 2007, there has been an increase in the number of studies, with the highest number of publications on the subject occurring in 2013 (n=23). Overall, NML research shows a fluctuating trend over the years. Moreover, the significant increase in NML research since 2007 can be primarily attributed to the widespread adoption of new media platforms and their global reach in terms of user numbers starting from this year.

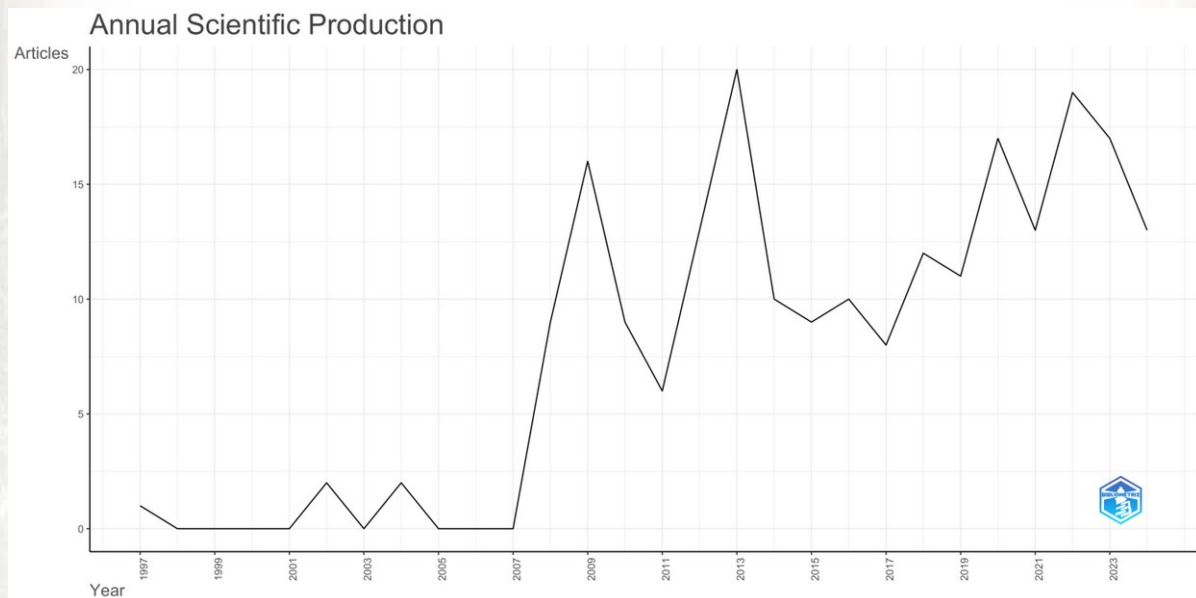


Figure 2. Annual scientific production of NML research

When the distribution of NML research by country is examined, the United States (USA) is identified as the leading country in terms of publications in this field. This demonstrates that the U.S. serves as one of the key academic centers



pioneering NML research. The country's leadership in media and digital technologies has contributed to a heightened awareness of media literacy, positioning NML as a significant focus within both educational policies and academic work. The U.S. is followed by countries such as China, Turkey, Spain, the United Kingdom, Taiwan, and Australia. As shown in Figure 3, NML research is primarily concentrated in North America, Asia, and Europe. The lack of research from regions such as Africa and Russia is particularly noticeable. In Africa, limitations in access to digital media and technology, infrastructure issues, and economic challenges are believed to have contributed to the underrepresentation of NML research. It is observed that NML research is also insufficiently represented in countries such as Russia, Argentina, and Greenland, in addition to Africa. Therefore, further research and initiatives aimed at encouraging critical analysis of media content are needed to foster the development of NML in these regions.

Country Scientific Production

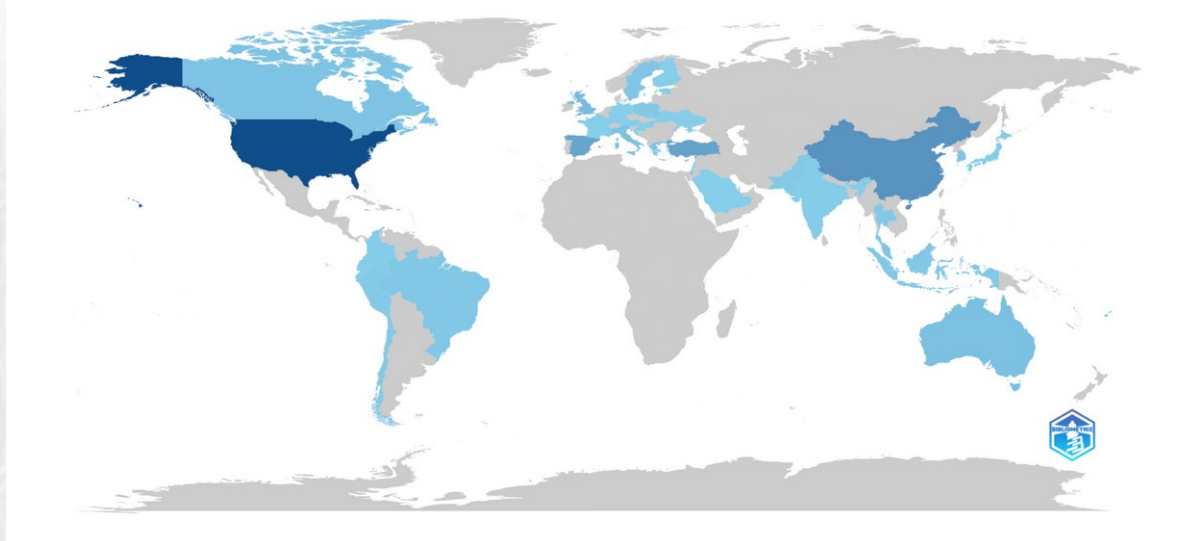


Figure 3. Countries scientific production of NML research

In global NML research, the most cited author is Papacharissi (2002) with 982 citations, followed by Livingstone (2004) with 510 citations, and Thorne & Reinhardt (2008) with 203 citations. Additionally, it is observed that older studies tend to have more citations compared to more recent research.

Based on Table 2, which outlines the sources where NML research is most frequently published, it can be inferred that the field of NML is closely associated not only with communication sciences but also with computer sciences and education. This suggests that NML is an interdisciplinary subject, drawing connections between these fields.

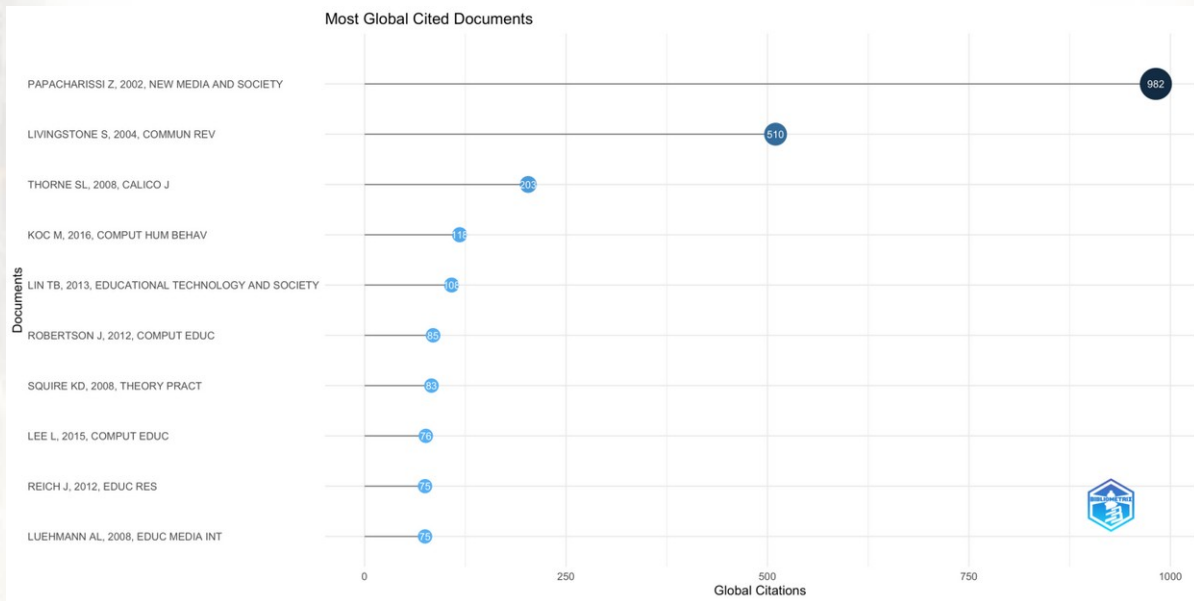


Figure 4. Most global cited of NML research

Table 2. Most relevant sources of NML research

Sources	Number of Publications
Computers and Education	6
Handbook of Research on New Media at the K12 Level Issues and Challenges	6
New Media and Society	5
Computers and Composition	3
Education and Information Technologies	3
Media Literacy Education in Action Theoretical and Pedagogical Perspectives	3
Oxford Handbook of Information and Communication Technologies	3
Communication in Computer and Information Science	2

The top 10 researchers with the most publications in the field of NML are shown in Figure 5. Leading the list with 4 publications each are “Barberá, E.,” “Borges, J.,” “Daradoumis, T.,” “González-Martínez, J.,” “Lin, T.B.,” “Runchina, C.,” “Tsortanidou, X.,” and “Young, J. A.”

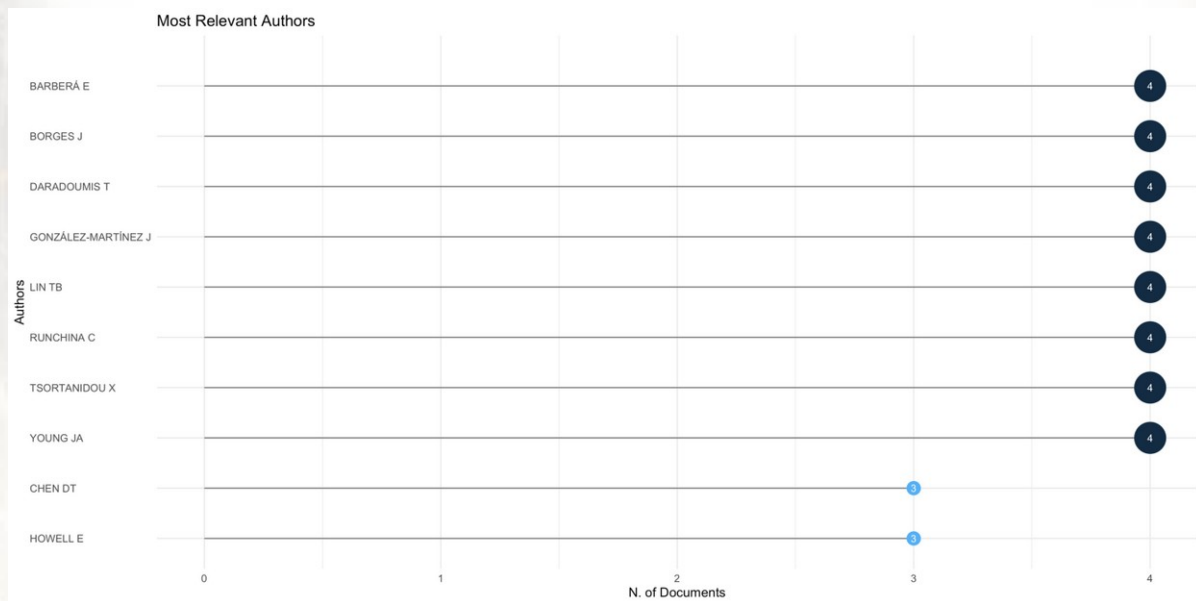


Figure 5. Most relevant authors of NML research

The word cloud depicted in Figure 6 reflects the core focus areas and significant topics within NML research. Among the most frequently used keywords by authors in NML research are “new media literacy,” “social media,” “new media,” “technology,” “digital literacy,” “fake news,” “information literacy,” “participatory culture,” “pedagogy,” “higher education,” “university students,” and “transmedia learning.” This word cloud emphasizes subjects such as digital media, information sharing, disinformation, methods used in media education, and effective information management in the digital world. Furthermore, it highlights that NML is not only limited to the use of technology but also encompasses critical thinking in digital environments, distinguishing reliable information sources, and effective communication skills. Therefore, NML emerges as an essential competence for educators, students, and media professionals to succeed in modern society.



Figure 6. Word cloud of NML research



Co-occurrence analysis is a powerful tool for uncovering hidden patterns and relationships within data, providing valuable insights across various fields. Figure 7 illustrates the co-occurrence of keywords used in the research. In the network, elements of the same color represent clusters, while the size of the nodes indicates the frequency of the terms. Additionally, the proximity of nodes within the same cluster signifies an increased frequency of co-occurrence. The data reveal that certain nodes occupy central and critical positions in the network, establishing strong connections with other nodes. Notably, the clusters for “new media literacy” and “new media literacies” are situated at the center of the network and have a high impact. In Cluster 3 (new media literacy), the most frequently used keywords include new media literacy, new media, social media, higher education, digital literacy, literacy, information literacy, and internet. In Cluster 5 (new media literacies), it is observed that keywords such as media literacy, fake news, technology, participatory culture, social networks, misinformation, and digital literacy are used together. Other notable keywords in the research include collaborative learning, computational thinking, transmedia learning, social media, metaliteracy, and misinformation sharing, which are prominent in other clusters.

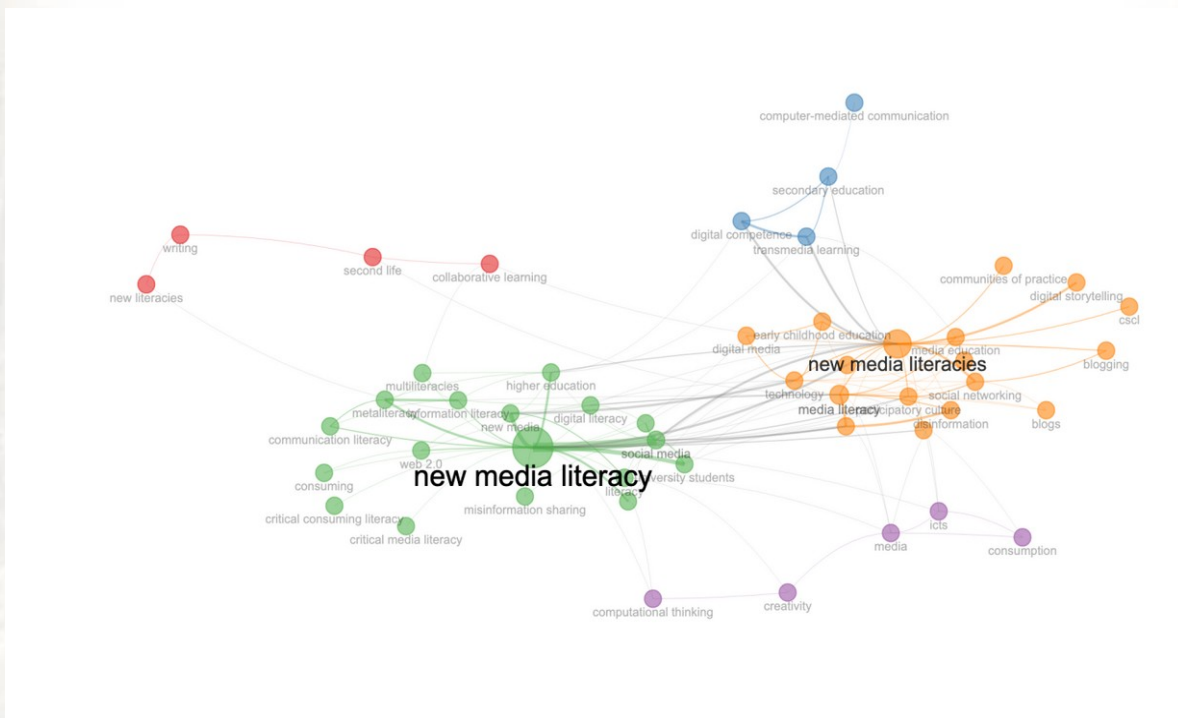


Figure 7. Co-occurrence network of NML research

Figure 8 illustrates the countries that collaborate in NML research. The United States, as the country with the most publications, has a broad collaboration network extending from Ukraine to Lebanon and China. China typically collaborates with



nearby Asian countries, while other countries often publish research through partnerships within their own regions.

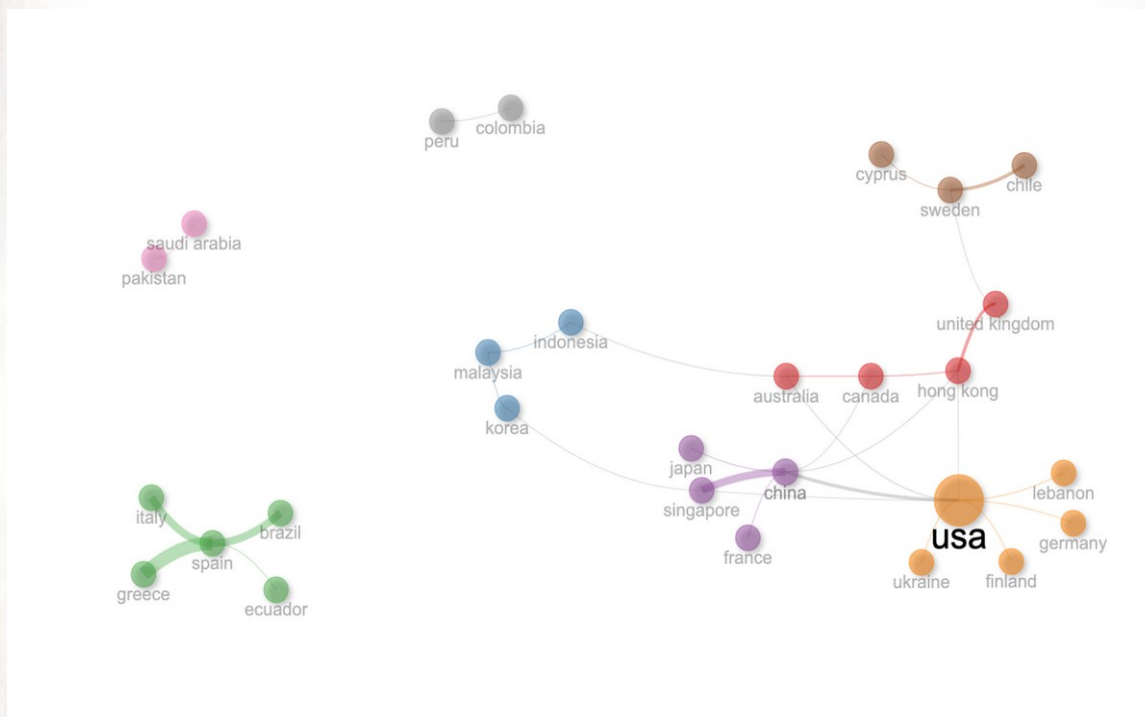


Figure 8. Collaboration network of NML research

Trend topics are used to understand how certain subjects evolve over time and which topics become popular in scientific publications or academic literature. Figure 9 presents the trend topics related to terms in NML research. “Fake news” and “higher education” have emerged as the most frequently used terms in recent years. In NML research, the term “fake news” is often associated with the study of how fake news is produced, disseminated, and perceived on social media and other digital platforms. These studies aim to understand how people can identify fake news, distinguish reliable sources, and approach information with a more critical mindset. The term “higher education” typically encompasses education and research conducted at universities or higher education institutions. In the context of NML research, these topics are examined to explore how students and academics handle digital media and information, and what education and skills are necessary for them to develop critical thinking abilities.

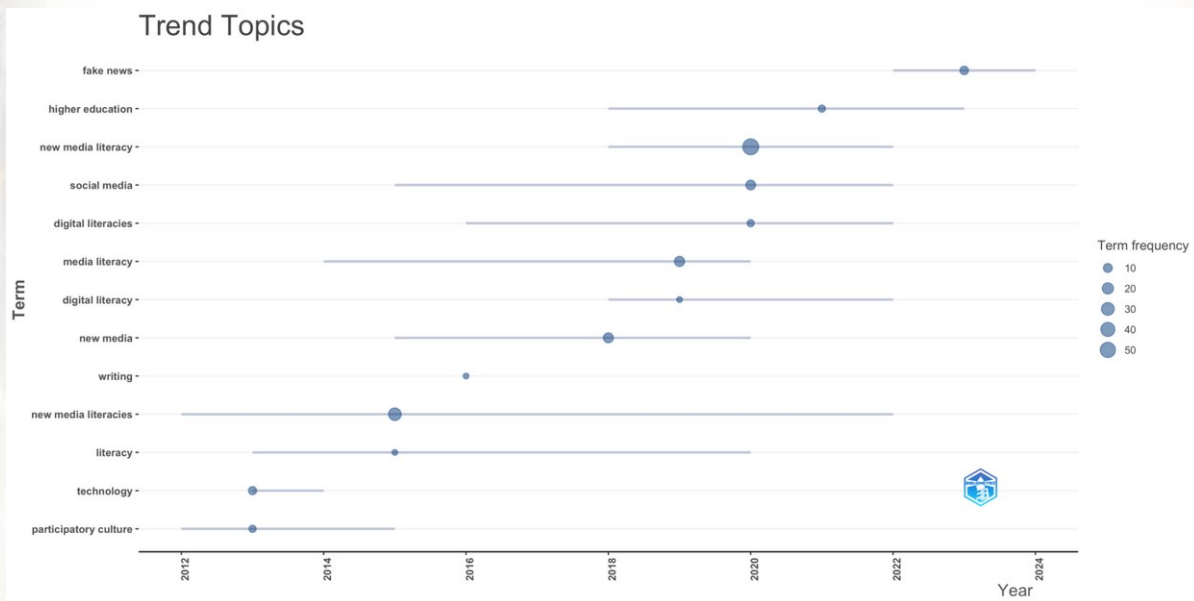


Figure 9. Trend Topics of NML research

The thematic map in Figure 10 visually presents the development and importance of themes within the NML field. The relevance degree (centrality) indicates how central a theme is to the field: the further to the right, the higher the centrality. The development degree (density) shows the level of development of the themes, indicating how extensively they are studied or how advanced they are; the higher up, the greater the development degree. Some themes on the map are larger and darker, indicating they are more intensely studied or given more importance. The map is divided into four main quadrants: **Niche themes** (1): Located in the upper left section of the map, these themes have a high development degree but low centrality, indicating they are well-developed but not central to the field. **Motor themes** (2): Found in the upper right corner, these themes have both high development and centrality degrees, representing important and advancing topics in the field. **Emerging or declining themes** (3): Located in the lower left section, these themes have low centrality and development degrees, suggesting they are either emerging or declining in importance. **Basic themes** (4): The themes in the lower right corner of the map are topics with high centrality but low degree of development. These themes represent the core and widely recognized topics of the field.

In the case of NML research, prominent 'niche' themes include transmedia learning, digital competence and secondary education, and computational thinking and ICTs. *Transmedia learning* refers to the dissemination and integration of learning experiences through different media platforms and formats. This method increases students' access to information and offers a more comprehensive learning experience. *Digital competence* is the ability of individuals to use digital technologies effectively, efficiently, and ethically. *Computational thinking* is the process of using



computer science concepts to solve problems and communicate solutions effectively. This includes skills such as algorithmic thinking, pattern recognition, abstraction, and automation. When combined with information and communication technologies (ICTs), students can apply these skills using a variety of digital tools and platforms. This helps students to become not only technology users but also technology creators. The importance of NML within the theme of secondary education starts with developing students' skills to access, evaluate, and share information. This process covers various competences such as internet safety, digital communication, critical thinking, and media production. By acquiring these skills, students become aware and responsible individuals in the digital world. Moreover, integrating NML into the education curriculum enables students to make informed decisions and develop innovative solutions using digital tools. Thus, new media literacy enables students in secondary education to acquire 21st century skills and take part effectively in the digital world. These themes are expected to show further development in the field of NML.

Media literacy, new media literacy, new media, social media, and fake news themes are seen as basic concepts in NML research. Collaborative learning, new literacies and second life themes in the center of the map represent the central topics of the field. These topics have an average position in terms of both development and centrality. That is, there is a continuous development in these areas, but they are not yet fully mature or the most central topics.

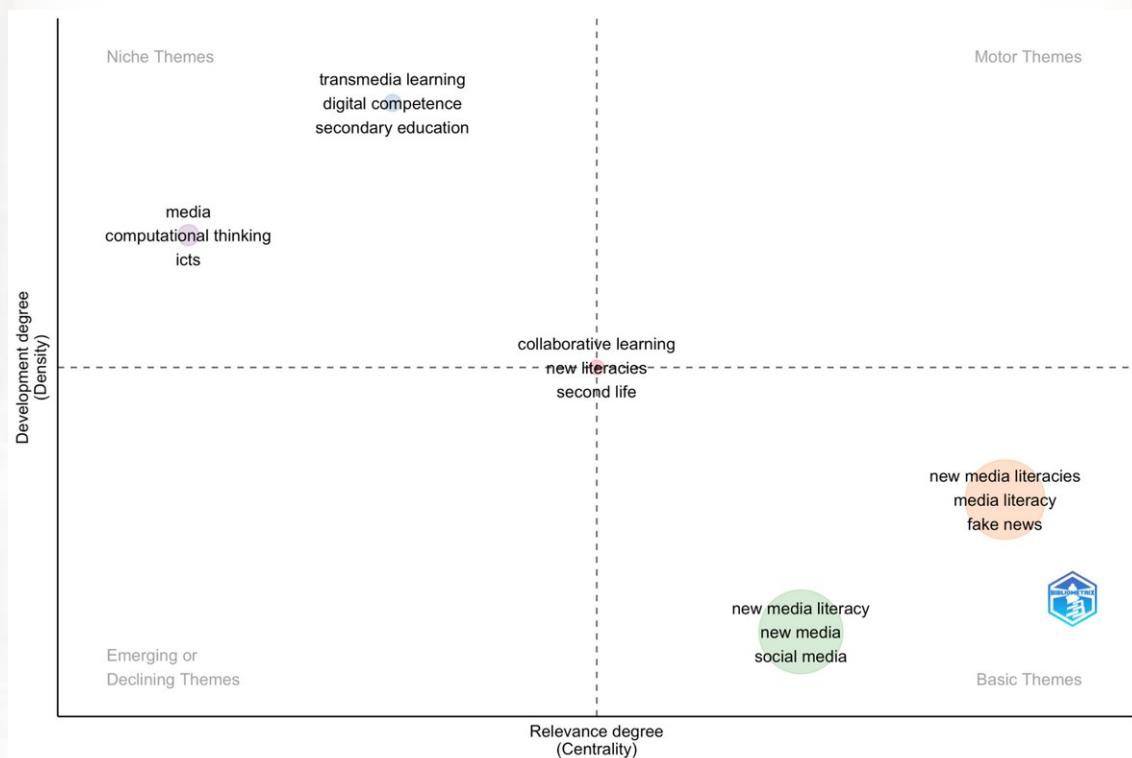


Figure 10. Thematic map of NML research



Discussion

The current study focuses on the concept of NML, and the trends related to NML antecedents and successors. The fact that researchers from various fields such as social sciences (Alper, 2011; Tugtekin & Koc, 2019; Xiao & Yang, 2024), psychology (DiSessa, 2007; Xu, Wang & Hsu, 2022), computer sciences (Long, Zu & Chen, 2023; Plester & Wood, 2009) and educational sciences (Nixon, 2021) have examined NML indicates that it is an interdisciplinary concept.

In recent years, the frequent use of the term “fake news” in NML research has attracted attention. This reflects intensive research on the production, dissemination, and perception of fake news in new media environments. These studies aim to improve the public’s ability to recognize fake news, increase the capability to distinguish reliable sources and adopt a more critical approach to information. Since the spread of fake news poses a major threat to democratic processes and public safety, research on this topic is crucial. The need for research to co-operate with real-life practices and regulations, and for concrete steps to be taken by both policymakers and platform owners, remains a major challenge. Therefore, new mechanisms should be developed to increase the reliability and transparency of information disseminated on platforms and effective verification systems should be implemented to prevent the spread of fake news. Furthermore, educational materials and programmes should be provided more effectively to equip users with NML and critical thinking skills. The widespread use of new media technologies recommends that academic institutions, civil society organizations and governments collaborate with these platforms and seek ways to improve users’ experiences.

The fact that there are different definitions and classifications related to the concept of NML in the literature and that the concept is used instead of or together with other concepts causes NML research to be inadequate both quantitatively and qualitatively. Within the scope of the current research, it is thought that clarifying the differences between NML and concepts such as social media literacy, digital literacy, information literacy, e-literacy, visual literacy.

Bringing them together under the umbrella of NML will be crucial for enhancing the effectiveness of the concept’s significance and regulatory framework. In the current research, the importance, and fundamental characteristics of NML are grouped under the following 8 headings:

Being Present in the Digital World: It is crucial to be digitally literate to effectively exist on social media, blogs, podcasts, and other new media platforms. **Disinformation and Fake News:** Due to the nature of today’s digital environment, information pollution and the spread of fake news have become a serious problem. NML improves the ability of individuals to detect such misleading and manipulative content and to recognize accurate information. **Comprehensive Critical Thinking:** New media consists of multimodal content such as text, audio, video, and graphics. This situation reveals the need for individuals to improve their critical thinking skills



with NML and to increase their ability to analyze and evaluate various media contents. **Effective Communication and Content Creation:** NML enables individuals to communicate more effectively and make their voices heard by improving their ability to produce and share their own content. **Social Participation and Citizenship:** New media environments increase the participation of individuals in social and political processes. NML helps individuals to become more active and conscious citizens by developing their digital citizenship skills. **Privacy and Security:** Currently, the protection of personal data and online security is an important issue. NML helps individuals to use new media consciously and increases their awareness in combating negative situations in the digital environment. **Business and Career:** NML helps individuals acquire the necessary digital skills to succeed in their jobs and careers. **Cultural Diversity:** New media provides access to content from diverse cultures and perspectives. NML equips individuals with the ability to understand and appreciate different cultures.

Conclusion and Implications

In the new media ecosystem, the dissemination of information is rapid and extensive. This situation brings about problems such as fake news, disinformation, and information pollution. NML aims to enhance individuals' abilities to access accurate information, verify sources, and develop critical thinking skills. Particularly, the spread of disinformation through new media further underscores the importance of NML.

While NML research has certain impacts on public policy, education, and media management, there are notable deficiencies in the studies conducted in this field. The integration of NML into public policies often remains superficial. Policymakers lack definitive and adequate data regarding the feasibility and sustainability of the strategies they develop to promote NML. From an educational perspective, NML has not been sufficiently integrated into most curricula. Although some schools offer media literacy courses, these classes often remain superficial and do not provide content deep enough to enhance students' critical thinking skills. The absence of a systematic approach to NML limits students' abilities to effectively analyze and evaluate media content. Additionally, the lack of sufficient knowledge among educators about NML is a significant factor affecting its implementation. Many teachers are not familiar with current information and pedagogical methods related to media literacy. Consequently, there is a pressing need to update educational curricula and develop more comprehensive training programs for educators.

NML research has shown that the needs of individuals from diverse socio-economic and cultural backgrounds are not adequately addressed. Disadvantaged groups, in particular, face challenges in accessing new media and NML, which threatens their right to equitable access to information. Most studies tend to focus on a specific audience and should address the effects of broader factors, such as gender, age, and economic status, in a more comprehensive manner.



For example, as illustrated in the word cloud in Figure 6, it has been found that research is generally biased towards university students. However, university students represent a specific demographic group, which raises questions about the generalizability of NML research. Adolescents, seniors, and individuals across all age categories exhibit different characteristics in terms of new media usage, experiences, and access to information. The insufficient consideration of NML experiences among individuals from various age groups, socio-economic backgrounds, and cultural contexts narrows the scope of the research. This limitation complicates the understanding of NML's impact on society as a whole. In this regard, potential future steps for NML research could include:

1. In the field of education, customized NML programs should be developed for students of different age groups and socio-economic backgrounds. For instance, engaging and interactive methods can be employed for elementary school children, while university students may benefit from a focus on in-depth analysis and critical thinking skills. Additionally, new technologies and digital platforms should be effectively utilized in NML education. Learning should be supported through tools such as online courses, mobile applications, and social media platforms.
2. Policymakers should organize awareness campaigns to enhance the importance of media literacy in society. This will encourage individuals to use media more consciously. Additionally, campaigns can be organized in collaboration with educational institutions, civil society organizations, and media companies to promote NML. Such partnerships increase the potential to reach broader audiences and create social impact.
3. New media platforms should develop interactive tools that enable users to enhance their critical thinking skills. For example, simulations and games could be created to help users identify fake news, analyze media content, or assess media effects.
4. New media platforms could develop tools that allow users to evaluate the content they encounter. For example, algorithms that analyze the credibility of content or systems that enable users to comment on the content could enhance NML.

In future research, involving content creators in NML studies will facilitate the development of a more comprehensive and effective approach that addresses all aspects of media literacy. Providing content creators with training on ethical standards and responsibilities will promote the production of accurate and reliable information. Research should emphasize the importance of content creators being knowledgeable about media ethics, disinformation, and propaganda. Enhancing NML among content creators encourages not only consumers but also producers to contribute to the media ecosystem. In this way, it will help improve the quality and reliability of media content, combat disinformation, and foster social awareness.



Finally, NML is of great importance in developing individuals' ability to approach content on new media platforms with a critical eye. In this context, negative content encountered, especially on social media – such as cyberbullying, hate speech, fraud, unauthorized sharing of personal data, pornographic content, drugs, and illegal gambling – poses serious risks to users due to a lack of NML. Cyberbullying threatens individuals' safety in their online interactions, while fraudulent attempts can lead to the compromise of users' financial and personal information. Similarly, unauthorized sharing of personal data can violate individuals' privacy and lead to various consequences. The spread of illegal content, such as pornography and drugs, negatively impacts especially young individuals, while illegal gambling activities exacerbate societal issues. Therefore, enhancing individuals' NML has become a critical necessity for them to cope with such adversities and to navigate the digital world consciously and safely.

References | Список литературы

- Alper, M. (2011). Developmentally appropriate new media literacies: Supporting cultural competencies and social skills in early childhood education. *Journal of Early Childhood Literacy*, 13(2), 175–196. <https://doi.org/10.1177/1468798411430101>
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/J.JOI.2017.08.007>
- Arruda, H., Silva, E. R., Lessa, M., Proença, D., & Bartholo, R. (2022). VOSviewer and Bibliometrix. *Journal of the Medical Library Association (JMLA)*, 110(3), 392–395. <https://doi.org/10.5195/jmla.2022.1434>
- Aufderheide, P. (1993). *National leadership conference on media literacy*. Conference report. Washington, DC: Aspen Institute.
- Barut Tugtekin, E., & Koc, M. (2019). Understanding the relationship between new media literacy, communication skills, and democratic tendency: Model development and testing. *New Media & Society*, 22(10), 1922–1941. <https://doi.org/10.1177/1461444819887705>
- Buckingham, D. (2013). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. John Wiley & Sons.
- Bulger, M., & Davison, P. (2018). The promises, challenges, and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1–21. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-1-1>
- Castells, M. (2013). *Communication power*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.4000/books.editionsmsh.10551>
- Celik, I. (2019). Social Media-Specific Epistemological Beliefs: A Scale Development Study. *Journal of Educational Computing Research*, 58(2), 478–501. <https://doi.org/10.1177/0735633119850708>
- Chen, D.-T., Lin, T.-B., Li, J.-Y., & Lee, L. (2018). Establishing the norm of new media literacy of Singaporean students: Implications to policy and pedagogy. *Computers & Education*, 124, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.04.010>



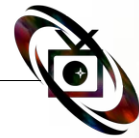
- Chiu, Y.-L., Liang, J.-C., & Tsai, C.-C. (2016). Exploring the roles of education and Internet search experience in students' Internet-specific epistemic beliefs. *Computers in Human Behavior*, 62, 286–291. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.091>
- DiSessa, A. A. (2007). *Can students re-invent fundamental scientific principles? Evaluating the promise of new-media literacies* (T. Willoughby & E. Wood, Eds.). Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.1002/9780470696682.ch9>
- Erstad, O. (2010). *Media literacy and education. The past, present and future*. In S. Kotilainen & S. Arnolds-Granlund (Eds.), *Media Literacy Education. Nordic Perspectives*, 15–27.
- Gün, M., & Kaya, İ. (2017). Seçmeli medya okuryazarlığı dersi uygulamasının öğrencilere katkıları üzerine bir değerlendirme [An evaluation on the contributions of the elective media literacy course to students]. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi [Ahi Evran University Journal of Institute of Social Sciences]*, 3(2), 119–132. (In Turkish)
- Hobbs, R. (1999). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication*, 48(1), 16–32. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02734.x>
- Hobbs, R., Mihailidis, P., Cappello, G., Ranieri, M., & Thevenin, B. (2019). *The international encyclopedia of media literacy*. Wiley Online Library. <https://doi.org/10.1002/9781118978238>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Jocson, K. M. (2020). New media literacies as social action: The centrality of pedagogy in the politics of knowledge production. In *Cultural Production and Participatory Politics* (pp. 30–51). Routledge. <https://doi.org/10.1080/03626784.2014.982490>
- Jolls, T., & Wilson, C. (2014). The Core Concepts: Fundamental to Media Literacy Yesterday, Today and Tomorrow. *Journal of Media Literacy Education*, 6(2). <https://doi.org/10.23860/jmle-6-2-6>
- Kellner, D., & Share, J. (2007). Critical media literacy: Crucial policy choices for a twenty-first-century democracy. *Policy Futures in Education*, 5(1), 59–69. <https://doi.org/10.1007/s11519-007-0004-2>
- Kress, G. (2003). *Literacy in the new media age*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203299234>
- Laub, Z. (2019). *Hate speech on social media: Global comparisons*. Cfr. <https://www.cfr.org/backgrounder/hate-speech-social-media-global-comparisons>
- Leavis, F. R., & Thompson, D. (1950). *Culture and environment: The training of critical awareness*. Chatto & Windus.
- Lee, L., Chen, D.-T., Li, J.-Y., & Lin, T.-B. (2015). Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument. *Computers & Education*, 85, 84–93. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.02.006>
- Lin, T.-B., Li, J.-Y., Deng, F., & Lee, L. (2013). Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework. *Journal of Educational Technology & Society*, 16(4), 160–170. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.02.006>
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy?. *Intermedia*, 32(3), 18–20.
- Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumin, N. (2004). *Adult media literacy*. Office of Communications.



- Livingstone, S., & Sefton-Green, J. (2016). *The class: Living and learning in the digital age*. New York University Press.
- Long, S., Zhu, T., & Chen, X. (2023). With High New Media Literacy, Can We Prevent Problematic Internet Use?--A Case Study of Chinese College Students. *Digital Education Review*, 44, 33–44. <https://doi.org/10.1344/der.2023.44.33-44>
- Lorenz-Spreen, P., Oswald, L., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2022). A systematic review of world-wide causal and correlational evidence on digital media and democracy. *Nature Human Behaviour*, 7(1), 74-101. <https://doi.org/10.1038/s41562-022-01460-1>
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. MIT press.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding media: The extensions of man*. MIT Press.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sage Publications.
- Miller, S., Menard, P., & Bourrie, D. (2024). I'm not fluent: How linguistic fluency, new media literacy, and personality traits influence fake news engagement behavior on social media. *Information & Management*, 61(2), 103912. <https://doi.org/10.1016/j.im.2023.103912>.
- Nakayama, T. K. (2017). What's next for whiteness and the Internet. *Critical Studies in Media Communication*, 34(1), 68–72. <https://doi.org/10.1080/15295036.2016.1266684>
- Nixon, J. (2021). Critique and the video production classroom: providing students the skills to navigate new media literacies. *English Teaching: Practice & Critique*, 20(2), 163–179. <https://doi.org/10.1108/ETPC-07-2020-0070>
- Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. New York University Press.
- Ozturk, O. (2021). Bibliometric review of resource dependence theory literature: an overview. *Management Review Quarterly*, 71(3), 525–552. <https://doi.org/10.1007/s11301-020-00192-8>
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere: The internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9–27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Park, S., Kim, E., & Na, E.-Y. (2015). Online activities, digital media literacy, and networked individualism of Korean youth. *Youth & Society*, 47(6), 829–849. <https://doi.org/10.1177/0044118X14561008>
- Plester, B., & Wood, C. (2009). Exploring relationships between traditional and new media literacies: British preteen texters at school. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 1108–1129. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01483.x>
- Pranckutė, R. (2021). Web of Science (WoS) and Scopus: The titans of bibliographic information in today's academic world. *Publications*, 9, 12. <https://doi.org/10.3390/publications9010012>
- Rahyadi, I. (2019). Politic goes digital, so what? A review on internet politics. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 1(1), 11–18. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v1i1.5972>
- Thoman, E., & Jolls, T. (2004). Media literacy—A national priority for a changing world. *American Behavioral Scientist*, 48(1), 18–29. <https://doi.org/10.1177/0002764204267246>
- Thorne, S. L., & Reinhardt, J. (2013). “Bridging Activities,” New Media Literacies, and Advanced Foreign Language Proficiency. *Calico Journal*, 25(3), 558–572. <https://doi.org/10.1558/cj.v25i3.558-572>



- Ugurhan, Y. Z. C., Kumtepe, E. G., Kumtepe, A. T., & Saykılı, A. (2020). From media literacy to new media literacy: A lens into open and distance learning context. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 21(Special Issue-IODL), 135–151. <https://doi.org/10.17718/tojde.770953>
- UNESCO. (2013). *Media and information literacy: Curriculum for teachers*. UNESCO Publishing.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Warner-Søderholm, G., Bertsch, A., Sawe, E., Lee, D., Wolfe, T., Meyer, J., Engel, J., & Fatilua, U. N. (2018). Who trusts social media? *Computers in Human Behavior*, 81, 303–315. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.026>
- Wu, J., & Wang, Y. (2011). Unpacking new media literacy. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*, 9(2), 84–88.
- Wu, S., & Chen, S. (2007). *Media literacy education*. Taipei, Taiwan: Chiuliu.
- Xiao, X., & Yang, W. (2024). There's more to news media skepticism: a path analysis examining news media literacy, news media skepticism and misinformation behaviors. *Online Information Review*, 48(3), 441–456. <https://doi.org/10.1108/OIR-04-2023-0172>
- Xu, R., Wang, C., & Hsu, Y. (2022). Ameliorated New Media Literacy Model Based on an Esthetic Model: The Ability of a College Student Audience to Enter the Field of Digital Art. *Frontiers in Psychology*, 13, 943955. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.943955>
- Zhang, H., Zhu, C., & Sang, G. (2014). Teachers' stages of concern for media literacy education and the integration of MLE in Chinese primary schools. *Asia Pacific Education Review*, 15, 459–471. <https://doi.org/10.1007/s12564-014-9321-1>
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*, 1st ed., PublicAffairs.



Representation of Memory of the Second Sino-Japanese War in Contemporary Chinese and Japanese Media: Factors of Disagreement

Polina V. Kulneva

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO-University); Institute of Oriental Studies, Russian Academy of Sciences. Moscow, Russia. Email: [kpoline\[at\]list.ru](mailto:kpoline[at]list.ru)
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8699-5568>

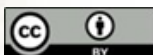
Received: 29 May 2024 | Revised: 3 September 2024 | Accepted: 17 September 2024

Abstract

The Second Sino-Japanese War is one of the most painful chapters in history for both – the People's Republic of China (PRC) and Japan. The memory of this war still sparks serious disputes between the two countries and leads to severe conflicts in their bilateral relations. Considering the significant role of mass media in shaping historical memory, it is intriguing to observe how traumatic historical events are portrayed in the media of the countries involved. The purpose of this study is to identify the main discrepancies and features of memory representation related to the Second Sino-Japanese War in the mass media of China and Japan. After comparing the political and social roles of mass media in the two countries and analyzing media publications related to major war anniversaries the author concludes that the memory of the Second Sino-Japanese War is intertwined with a wide range of contemporary political issues, sometimes exacerbating those unrelated to the war. Under current circumstances, the representation of war's memory in the media is a key factor contributing to mutual negative attitudes, and it is difficult to envision an improvement in the situation unless each of the countries takes its own steps towards reconciliation.

Keywords

Second Sino-Japanese War; Historical Grievances; Narratives of Historical Grievances; Historical Memory in the Media; Transformation of Historical Memory; Media Memory; Mass Media and Society; Mass Media and Politics; Political Discourse; Japan-China Relations



This work is licensed under a [Creative Commons "Attribution" 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Репрезентация памяти о японо-китайской войне в китайских и японских СМИ в 2000-е гг.: факторы разногласий

Кульнева Полина Викторовна

МГИМО МИД России; Институт востоковедения РАН. Москва, Россия. Email: [kpoline\[at\]list.ru](mailto:kpoline[at]list.ru)
ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8699-5568>

Рукопись получена: 29 мая 2024 | Пересмотрена: 3 сентября 2024 | Принята: 17 сентября 2024

Аннотация

Японо-китайская война 1937-1945 гг. остается одной из наиболее тяжелых страниц исторической памяти как для Китайской Народной Республики (КНР), так и для Японии. Споры, связанные с оценкой отдельных эпизодов этой войны и ее последствий, продолжают вызывать серьезные разногласия в японо-китайских отношениях. Учитывая роль СМИ в формировании исторической памяти, особый интерес представляет анализ репрезентации памяти о японо-китайской войне в современных публикациях СМИ КНР и Японии. Цель данного исследования – выявить основные тенденции репрезентации памяти о войне в китайских и японских СМИ в 2000-е гг., отметив точки соприкосновения и расхождения, которые приводят к усилению напряженности. Сопоставление политической и социальной роли СМИ в исследуемых странах и анализ медиа-публикаций, связанных с наиболее значимыми памятливыми датами, позволяют сделать вывод о тесной связи памяти о войне с современными проблемами японо-китайских отношений. При этом, как показало сопоставление опросов общественного мнения в динамике, отраженная в медиа память о тяжелых событиях прошлого остается одним из главных факторов негативного восприятия китайским и японским народами друг друга (в том числе по причине переплетения с проблемами, не связанными с войной напрямую). Статья может быть полезна для историков, востоковедов и исследователей роли СМИ в социальных и политических процессах, а также для всех, кто интересуется вопросами исторической памяти.

Ключевые слова

японо-китайская война 1937-1945 гг.; исторические обиды; нарративы исторических обид; историческая память в СМИ; трансформация исторической памяти; медиапамять; СМИ и общество; СМИ и политика; политический дискурс; японо-китайские отношения



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons "Attribution"](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



Введение

Японо-китайская война 1937-1945 гг., называемая на китайском языке «Войной сопротивления японским захватчикам», остается тяжелой страницей истории как для Китайской Народной Республики (КНР), так и для Японии. Память о ней является одним из главных факторов напряженности в японо-китайских отношениях на современном этапе и, как свидетельствуют данные социологических опросов, роль этого фактора значительно усилилась именно в последние десятилетия (The Genron NPO).

В век информационных технологий одним из ключевых каналов трансляции и фиксации сохранившейся памяти о войне, декларирования отношения к главным событиям этой войны, их интерпретации, являются СМИ, доступные широкому кругу читателей не только в бумажном, но и в электронном виде. В новых теориях медиапамяти, появившихся в 2000-е гг., медиа рассматриваются не только с точки зрения возможности фиксации исторического опыта, но и как средство его трансформации (Артамонов, 2022, с. 67). Идея опосредованности исторической памяти, взаимодействия человека с историческими событиями через промежуточные носители информации, которые могут задавать определенные «ориентиры» при восприятии событий прошлого, была заложена еще в начале XX в. французским философом и социологом М. Хальбваксом в термине «рамки памяти». В условиях развития информационных технологий и связанного с этим расширения возможностей обмена информацией между людьми проблема «рамок памяти» становится еще более актуальной. В связи с этим репрезентация памяти о японо-китайской войне (то есть отражение или представление этой памяти) в СМИ КНР и Японии представляет большой интерес с точки зрения оценки роли СМИ в формировании общественного мнения.

Проблема репрезентации памяти о японо-китайской войне в учебниках истории, музеях, кинематографе и в других носителях информации об историческом прошлом является неизменным предметом интереса российских и зарубежных ученых, специализирующихся на японо-китайских отношениях. Что касается СМИ, то, хотя существуют исследования отражения событий японо-китайской войны в американской прессе (например, Буранок & Селифонтова, 2021), анализ современного состояния памяти об этой войне, проведенный одновременно с китайского и японского ракурсов, в российском научном поле практически не представлен. Среди последних фундаментальных зарубежных трудов, опирающихся на китайские и японские источники, можно отметить большое исследование коллектива авторов из японского Университета Дзёти о том, как обозревалась 60-летняя годовщина окончания войны в СМИ Японии и других стран Восточной Азии (Kotera & Kanayama et al., 2007). Однако данное исследование имеет более широкий охват как в географическом смысле, так и по кругу поставленных задач.



Цель данной работы состоит в том, чтобы, имея в виду существенный вклад, который вносит память о войне в усилении негативных настроений во взаимном восприятии китайского и японского народов в последние десятилетия, понять, какую роль играют китайские и японские СМИ в сложившейся ситуации. Для этого в исследовании ставятся следующие задачи: показать, как и почему происходит преломление памяти о войне в китайском и японском медиапространстве; проиллюстрировать роль СМИ в формировании негативного фона в японо-китайских отношениях в 2000-е гг.; выявить место СМИ в общем комплексе современных японо-китайских отношений; оценить возможность сближения взглядов и преодоления исторической травмы обеими странами.

В качестве объекта исследования как со стороны КНР, так и со стороны Японии взяты общенациональные газеты с наибольшим охватом аудитории читателей. Расхождения и особенности репрезентации памяти о войне иллюстрируются примерами публикаций таких газет, сделанных в 2000-е гг. в связи с наиболее важными памяtnыми датами. В своем исследовании автор придерживается компаративистского анализа и системного подхода, учитывающего исторические, политические и социокультурные факторы.

Преломление исторической памяти в китайском и японском медиапространстве

Хотя одним из основных принципов журналистской этики является объективность, то есть распространение правдивой информации, свободной от эмоций и искажений, ввиду большого временного промежутка между публикацией и событием и в силу других причин (политических, социокультурных) историческая память, представленная в СМИ, далеко не всегда свободна от оценки авторов информационных сообщений и может быть сильно ограничена рамками медиапространства.

Как известно, в КНР содержание СМИ находится под монопольным контролем коммунистической партии. Материковый Китай занимает одно из последних мест в мире по индексу свободы прессы среди 180 стран, входящих в сферу исследования международной неправительственной организации «Репортеры без границ», уступая только КНДР¹ (Reporters Without Borders, 2023). По оценкам еще одной неправительственной организации «Фридом хаус», которая ежегодно проводит обследование 70 стран мира по степени свободы в интернете (что особенно актуально при рассмотрении современных СМИ), КНР занимает последнее место в рейтинге как страна,

1 Организация «Репортеры без границ» оценивает материковый Китай отдельно от Гонконга и Тайваня, которые занимают в рейтинге свободы более высокие позиции. По этой причине, а также в силу объективных различий в сферах политики и общественной жизни, сохраняющихся между материковым Китаем и другими территориями (Гонконг, Макао, Тайвань), говоря о Китае в данной статье, мы также будем иметь в виду только материковый Китай (прим. авт.).



имеющая больше всего ограничений в интернет-пространстве (Freedom House, 2023b).

Как ни странно, достаточно сильные ограничения, хотя и иного характера, существуют и в Японии. Несмотря на свой статус парламентской демократии, Япония не отличается высокой степенью информационной свободы при сопоставлении со странами аналогичного уровня развития и государственного устройства. В 2023 г. страна заняла лишь 68 место из 180 по индексу свободы прессы, рассчитанному организацией «Репортеры без границ», и находится ниже остальных стран G7, заметно уступая Германии (21 место), Франции (24 место), Великобритании (26 место) (Reporters Without Borders, 2023). По степени свободы в интернете, относя Японию к «свободным» странам с достаточно высокими показателями и местом в первой десятке мировых лидеров, организация «Фридом хаус» отмечает ряд ограничений. Так, согласно последнему отчету организации, «сохраняется обеспокоенность по поводу государственного надзора за электронными СМИ Японии». Среди прочих ограничений отмечаются попытки влияния на содержание информационных сообщений со стороны Министерства внутренних дел и коммуникаций и Секретариата Кабинета министров Японии, в том числе в связи с проблемами, имеющими важное политическое значение. Например, по некоторым сведениям, в 2014–2015 гг. имело место давление администрации премьер-министра Японии С. Абэ на телевизионные компании с целью изменения критической антиправительственной повестки, а после аварии на АЭС Фукусима энергетическая компания ТЕРСО, предположительно, избегала слова мелтдаун¹ по требованию правительства Японии (Freedom House, 2023a).

Еще одной силой, способствующей унификации точек зрения на деликатные вопросы, заставляющей японских журналистов избегать неудобных и острых тем и не высказывать точки зрения, идущие вразрез с официальной повесткой, несмотря на большое разнообразие СМИ и высокую конкуренцию между ними, является самоцензура, также отмеченная в отчете «Фридом хаус» как одно из существенных ограничений информационной свободы в Японии. Самоцензура в японском интернет-пространстве имеет место именно в связи с историческими и социальными проблемами. Так, например, люди «избегают критики роли Императора Японии, в особенности в контексте таких исторических событий, как Вторая мировая война». Это связывается с ценностью «гармонии» в японском обществе (Freedom House, 2023a). Можно добавить, что большую роль здесь играет также принадлежность человека к различным социальным группам: в СМИ это пресс-клубы (яп. *кися курабу*), которые не только предоставляют доступ к важной информации, но и создают пространство, в котором члену коллектива трудно идти вразрез с мнением большинства. Стремление к гармонии и стабильности, избегание неопределенности и прямых конфликтов в целом свойственны японскому обществу,

1 Расплавление активной зоны реактора (прим. авт.).



представляющему собой единый отлаженный механизм, состоящий из множества групп разного уровня (Лебедева и др., 2018, с. 145). Самая большая из этих групп – японский народ.

Японо-китайская война 1937-1945 гг., в которой Япония имеет статус победенного агрессора, – одна из самых болезненных тем (возможно, самая болезненная) для японского народа и государства. Даже современное поколение японцев, которое не столкнулось с войной напрямую, не любит говорить о войне, избегая упоминания связанных с ней неприятных деталей и обстоятельств. В то же время по некоторым ключевым вопросам, связанным с войной, существует широкий консенсус. Не последнюю роль в этом сыграла государственная политика, уже в первые послевоенные десятилетия включившая ряд мер, направленных на смягчение послевоенной травмы. Утвержденные Министерством образования учебники истории, массовая культура и, конечно, СМИ придерживались генеральной линии пацифизма и гуманизма, отодвигая на второй план тяжелые эпизоды войны. Параллельно акцентировалось положение Японии как жертвы, пострадавшей от атомных бомбардировок, развивая у японской аудитории комплекс виictimности (Стрельцов, 2016, с. 338).

О смещении акцентов в восприятии событий военного прошлого свидетельствует большая осведомленность о тихоокеанском театре военных действий, атомных бомбардировках Хиросимы и Нагасаки и дате капитуляции Японии, чем о событиях на китайском фронте, у японских учащихся ВУЗов и школ, опрошенных по случаю 50-летию окончания войны Специальной японо-китайской комиссией по исследованию учебников истории¹. В том же опросе заметна показательная склонность аудитории сомневаться и не давать определенных ответов на такие болезненные вопросы, как «кто виноват в развязывании войны» и «что стало ее причиной» (Japanese Students' Views..., 1996, p. 9; 16-17; 27; 31).

Еще одним результатом транслируемой СМИ политики можно считать мнение читателей ведущей японской экономической газеты «Никкэй» в электронном опросе, проведенном в 2015 г. по случаю 70-летней годовщины окончания войны. 77% респондентов согласились с тем, что правительство Японии уже принесло достаточно извинений пострадавшим странам и больше не должно этого делать (Nikkei, 2015). В силу упомянутой специфики японского общества и болезненности памяти о войне идея о том, что Япония уже сделала достаточно для того, чтобы искупить свою вину, оказывается предпочтительной для основной массы читателей.

Путь, который прошла память о войне в КНР в послевоенный период, был связан с политическими приоритетами КПК – единственной правящей партии страны. Обида на японскую агрессию не была главной темой полити-

1 От 60 до 70% опрошенных в зависимости от степени обучения при этом отметили СМИ (телевизионные новости и газеты) как важный источник информации о Китае и китайском народе (прим. авт.).



ческой повестки в 1950-е, 1960-е и 1970-е гг. В этот период интересы коммунистов были сосредоточены на проблеме выхода вновь провозглашенного государства из международной изоляции (для чего, в частности, были необходимы хорошие отношения с Токио), а врагом представлялась скорее не Япония, а враждебный КПК режим Чан Кайши (Стрельцов, 2016, с. 338-339).

Пронизанные духом патриотизма и гордости за одержанную победу статьи официальной газеты ЦК КПК «Жэньминь жибао», выходившие в это время, зачастую соседствовали с публикациями о перспективах нормализации и развития японо-китайских отношений, торгово-экономическом сотрудничестве двух стран и дружбе их народов. Так, уже через 10 лет после победы над Японией, 3 сентября 1955 г., в газете опубликована статья «Ключевые факторы развития китайско-японской торговли» (Renmin Ribao, 1955), в конце августа 1965 г., незадолго до 20-летия победы, на первой полосе газеты сообщается о радушном приеме 200 представителей японской молодежи на вокзале Пекина (Renmin Ribao, 1965), а в сентябре 1972 г. широко освещается дружба с Японией в свете визита в КНР японского премьер-министра К. Танака и нормализации двусторонних отношений.

Ответственность японского народа при этом подчеркнуто отделяется от ответственности пришедших к власти милитаристов, народ Японии представляется как также пострадавший от бедствий войны, а вина за слабое сопротивление японскому наступлению возлагается на сумятицу, внесенную действиями Гоминьдана. Об этом говорится, например, в редакционной статье от 7 июля 1967 г. по случаю 30-летия Инцидента на мосту Лугоуцяо¹ (Renmin Ribao, 1967).

После смерти Мао Цзэдуна (1976) преобладавший ранее героический нарратив о «Китае как победителе» начинает плавно переходить в нарратив виктимизации, то есть представления Китая как жертвы внешних захватчиков (Gries, 2004, р. 79). При сохранении некоторых прежних взглядов и приоритетов (главной силой, победившей в войне, остаются КПК и китайский народ, а отношения с Японией по-прежнему важны) это выражается в усилении акцентов на страданиях, причиненных китайскому народу, и количестве жертв. Необходимость смены нарратива была обусловлена в первую очередь новой реальностью внутри страны, когда рыночные реформы и сопровождавший их политический кризис требовали нового идеологического фундамента.

В редакционных статьях «Жэньминь жибао», опубликованных 3 сентября 1985 и 1995 г., присутствует одна и та же мысль о том, что «бьют слабых» (Renmin Ribao, 1985; Renmin Ribao, 1995). Память о прошлом унижении и слабости Китая становится опорой для идеологического сплочения и объединения сил на пути к реализации новых целей реформ, модернизации и развития. Характерно также, что тема памяти о жертвах Нанкинской резни – одного из самых кровопролитных эпизодов войны – выходит на первые

1 Инцидент на мосту Лугоуцяо считается формальным поводом для полномасштабного вторжения в Китай японской Императорской армии (прим. авт.).



полосы «Жэньминь жибао» в 1980-е гг., после открытия в Нанкине соответствующего мемориала.

В 1990-е (и далее в 2000-е) гг. под влиянием иницизированной правительством КНР программы «патриотического воспитания»¹ набирает обороты пропаганда, направленная на формирование еще большего единства, повышение самоуважения и национальной гордости китайского народа. С точки зрения восприятия истории это предполагало переосмысление событий прошлого в современном идеологическом ключе: на смену основанной на классовой борьбе марксистской парадигме, господствовавшей в период Холодной войны, пришло понимание того, что государство приобрело свой современный облик благодаря преодолению «национального унижения» – периода, когда Китай находился под гнетом западных и японских варваров – под руководством КПК. Своей кульминации эта идея достигла в провозглашенной Си Цзиньпином в 2013 г. стратегической концепции «мечты о великом возрождении китайской нации», где память о победе над японским агрессором играет мотивационную роль для реализации комплекса целей экономического, политического, социокультурного и духовного характера.

Важнейшим средством обновления дискурса при этом являются СМИ, роль которых отмечена во всех редакциях основополагающего документа данной политики, начиная с 1994 г. Так, в тексте «Руководящих принципов реализации патриотического воспитания в новую эпоху» 2019 г. говорится об эффективном использовании традиционных и современных СМИ для создания необходимой патриотической атмосферы, в том числе с целью исключения «ошибочного мышления» (The State Council..., 2019).

В 2000-е гг. СМИ Китая и Японии транслируют то восприятие японо-китайской войны, которое формировалось и видоизменялось на протяжении послевоенного периода. Определяющую роль здесь играют статус сторон в этой войне (Японии – как бывшего агрессора, Китая – как страны, подвергшейся нападению), итоги войны, способность общества преодолеть травмы прошлого и приоритеты государственной политики. По прошествии времени память превратилась в самостоятельную субстанцию, которая может быть использована как инструмент для достижения политических целей, помимо своей прямой функции – хранения информации. Идеологическая функция памяти более выражена в Китае, где преобладает жесткий контроль сверху; для Японии актуальны мотивы восстановления «лица» и повышения престижа, которые в равной степени осознаются государством и обществом, а также, безусловно, преодоление травмы, поддержание стабильности и гармонии.

С учетом той роли, которую играют СМИ в каждой из стран, все это определяет тональность публикаций, связанных с войной, присутствие или отсутствие определенных акцентов в таких публикациях. В китайских СМИ, придержи-

1 Новых мер для сплочения народа и повышения легитимности партии потребовали события 1989 г. на площади Тяньаньмэнь. Программа патриотического воспитания реализуется с 1994 г. по сегодняшний день (последние директивы вышли в конце 2023 г.) в образовательной и культурной сферах (прим. авт.).



живающихся генеральной линии партии, в торжественном и возвышенном стиле восславляется одержанная победа. Победа вписана в широкий контекст всемирной борьбы с фашизмом, при этом акцент на вкладе в победу Китая как страны, больше всех пострадавшей от японской агрессии, дает возможность использовать эту риторику для усиления патриотического подъема и обоснования современной роли КНР на мировой арене.

В Японии, где главная памятная дата, связанная с войной, называется «Днем траура по погибшим и мольбы за мир»¹, ведущие СМИ, такие, как телеканал NHK, газеты «Ёмиури», «Санкэй», «Асахи», «Майнити», транслируют в этот день скорбь по погибшим и неизменную идею о ценности мира, которая переосмысливается в современном геополитическом контексте. В отличие от Китая это переосмысление связано в первую очередь с угрозами миру и безопасности, сохраняющимися в XXI в. В зависимости от принадлежности газеты к тому или иному политическому спектру эта риторика может быть или не быть в русле политики правящей партии, однако общим является стремление избегать болезненных деталей, которые подчеркивают статус Японии как бывшего агрессора.

Связь памяти о войне с общим контекстом японо-китайских отношений

Помимо асимметричности памяти, в 2000-е гг. в СМИ Китая и Японии ярко прослеживается сложность современных японо-китайских отношений, переплетение проблемы памяти о войне с комплексом других проблем.

Фактор СМИ в ухудшении взаимного восприятия народов изначально не выделялся в рассмотренных нами опросах общественного мнения, однако очевидно, что, что большую часть информации друг о друге стороны получали именно из этого источника. Даже в 2022 г. опыт посещения страны-соседа имели только 16,5% японских и 9,9% китайских респондентов (The Genron NPO, 2022). В 2006 г. таких людей было еще меньше – лишь 12,9% японской и 1,2% китайской аудитории, при этом для 90% респондентов (с обеих сторон) это были новости, получаемые, в зависимости от социальной группы, из телевидения, газет или интернета (The Genron NPO, 2006).

Причины негативного восприятия двумя народами друг друга претерпевали изменения год от года в связи с конкретными событиями японо-китайских отношений², однако неизменным является общий фон, связанный с японо-китайской войной, особенно для китайской стороны. Показательно, что в 2006 г. для 89,3% китайской аудитории центральное место в восприятии Японии занимали исторические проблемы, а именно – «Маньчжурский инци-

1 Если в КНР День победы связан с подписанием Японией Акта о капитуляции, то Япония отмечает день первоначального анонса о капитуляции, сделанного императором 15 августа по японскому времени (прим. авт.).

2 Например, в опросе 2008 г. нашел отражение инцидент с поставкой в Японию партии китайских пельменей, в которых было обнаружено отравляющее вещество (прим. авт.).



дент и японо-китайская война», в то время как японцы в большей степени воспринимали Китай через призму современной ситуации – политического строя и экономического развития страны (The Genron NPO, 2006). Немного позже, когда обследования «Гэнрон НПО» становятся более детализированными, среди главных факторов негативного восприятия Китая японской аудиторией появляется «недовольство критикой [со стороны Китая] в связи с историческими проблемами», а с китайской стороны выделяется «отсутствие подобающего осознания [японской стороной] истории [своей] агрессии» (в 2010 г. на них указали 35,3% опрошенных японцев и 53,4% опрошенных китайцев (The Genron NPO, 2011)). Эти факторы присутствуют и сохраняют свою значимость до сих пор; более того, доля китайцев, недовольных «отсутствием подобающего осознания...», колеблется в 2020-е гг. между 70 и 80%.

Интересно, что фактор СМИ (который, как было упомянуто ранее, присутствовал изначально и вносил вклад в различные аспекты взаимного восприятия) был выделен сравнительно недавно и в разных формулировках для каждой из сторон: для Японии это – «китайские СМИ не прекращают публиковать антияпонские сообщения», а для Китая – «японские СМИ транслируют идею о китайской угрозе» (см. график 1). Отсюда можно сделать несколько важных выводов. Во-первых, СМИ вносят весомый вклад во взаимное восприятие двух народов; во-вторых, этот вклад является преимущественно негативным (роль СМИ среди положительных факторов не отмечена, хотя можно предполагать, что тоже имеет место); наконец, сообщения СМИ имеют комплексный характер, формируя различные компоненты двустороннего восприятия, и это восприятие связано с памятью о японо-китайской войне.

Всплеск антияпонских настроений в Китае в начале 2000-х гг., послуживший одной из причин инициирования опросов «Гэнрон НПО», был связан с освещением в СМИ регулярных визитов премьер-министра Японии Дз. Коидзуми в синтоистский храм Ясукуни, где почитаются души воинов, погибших за Японию и императора¹. Как отметил один из ведущих новостных ресурсов Китая Sina в октябре 2005 г., пятый по счету визит японского премьер-министра в святилище в год 60-летия окончания войны «оскорбляет чувства китайского народа» и «подорывает политические основы японо-китайских отношений». Связывая эту проблему с современными политическими амбициями Японии, Sina отмечает, что при таком поведении государственного лидера страна не сможет заслужить доверие стран Азии и стать постоянным членом Совета безопасности ООН (Sina, 2005).

1 Особую остроту этой проблеме придает включение в число почитаемых воинов прямых участников преступлений японской Императорской армии в Китае, осужденных военными трибуналами после войны (прим. авт.).

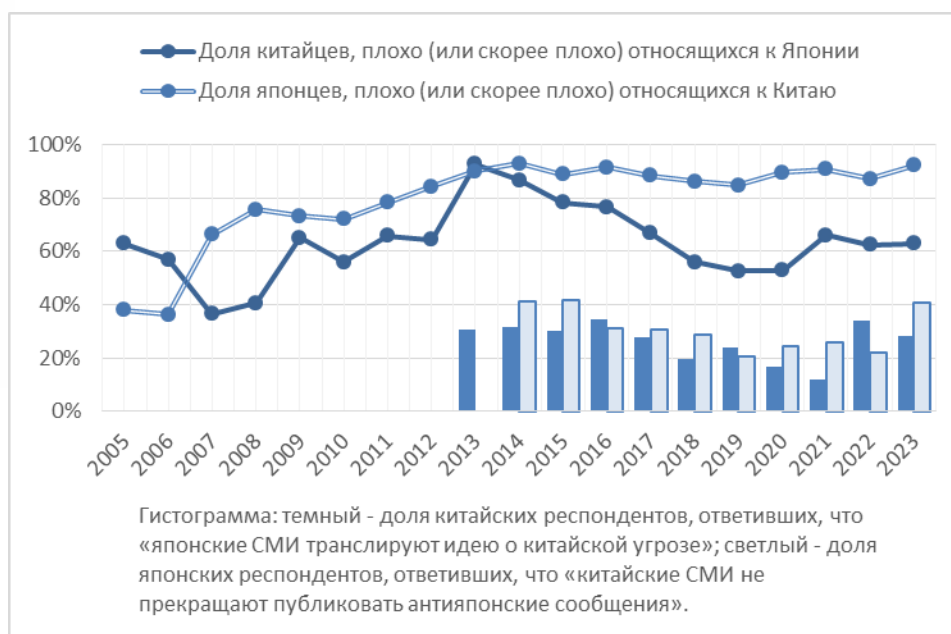


График 1. Динамика негативного восприятия китайцами и японцами друг друга и вклад фактора СМИ

Figure 1. Dynamics of Chinese and Japanese negative perceptions of each other and the contribution of mass media

Составлено автором по данным совместных японо-китайских опросов общественного мнения «Гэнрон НПО» (The Genron NPO) за разные годы.

Параллельно в китайских СМИ получает широкое освещение критика содержания японских учебников истории – еще один предмет серьезных разногласий стран, связанных с памятью о войне. Истоки этого конфликта на политическом уровне можно проследить с начала 1980-х гг., когда Китаем была вручена первая официальная нота протеста, однако в 2000-е гг. он возобновляется с новой силой. В марте 2005 г. Sina публикует статью «Жэньминь жибао» о необходимости вынесения проблемы японских учебников истории на международный уровень. Предлагается, чтобы, пользуясь случаем 60-летия всемирной победы над фашизмом, страны Азии донесли до мирового сообщества «всю правду об истории японской агрессии». Проблема искажения фактов, связанных с японо-китайской войной, в учебниках истории вновь представляется как препятствие для того, чтобы Япония заслужила уважение мирового сообщества и преодолела свою «политическую ущербность». Упоминается и о регулярной практике паломничества в Ясукуни, которая дополняет картину «обеления [Японией] истории своей агрессии и военных преступлений» (Sina, 2005a).

Рост антияпонских настроений, который можно видеть на графике в 2008 г., как отмечает сама организация «Гэнрон НПО», связан с изменением формы опроса для китайской аудитории. Набор вопросов был приближен



к тем, которые задавались японским респондентам, что позволило более рельефно выявить общий негативный фон, связанный с памятью о войне (The Genron NPO, 2009). Этот фон оставался достаточно сильным несмотря на то, что в 2009 г., впервые за более чем полвека, в Японии на смену консервативной Либерально-демократической партии пришла к власти Демократическая партия Японии (ДПЯ), и на нее возлагались большие надежды в плане укрепления дружеских отношений Японии со странами Азии. Хотя китайские СМИ сообщали, что лидер ДПЯ премьер-министр Н. Кан и его кабинет отказались от посещения Ясукуни в очередную годовщину капитуляции Японии, это обстоятельство не сильно улучшило ситуацию. Что касается общей риторики, связанной с войной, то редакционная статья «Жэньминь жибао» от 2 сентября 2010 г. придерживается устоявшегося к этому времени нарратива о мощи современного Китая, его силе и непобедимости на мировой арене благодаря одержанной в прошлом победе. Декларируется также ценность мирного развития и необходимость извлекать для этого уроки из прошлого (Chinanews, 2010).

Следующим серьезным потрясением для китайской общественности можно считать национализацию в сентябре 2012 г. правительством Японии трех островов из архипелага Сэнкаку (кит. Дяоюйдао), который является предметом спора между Китаем, Тайванем и Японией в силу своего стратегического значения и наличия рыбных и нефтегазовых ресурсов в прибрежных водах. Предпосылки к территориальному спору возникли еще в 1895 г., когда острова после первой японо-китайской войны впервые попали под контроль Японии. После потери Сэнкаку в 1945 г. Япония вновь вернула контроль над островами, получив их от США вместе с архипелагом Нансэй. Однако отсутствие, по мнению Китая, исчерпывающего обоснования японского суверенитета над архипелагом и различия в интерпретации сторонами исторических предпосылок его принадлежности делает эту проблему одной из наиболее острых среди всех издержек войны и памяти о ней.

После национализации островов Японией в китайские СМИ выплескивается буря негодования, и вскоре проблема начинает представляться в более широком контексте. В сентябре 2013 г. проблема островов упоминается газетой «Жэньминь жибао» в связи с памятью о Мукденском инциденте¹. Отмечается, что Япония вновь посягнула на суверенитет Китая, но после войны Китай стал значительно сильнее и смог дать решительный ответ, отправив к островам патрульные корабли (Sina, 2013). Тема островов получает также освещение с точки зрения анализа итогов войны и обоснования права китайского контроля над ними. Например, в 2017 г. ряд интернет-ресурсов публикует статью агентства «Синьхуа» «Дяоюйдао принадлежат Китаю!» с анализом Потсдамской декларации (Sohu, 2017).

1 Считается, что подрыв железной дороги около Мукдена 18 сентября 1931 г. стал отправной точкой захвата Маньчжурии японской Квантунской армией (прим. авт.).



В 70-ю и 75-ю годовщины окончания войны (2015 и 2020 гг.) особое внимание уделяется проблеме извинений государственных лидеров Японии. Сохраняется большое уважение к бывшему премьер-министру Японии Т. Мураяма, который, как считается, принес в 1995 г. наиболее полные извинения от лица государства пострадавшим народам Азии. В то же время в китайском медиапространстве нарастает разочарование политикой премьер-министра С. Абэ и его поведением в знаковые памятные даты. Как отмечает 15 августа 2015 г. агентство «Синьхуа», «“речь Абэ” не только не превзошла по своей силе “речь Мураяма”, произнесенную 20 лет назад, но является попыткой правительства Японии поставить точку в основанном на раскаянии и сожалении понимании истории». Там же говорится о том, что «двусмысленная, невнятная и неискренняя речь Абэ – не только предательство предшественников, вновь построивших мирное государство после войны, и безответственное отношение к будущим поколениям, но и [причина, по которой] Япония не сможет заслужить подлинного доверия соседних стран Азии и мирового сообщества» (СРСnews, 2015). Не менее резкой была оценка речи Абэ, произнесенной в 2020 г.

В последние годы китайские СМИ продолжают следить за изменениями в японских учебниках истории, посещением храма Ясукуни политическими деятелями Японии, активностью кораблей в районе архипелага Сэнкаку / Дяоюйдао. Можно ожидать, что большой резонанс вызовет предстоящая 80-летняя годовщина победы.

Интересно отметить, что память о японо-китайской войне способствует нагнетанию напряженности по поводу не связанных с ней современных событий, как это произошло в 2023 г. после объявления Японии о начале сброса в Тихий океан очищенной радиоактивной воды с АЭС Фукусима. В одной из последних статей агентства «Синьхуа» на эту тему сброс загрязненной воды оценивается как поступок, безответственный не только по отношению к мировому океану, человечеству и будущим поколениям, но и к истории, а в завершении отмечено, что «судя по истории прошлой агрессивной войны, Японии свойственно скрывать и замалчивать свои преступные деяния» (Xinhua, 2023).

Напомним, что одним из главных факторов негативного восприятия Китая в Японии является исходящая от КНР постоянная критика в связи с памятью о японо-китайской войне, существенная часть которой транслируется через СМИ. Примечательно, что на сам «факт войны, которая имела место в прошлом» указывают лишь около 3% японских респондентов «Гэнрон НПО», плохо настроенных к Китаю, в то время как «недовольство критикой» вызывает негативную реакцию у трети опрошенных (The Genron NPO, 2023).

С тех пор, как антикитайские настроения в Японии резко усилились в начале 2000-х гг., они остаются на стабильно высоком уровне (см. график)¹.

1 Более резкие колебания китайского графика и гладкость японского могут быть объяснены, по нашему мнению, эмоциональностью китайской аудитории, с одной стороны, и с другой – стабильностью и



Ответом ведущих японских СМИ на критику со стороны Китая является, как правило, оправдание японской стороны (будь то проблема посещения храма Ясукуни, содержание учебников истории или национализация островов Сэнкаку), а если не оправдание, то призыв к более осторожным действиям в интересах стабильного развития японо-китайских отношений.

Действия Китая воспринимаются как «демонстрация силы» и пропаганда, в которой присутствует значительный антияпонский компонент. Так, после первого военного парада, прошедшего в КНР по случаю 70-летия победы над Японией 3 сентября 2015 г.¹, японские телеканалы в разной форме выразили обеспокоенность нарастающей со стороны Китая военной угрозой и сомнения в мирных намерениях, декларируемых Си Цзиньпином. В редакционной статье газеты «Ёмиури» от 4 сентября 2015 г. говорится о стремлении Китая исключить США из сложившегося в Азии политического порядка и подчеркнутым председателем КНР превосходстве над Японией (речь идет о фразе «в результате великой победы попытки японского милитаризма поработить Китай были разбиты в пух и прах»). Чрезмерное фокусирование на памяти о японо-китайской войне, с точки зрения японских авторов, не способствует примирению сторон, и объясняя такое поведение китайских СМИ, они ссылаются на внутривнутриполитические мотивы КПК (повышение легитимности партии и подъем патриотизма). С аналогичного (хотя и более мягкого по отношению к Китаю) ракурса рассматривали прошедший в 2015 г. парад газеты противоположного политического спектра: «Асахи» призвала к пересмотру концепции военного доминирования, а «Майнити» выразила сожаление в связи с антияпонской риторикой парада, «которая особенно неприятна, когда на первый план выходит вопрос вооружений» (Zhang, 2017, p. 179-183).

С другой стороны, японская пресса с удовлетворением отмечает, что в последние годы Си Цзиньпин не проявляет прежней активности в национальные памятные даты КНР, связанные с войной. Отсутствие председателя Си на праздновании 77-летней годовщины победы над Японией 3 сентября 2022 г. и на 86-летней годовщине Нанкинской резни 13 декабря 2023 г.² связывается с соображениями благополучия японо-китайских отношений (TV Asahi, 2022; Jiji Press, 2023).

Выводы

Исследование отражения памяти о японо-китайской войне в современных СМИ Китая и Японии показало, что каждая из стран по-своему относится к процессу проработки своей исторической травмы. Во многом это связано с самим характером травмы. Статус Китая как победителя,

последовательностью (в том числе во взглядах на болезненные проблемы), к которым стремится достаточно инерционное по своему характеру японское общество (прим. авт.).

1 Ранее подобные парады проводились только в день образования КНР 1 октября (прим. авт.).

2 13 декабря было объявлено Национальным днем поминовения жертв массовой резни в Нанкине в 2014 г. (прим. авт.).



который понес от Японии большие потери, дает возможность использования травмы прошлого в качестве основания для строительства современной идеологии, что наглядно демонстрируют публикации ведущих китайских СМИ. Что касается Японии, то ее статус страны, которая также понесла в войне большие потери, но потерпела при этом сокрушительное поражение, приводит к тому, что травма, оставшаяся после войны, имеет иной характер и связана с потерей лица и позором. В результате в японских СМИ можно наблюдать нежелание вспоминать о тяжелых эпизодах войны или болезненную реакцию на критику со стороны Китая. То есть в случае Японии также имеет место отказ от проработки травмы, или ее неполная проработка, но уже по иным причинам. СМИ при этом являются, с одной стороны, своего рода «зеркалом», отражающим происходящие в странах социальные и политические процессы, с другой, в случае Китая, – конструктором травмы, которая умело используется в политических целях.

К началу 2000-х гг. японо-китайские отношения усложнились настолько, что память о войне тесно переплетается с целым комплексом современных проблем (в том числе усиливая те из них, которые не имеют к ней непосредственного отношения). В этих условиях довольно сложно представить, чтобы историческая память, отраженная в медиа-источниках, была фактором формирования позитивного отношения двух народов друг к другу. Это невозможно по крайней мере до тех пор, пока у стран сохраняются разногласия в интерпретации событий прошлого и противоречащие друг другу политические интересы.

Если для стран с более сильным государственным контролем СМИ возможность международного консенсуса определяется по большей части решениями сверху, то по мере роста уровня свободы СМИ повышается значение демократических механизмов. В этом отношении Китай и Япония, с одной стороны, имеют общие черты (в плане нежелания вспоминать неудобные для себя обстоятельства прошлого и ограничений на публикуемую информацию), с другой – принципиально различаются с точки зрения общественного устройства и политической системы. Это означает, что каждая из стран должна пройти свой путь для поиска точек соприкосновения в медиaprостранстве, где память о японо-китайской войне по-прежнему остается одной из самых сильных составляющих негативного информационного фона.

Финансирование

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда, проект № 23-18-00109 «Нарративы “исторических обид” в официальном дискурсе и государственной политике стран Северо-Восточной Азии».



The research was funded by the Russian Science Foundation, grant No. 23-18-00109 “Narratives of ‘historical grievances’ in the official discourse and state policy of the countries of Northeast Asia”.

Список литературы

- 2nd Japan-China Joint Public Opinion Poll Results. (2006). The Genron NPO. <https://www.genron-npo.net/world/archives/853.html>
- 7th Japan-China Joint Public Opinion Poll Comparison Results. (2011). The Genron NPO. <https://www.genron-npo.net/pdf/forum2011.pdf>
- 18th Japan-China Joint Public Opinion Poll Results. (2022). The Genron NPO. <https://www.genron-npo.net/world/archives/13950-2.html>
- 19th Japan-China Joint Public Opinion Poll Comparison Results. (2023). The Genron NPO. <https://www.genron-npo.net/world/archives/16585-2.html>
- Both Peoples Still Have a Negative Impression of the Other Country – Results of the 5th Japan-China Joint Opinion Poll. (2009). The Genron NPO. <https://www.genron-npo.net/world/archives/6489-2.html>
- Break through Barriers and Come to the Sino-Japanese Youth Gala Filled with Friendship... (1965). Renmin Ribao. <https://www.laoziliao.net/rmrb/1965-08-24-1#345023>
- Ceremony Commemorating the 86th Anniversary of the Nanjing Incident Calls for Stability towards Japan; Xi is Absent – China. (2023). Jiji Press. <https://www.jiji.com/jc/article?k=2023121300867&g=int>
- Diaoyu Islands are China's! 72 Years Ago Today, the “Potsdam Declaration” Urged Japan to Surrender Unconditionally! (2017). Sohu. https://www.sohu.com/a/160063966_177766
- Event on the 77th Anniversary of China’s “Anti-Japanese Victory Day.” (2022). TV Asahi. https://news.tv-asahi.co.jp/news_international/articles/000267210.html
- Foreign Media Urge China not to Promote History of Humiliation. (2013). Sina. <https://mil.news.sina.com.cn/2013-09-19/1001741256.html?from=wap>
- Freedom on the Net. Japan. (2023). Freedom House. <https://freedomhouse.org/country/japan/freedom-net/2023>
- Gries, P. H. (2004). *China’s New Nationalism. Pride, Politics, and Diplomacy*. University of California Press.
- Historical Revelation. (1985). Renmin Ribao. <https://www.laoziliao.net/rmrb/1985-09-03-1#703067>
- Internet Freedom Scores. (2023). Freedom House. <https://freedomhouse.org/countries/freedom-net/scores>
- Japanese Students’ Views on the 15-year War and Textbooks. Attitude Survey Regarding History of Japan-China Relations. (1996). Adobanteji saba.
- Junichiro Koizumi Pays another Public Visit to the Yasukuni Shrine Making it Difficult to Escape Historical Guilt. (2005). Sina. <https://news.sina.cn/sa/2005-10-18/detail-ikknscsi8030433.d.html?from=wap>



- Kotera, A., & Kanayama, Ts. (2007). How was the “60th Anniversary of the End of the War” Reported? – A Quantitative Comparative Analysis of Major East Asian Newspapers. *Communication Research*, 37, 81–100.
- Peace and Justice are Invincible*. (1995). Renmin Ribao. <https://www.laoziliao.net/rmrb/1995-09-03-1#986771>
- People’s Daily Commentary: Japanese Textbook Issue should be Internationalized*. (2005). Sina. <https://news.sina.cn/sa/2005-03-25/detail-ikkntiam3045450.d.html>
- People’s Daily Editorial: Commemorating the 65th Anniversary of the Victory of the Chinese People’s War of Resistance against Japanese Aggression and the World Anti-Fascist War*. (2010). Chinanews. <https://www.chinanews.com.cn/gn/2010/09-02/2509045.shtml>
- People’s War is Invincible*. (1967). Renmin Ribao. <https://www.laoziliao.net/rmrb/1967-07-07-1#368408>
- Quick Vote Commentary. Government Apology “Already Enough” [Reaches] 77%*. (2015). Nikkei. <https://www.nikkei.com/article/DGXMZ087290950W5A520C1110000/>
- The Central Committee of the Communist Party of China and the State Council Issued the “Implementation Outline of Patriotism Education in the New Era.”* (2019). The State Council of the People’s Republic of China. https://www.gov.cn/zhengce/2019-11/12/content_5451352.htm
- The Key to Developing Sino-Japanese Trade*. (1955). Renmin Ribao. <https://www.laoziliao.net/rmrb/1955-09-03-3#129399>
- World Press Freedom Index*. (2023). Reporters Without Borders. <https://rsf.org/en/index>
- Xinhua Commentary: Japan’s Discharge of Nuclear-Contaminated Water Will Destroy its National Image*. (2023). Xinhua. http://www.xinhuanet.com/2023-08/23/c_1129818597.htm
- Xinhua International Commentary: “Abe’s Speech” is Blurry and Lacks Sincerity*. (2015). CPCnews. <http://cpc.people.com.cn/pinglun/n/2015/0815/c241127-27465978.html>
- Zhang, X. H. (2017). The Images of China in Japanese Media: A Framing Analysis of Television Reporting on 2015 Chinese Military Parade. *Journalism & Media*, 10(3), 169–191.
- Артамонов, Д. С. (2022). Медиапамять: Теоретический аспект. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 4(2), 65–83. <https://doi.org/10.46539/gmd.v4i2.269>
- Буранок, С. О., & Селифонтова, Д. Ю. (2021). Японо-китайская война и “New York Times”. *Известия Самарского научного центра Российской академии наук. Исторические науки*, 3(1), 57–64. <https://doi.org/10.37313/2658-4816-2021-3-1-57-64>
- Лебедева, И. П., Мещеряков, А. Н., & Стрельцов, Д. В. (Ред.). (2018). *Японский феномен глазами российских японоведов*. Аспект Пресс.
- Стрельцов, Д. В. (2016). Идентичности России и Японии в послевоенный период (1945–1991 гг.). *Ежегодник Японии*, 45, 333–348.

References

- 18th Japan–China Joint Public Opinion Poll Results*. (2022). The Genron NPO. <https://www.genron-npo.net/world/archives/13950-2.html>



- 19th Japan–China Joint Public Opinion Poll Comparison Results. (2023). The Genron NPO. <https://www.genron-npo.net/world/archives/16585-2.html>
- 2nd Japan–China Joint Public Opinion Poll Results. (2006). The Genron NPO. <https://www.genron-npo.net/world/archives/853.html>
- 7th Japan–China Joint Public Opinion Poll Comparison Results. (2011). The Genron NPO. <https://www.genron-npo.net/pdf/forum2011.pdf>
- Artamonov, D. S. (2022). Media Memory: Theoretical Aspect. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 4(2), 65–83. <https://doi.org/10.46539/gmd.v4i2.269> (In Russian).
- Both Peoples Still Have a Negative Impression of the Other Country – Results of the 5th Japan–China Joint Opinion Poll. (2009). The Genron NPO. <https://www.genron-npo.net/world/archives/6489-2.html>
- Break through Barriers and Come to the Sino–Japanese Youth Gala Filled with Friendship... (1965). Renmin Ribao. <https://www.laoziliao.net/rmrb/1965-08-24-1#345023>
- Buranok, S. O., & Selifontova, D. Yu. (2021). Sino–Japanese War and “New York Times”. *Izvestia of the Samara Scientific Center of the Russian Academy of Sciences. Historical Sciences*, 3(1), 57–64. <https://doi.org/10.37313/2658-4816-2021-3-1-57-64> (In Russian).
- Ceremony Commemorating the 86th Anniversary of the Nanjing Incident Calls for Stability towards Japan; Xi is Absent – China. (2023). Jiji Press. <https://www.jiji.com/jc/article?k=2023121300867&g=int>
- Diaoyu Islands are China’s! 72 Years Ago Today, the “Potsdam Declaration” Urged Japan to Surrender Unconditionally! (2017). Sohu. https://www.sohu.com/a/160063966_177766
- Event on the 77th Anniversary of China’s “Anti–Japanese Victory Day.” (2022). TV Asahi. https://news.tv-asahi.co.jp/news_international/articles/000267210.html
- Foreign Media Urge China not to Promote History of Humiliation. (2013). Sina. <https://mil.news.sina.com.cn/2013-09-19/1001741256.html?from=wap>
- Freedom on the Net. Japan. (2023). Freedom House. <https://freedomhouse.org/country/japan/freedom-net/2023>
- Gries, P. H. (2004). *China’s New Nationalism. Pride, Politics, and Diplomacy*. University of California Press.
- Historical Revelation. (1985). Renmin Ribao. <https://www.laoziliao.net/rmrb/1985-09-03-1#703067>
- Internet Freedom Scores. (2023). Freedom House. <https://freedomhouse.org/countries/freedom-net/scores>
- Japanese Students’ Views on the 15–year War and Textbooks. Attitude Survey Regarding History of Japan–China Relations. (1996). Adobanteji saba.
- Junichiro Koizumi Pays another Public Visit to the Yasukuni Shrine Making it Difficult to Escape Historical Guilt. (2005). Sina. <https://news.sina.cn/sa/2005-10-18/detail-iknscsi8030433.d.html?from=wap>
- Kotera, A., & Kanayama, Ts. (2007). How was the “60th Anniversary of the End of the War” Reported? – A Quantitative Comparative Analysis of Major East Asian Newspapers. *Communication Research*, 37, 81–100.
- Lebedeva, I. P., Meshcheryakov, A. N., & Streltsov, D. V. (Eds.). (2018). *The Japanese phenomenon through the eyes of Russian Japanologists*. Aspect Press. (In Russian).



- Peace and Justice are Invincible.* (1995). Renmin Ribao. <https://www.laoziliao.net/rmrb/1995-09-03-1#986771>
- People's Daily Commentary: Japanese Textbook Issue should be Internationalized.* (2005). Sina. <https://news.sina.cn/sa/2005-03-25/detail-ikntiam3045450.d.html>
- People's Daily Editorial: Commemorating the 65th Anniversary of the Victory of the Chinese People's War of Resistance against Japanese Aggression and the World Anti-Fascist War.* (2010). Chinanews. <https://www.chinanews.com.cn/gn/2010/09-02/2509045.shtml>
- People's War is Invincible.* (1967). Renmin Ribao. <https://www.laoziliao.net/rmrb/1967-07-07-1#368408>
- Quick Vote Commentary. Government Apology "Already Enough" [Reaches] 77%.* (2015). Nikkei. <https://www.nikkei.com/article/DGXMZO87290950W5A520C110000/>
- Streltsov, D. V. (2016). Russian and Japanese Identities in the Postwar Period (1945–1991). *Yearbook Japan*, 45, 333–348. (In Russian).
- The Central Committee of the Communist Party of China and the State Council Issued the "Implementation Outline of Patriotism Education in the New Era."* (2019). The State Council of the People's Republic of China. https://www.gov.cn/zhengce/2019-11/12/content_5451352.htm
- The Key to Developing Sino-Japanese Trade.* (1955). Renmin Ribao. <https://www.laoziliao.net/rmrb/1955-09-03-3#129399>
- World Press Freedom Index.* (2023). Reporters Without Borders. <https://rsf.org/en/index>
- Xinhua Commentary: Japan's Discharge of Nuclear-Contaminated Water Will Destroy its National Image.* (2023). Xinhua. http://www.xinhuanet.com/2023-08/23/c_1129818597.htm
- Xinhua International Commentary: "Abe's Speech" is Blurry and Lacks Sincerity.* (2015). CPCnews. <http://cpc.people.com.cn/pinglun/n/2015/0815/c241127-27465978.html>
- Zhang, X. H. (2017). The Images of China in Japanese Media: A Framing Analysis of Television Reporting on 2015 Chinese Military Parade. *Journalism & Media*, 10(3), 169–191.



“The Conjuring”: Invisible Fear, Theology of Horror, and Traditional Values

Alexander V. Pavlov

Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences. Moscow, Russia. Email: [ale-pavlov\[at\]yandex.ru](mailto:ale-pavlov[at]yandex.ru)
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5449-1050>

Received: 5 January 2025 | Revised: 25 January 2025 | Accepted: 7 February 2025

Abstract

This article reviews Kevin Wetmore Jr.’s book on the film “The Conjuring”, published in the “Devil’s Advocates” series. The author briefly outlines the academic historiography of the Conjuring universe and notes that Wetmore’s book is the most balanced study of the franchise. The book examines three of the film’s most frightening moments as examples of James Wan’s manipulation of the audience. The author of the article highlights the second chapter, which focuses on paranormal investigators Ed and Lorraine Warren, as a particularly important part of the book. Wetmore places “The Conjuring” (2013) in the context of reality TV shows about paranormal investigations and explores the film’s representation of Catholicism and “bad witches”. While some critics have condemned the film for misogyny, the author argues that it actually presents a more positive representation of women than many feminist critics acknowledge. Additionally, the Conjuring universe is shown to celebrate traditional values, such as strong family bonds and classical social institutions. Wetmore also discusses the role of gaming in the franchise, the importance of female characters, and provides an overview of its sequels, prequels, and spin-offs. The author of the article considers Wetmore’s study to be a valuable, balanced, and useful contribution to horror studies, which often focus excessively on issues of race, gender, and similar themes.

Keywords

Horror; Religion; Theology; Traditional Values; the Conjuring; James Wan; Exorcism



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



«Заклятие»: невидимый страх, теология хоррора и традиционные ценности

Павлов Александр Владимирович

Институт философии РАН. Москва, Россия. Email: [ale-pavlov\[at\]yandex.ru](mailto:ale-pavlov[at]yandex.ru)
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5449-1050>

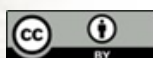
Рукопись получена: 5 января 2025 | Пересмотрена: 25 января 2025 | Принята: 7 февраля 2025

Аннотация

Статья представляет собой рецензию на книгу Кевина Уитмора-младшего, посвященную фильму «Заклятие» и вышедшую в серии «Адвокаты дьявола». Автор кратко характеризует академическую историографию «Вселенной Заклятия» и отмечает, что книга Уитмора – наиболее взвешенное исследование вселенной. В книге рассматриваются три самых пугающих момента картины как пример манипуляций Джеймса Вана. Особенно важной частью книги автор статьи считает вторую главу, посвященную исследователям паранормальных явлений Эду и Лоррейн Уорренам. Уитмор помещает «Заклятие» (2013) в контекст реалити-шоу про паранормальные исследования, рассуждает о репрезентации католицизма и «плохим ведьм» в фильме. Хотя критики ругали фильм за мизогинию, в реальности он лучше репрезентирует женщин, чем кажется сторонникам феминизма. Кроме того, «Вселенная Заклятия» прославляет традиционные ценности – крепкую семью и классические социальные институты. Также Уитмор пишет про игры и значение женщин во вселенной, кратко охарактеризует все сиквелы, приквелы и другие части вселенной. Автор статьи считает исследование Уитмора ценным, взвешенным и полезным для исследований хоррора, которые слишком много внимания уделяют расе, гендеру и т. п.

Ключевые слова

хоррор; религия; теология; традиционные ценности; Заклятие; Джеймс Ван; экзорцизм



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution”](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) («Атрибуция») 4.0 Всемирная



Джеймс Ван – один из самых знаковых хоррор-мейкеров XXI века, а созданная им франшиза «Заклятие» выгодно отличается от всех других хоррор-франшиз (типа «Хеллоуин» или «Техасская резня бензопилой») тем, что это не просто последовательность сиквелов, приквелов и риквелов, но полноценная вселенная с единым центром и множеством ответвлений. Важно, что эта хоррор-франшиза оказалась успешной на фоне других успешных вселенных типа «Кинематографическая вселенная Marvel» (сокр. КВМ; на англ. Marvel Cinematic Universe; сокр. MCU). Но даже еще более важной, чем в отношении формы, «Вселенная Заклятия» оказывается в области репрезентации ключевой темы – религии и прославлении «традиционных ценностей», что, разумеется, представляет собой сильную альтернативу хоррору XXI века, ориентированному на пропаганду социальной справедливости.

В серии «Адвокаты дьявола», в которой каждая брошюра – это исследование одного фильма ужасов, вышло много книг. Из хорроров XXI века в «Адвокатах дьявола» были описаны две главы «Оно» (2017 и 2019), «Хижина в лесу» (2013), «Оно следует за тобой» (2014) и др. Оригинулу «Заклятия» также повезло – монография про феномен вышла в 2021 году. При этом История Вселенной не закончена – в 2021 и в 2023 году вышли фильмы «Заклятие 3: По воле дьявола» и «Проклятие монахини 2», а в сентябре 2025 года в прокат выйдет четвертая часть непосредственно «Заклятия» и десятая всей франшизы «Заклятие 4: Последние обряды» (2025).

Книга про «Заклятие» в серии «Адвокаты дьявола» прекрасно справляется с объяснением успеха франшизы и тематическим анализом оригинального фильма. Поэтому я решил уделить внимание именно этому исследованию.

«Заклятие» – и прежде всего первые две серии (2013 и 2016), снятые самим Джеймсом Ваном в качестве режиссера (далее он ограничился ролью продюсера) – довольно часто анализируется в академической литературе. Есть исследования, посвященные повествовательной структуре фильмов вселенной (Мее, 2024, р. 215–233; Tetik, 2024). Лорен Роча, автор книги «Материнские грехи: Матери в фильмах об одержимости», рассуждает о матери как экзорцисте в первых двух «Заклятиях» (Rocha, 2024). Джошуа Шульц описывает физическое пространство двух серий «Заклятия», используя теоретическую оптику классика немецкого киноведения Зигфрида Кракауэра (Schulze, 2022, р. 143–154). Бернис Мерфи анализирует среди прочих новейших мейнстримных хорроров «Заклятие» социально-экономически, а Шастри Акелла делает то же самое с критической позиции (Murphy, 2015, р. 235–252; Akella, 2022, р. 53–70). Все это подходы, которые первым делом приходят в голову, чтобы анализировать такой эмпирический материал. Но еще более ожидаемо, что про «Заклятие» чаще рассуждают в контексте религии (West, 2020) и в контексте «теологии хоррора» (Wiggins, 2020; Shimabukuro, 2024; Duns, 2024). Если теологи используют «Заклятие» для иллюстрации теологических



идей, однозначно выступая за главные ценности вселенной, то «религиоведы» могут раскритиковать фильмы франшизы как «реакционные». В этом плане автор книги в серии «Адвокаты дьявола» Кевин Уитмор-младший предлагает взвешенный анализ «Заклятия». Его исследование выгодно отличается от других работ по теме еще и тем, что он дает оценку всем фильмам вселенной, снятым до 2021 года, то есть до публикации книги.

Цель исследования – «раскрыть этот сложный и пугающий фильм и признать его важным, хотя и не лишенным недостатков, который действительно определил современный популярный хоррор и заново изобрел историю о привидениях для широкой аудитории» (Wetmore, 2021, p. 12). Уитмор начинает с рассказа о том, как зимой 1996 года обедал с Эдом и Лоррейн Уорренами в их доме. Эд и Лоррейн – реальные люди, ставшие прототипами главных героев «Вселенной Заклятия» – исследователи паранормального, которые как медийные персоны помимо прочего приглашали к себе на обед поклонников, чтобы обсудить с ними разного рода мистику (разумеется, бесплатно) и показать оккультный музей, который теперь хорошо знаком зрителям по фильмам. Уитмор рассказывает, как ему показалось, будто в музее было гораздо холоднее, чем в доме, но, конечно, списывает это на внушение со стороны Эда. Уитмор вспомнил про Уорренов тогда же, когда про них вспомнили (а многие – узнали) все остальные – в 2013 году, когда «Заклятие» вышло на большие экраны.

В центре сюжета семья Перронов – Роджер и Кэролайн и их пять дочерей, которые переехали в старый фермерский дом в сельской местности Род-Айленда. Вскоре в доме начинают происходить странные вещи. Перроны ищут помощи у известных специалистов по паранормальным явлениям – Эда и Лоррейн Уорренов. Уоррены и их команда исследуют дом, обнаруживают паранормальные явления и далее пытаются получить разрешение Церкви на экзорцизм, так как в Кэролайн вселяется дух Вирсавии, некогда жившей в этом доме, убившей свою дочь, а затем повесившейся на старом дереве. Не получив разрешения, Эд пытается провести экзорцизм, но терпит неудачу. Тогда Лоррейн взывает к Кэролайн как матери и просит дать отпор Вирсавии. Все заканчивается хорошо. Фильм отчетливо делится на два акта: в первой половине раскрывается ужасающая реальность дома Перронов, в то время как во второй происходит расследование, изгнание нечистой силы и поражение Вирсавии.

Прокат был очень успешным: за первый уикенд фильм заработал 41,5 миллиона долларов, став лучшим дебютом хоррора с рейтингом R. Рецензии были преимущественно восторженными. Критики хвалили кино как страшное по-настоящему. И хотя

«некоторые сочли его вторичным по отношению к старым хоррорам, многие оценили фильм не как подражание, но как превосходный образец жанра» (Wetmore, 2021, p. 9).



Уитмор, пользуясь термином Дугласа Э. Коуэна (первого ученого, описавшего хоррор теологически) (Cowan, 2008), считает, что «Заклятие» «культурно интертекстуально». Чтобы оценить картину, нужно хорошо знать историю жанра, историю реальных Уорренов, наизусть помнить «Экзорцист» (1973) и т. д. Немаловажно, что действие фильма происходит в 1970-е годы, и само кино перекликается с великими хоррорами того десятилетия: «Экзорцист» Уильяма Фридкина, «Техасская резня бензопилой» (1974) Тоуба Хупера, «Омен» (1976) Ричарда Доннера, «Хэллоуин» (1978) Джона Карпентера, «Ужас Амитивилля» (1979) Стюарта Розенберга и т. д. На фоне многочисленных ремейков и сиквелов всех этих фильмов «Заклятие» могло показаться классическим фильмом, вступавшим в интертекстуальный диалог с традицией хоррора 1970-х годов и его переосмыслением.

Уитмор структурирует свое исследование следующим образом. В первой главе рассматривает три самых пугающих момента в картине в качестве примеров манипуляции аудиторией Джеймсом Ваном. Здесь же речь идет о месте фильма в предшествующем творчестве Вана, предлагается краткая история производства (а также роль других участников проекта) и анализируется юмор «Заклятия», который призван усилить страх. Вторая глава посвящена Уорренам как исследователям паранормальных явлений, реалити-шоу про паранормальные исследования, религии в фильме и образу «плохой ведьмы». В третьей главе обсуждаются дети, игры и женщины. Здесь Уитмор предлагает «феминистское» прочтение «Заклятия», стараясь защитить фильм от критики сторонников социальной справедливости. В четвертой главе кратко охарактеризованы все сиквелы, приквелы и другие части вселенной. Для нас самыми интересными являются часть первой главы (про страх), вторая глава и часть третьей главы (феминистское прочтение). Чтобы закрыть вопрос со структурой вселенной, сразу скажем, к каким выводам пришел Уитмор:

«Вселенная Заклятия» не просто состоит из сиквелов и приквелов, но представляет собой серию интертекстуальных повествований. Возможно, полезнее думать об этих фильмах не как о вселенной, а как о многочисленных ветвях дерева магии. Каждая ветвь остается уникальной, но вместе они образуют единое целое – возможно, меньшее, чем вселенная, но достаточно большое, чтобы затмить отдельных людей и создать огромное, обширное повествование. Некоторые ветви сильнее других, некоторые более развиты, чем другие, но все они остаются частью чего-то единого, что выросло из одного семени» (Wetmore, 2021, p. 101). (Более подробно о повествовании вселенной см.: Мее, 2023, p. 215-233; Tetik, 2024).

Итак, сперва Уитмор рассуждает, каким образом фильм эффективно (и эффектно) пугает зрителей. Американская киноассоциация (МРАА) присвоила «Заклятию» рейтинг R. Уитмор цитирует статью Яна Баквалтера в «The Atlantic»:



«Если МРАА ищет объективный стандарт страха (terror) с рейтингом R, в будущем они могли бы просто добавлять к рейтингу “такой же страшный, как “Заклятие”» (цит. по Wetmore, 2021, p. 16).

Дело в том, что рейтинг R обычно дают за изображение наготы, секса, крови, экстремного насилия, курения и ненормативную лексику. В фильме ничего такого нет. «Заклятие» получило рейтинг R за сцены «тревожного насилия» и страха (terror). Слово «террор» было использовано очень точно. В своей нон-фикшн книге «Пляска смерти», посвященной истории фильмов ужасов, Стивен Кинг выделил три категории «хоррора», из которых «страх» (terror) занимает высшую позицию по отношению к «отвратительному» (gross out) и непосредственно «ужасу» (horror) (Кинг, 2003): террор глубоко тревожит. Некоторая ирония в том, что в фильме не умирает не один персонаж. Так что это тот редкий случай, когда в хорроре для создания страха используется не кровь, насилие или смерть. Хотя Джеймс Ван не брезгует скримерами, это не становится основным инструментом нагнетания страха.

Уитмор подробно анализирует три сцены, которые критики называли самыми страшными. Все три представлены в первом акте фильма. Во-первых, это невидимая сущность в спальне дочерей Перронов; во-вторых, момент, когда из темноты появляются руки, чтобы хлопнуть в ладоши; в-третьих, повешенная ведьма, которую может видеть только Лоррейн Уоррен. Эти сцены показывают, как Ван скрывает ужас в темноте, а иногда и на виду – его просто не видно. Самое главное – Ван демонстрирует, что старые образы хоррора в его картине не используются. Точнее, они используются – в целях манипуляции, заставляя зрителей думать, будто страх в «Заклятии» такой же, как и во всех остальных хоррорах. Например, когда в первой из названных сцен девочка заглядывает под кровать, мы, наученные сотнями фильмов ужасов, ожидаем, что в какой-то момент там должен появиться монстр. Но монстр не появляется. Возможно, монстр окажется на кровати, когда девочка посмотрит наверх? Или он сидит в шкафу, как опять же нам известно из сотне хорроров? В итоге мы лишь наблюдаем, как девочка видит что-то, чего не видим мы, и начинает паниковать. Под кроватью, на кровати и за дверью ничего нет, но напряжение присутствует. Ван

«нарушает ряд стереотипов, начиная от стереотипа “заглянуть под кровать” и заканчивая идеей, что реакция на что-то происходит после того, как мы это что-то видим, создавая дополнительное напряжение у аудитории. Тогда фильм показывает, скажем прямо, ничего» (Wetmore, 2021, p. 21).

Ван как можно дольше избегает скримеров, нагнетая страх перед чем-то неизвестным. Так что фильм черпает свою силу из того, чего не показывает.

Уитмор приходит к выводу, что Джеймс Ван – выдающийся стилист, и его ремесло как хоррор-мейкера в полной мере проявляется в «Заклятии»:

«Ван-фокусник является мастером дезинформации: он якобы устраивает то, что кажется испугом, а вместо этого демонстрирует нечто большее. Даже лучше,



чем его скримеры, это его ложное направление в повествовании. Ван говорит зрителям посмотреть сюда, а затем проделывает трюк – в магии это называется “ложным направлением”. Эта техника окупается в “Заклятии”, которое кажется лучшим дополнением к “Астралу”, также эффективной истории о доме с привидениями, которая больше, чем просто история про дом с привидениями, но не так хорошо прорисована, как в “Заклятии» (Wetmore, 2021, p. 30).

Это делает «Заклятие» таким эффективным – не то, что оно открывает новые горизонты, а то, что мы наблюдаем виртуозное создание фильма о доме с привидениями, который «делает все правильно» (Wetmore, 2021, p. 34-35).

Таким образом, Ван по-своему работает с ужасом, показывая зрителю, что то, что вы не видите, ужасно. И это метафизический ужас:

«...истинный ужас “Заклятия” – не привидение и даже не одержимость, а нечто онтологическое и эпистемологическое: бороться с ужасающим неизвестным можно только в том случае, если веришь в его существование и веришь во что-то, что может ему противостоять» (Wetmore, 2021, p. 36-37).

В этом плане «Заклятие» – не просто хорошо сделанный хоррор. Уитмор считает, что, как и «Экзорцист» Фридкина, «Заклятие» приближается к представлению об экзистенциальном страхе, рассуждая о том, что же в самом деле реально. Так, если силы тьмы существуют, то существует ли Бог? Уитмор отмечает, что страх в «Заклятии» – это не страх, который зрители испытывают перед несвятой троицей Фредди Крюгером, Майклом Майерсом и Джейсоном Вурхизом (Кожаное лицо, как член несвятого квартета, не упоминается), а тот самый страх и трепет, с которым мы регулярно встречаемся в повседневности.

Во второй главе речь идет о реальных Уорренах. Уитмор отмечает, что «Заклятие» успешно пугает аудиторию, так как позиционировалось как «правдивая история». Фильм пытается спровоцировать страх, утверждая себя как «настоящий» (real) и «правдивый» (true). Уитмор считает, что «Заклятие» и его продолжения представляют собой первую попытку репрезентировать Уорренов как пару героических, романтических бойцов с монстрами в массовом студийном фильме. Впрочем, от себя добавлю, что успех реальных Уорренов стал возможен благодаря кино. Джозеф П. Лейкок и Эрик Харрельсон провели масштабное исследование того, как «Экзорцист» Уильяма Фридкина повлиял не только на культуру, но и на общество. Так, авторы отмечают, что фильм Фридкина создал беспрецедентный спрос в обществе на изгнание демонов. При этом в 1973 году Католическая церковь в США все еще осуждала экзорцизм. Проводить обряд изгнания дьявола могли лишь немногие священники:

«Эти условия создали рынок продавца для всех, кто мог иметь дело с демонами, что привело к маловероятному появлению супружеской пары мирян-католиков-истребителей демонов. Эд Уоррен (1926–2006) и Лоррейн Уоррен (урожденная Моран, 1927–2019) зарабатывали на жизнь как исследователи паранормальных явлений, расследуя случаи, читая лекции и бесчисленное количество раз



выступая в медиа. Пара занималась охотой за привидениями в течение десятилетий до “Экзорциста”, но фильм кардинально изменил их карьеру. Для людей, которые хотели католического экзорцизма, но не могли его получить, Уоррены выступали тайными посредниками» (Lauscock, 2024, p. 70).

«Заклятие» сделали Уорренов еще более популярными, чем они были при жизни. Немаловажно, что настоящие Уоррены продвигали взгляд на мир как на место постоянной духовной войны. Эд был демонологом, Лоррейн – медиумом. Ярлык «Правдивая история» был жизненно важен как для маркетинга, так и для создания страха в повествовании. Лоррейн Уоррен выступала в качестве «консультанта» на съемках и даже сыграла эпизодическую роль в фильме. Семья Перронов также поддержала кино и посетила съемочную площадку. При этом, отмечает Уитмор, факты дела Перронов не были подробно описаны ни в одной из книг Уорренов (Wetmore, 2021, p. 44). Уитмор считает, что, хотя фильм укрепляет консервативное католическое мировоззрение, в этой «правдивой истории» гораздо больше неправды, чем правды, включая даже католицизм. По мнению Уитмора, «Заклятие» может быть прочитано и как критика Уорренов – они брали истории других людей и как бы присваивали их, помещая себя в центр повествования. Само «Заклятие» «делает именно то, что делали Эд и Лоррейн Уоррены: за основу берется семейный кризис Перронов, но рассказ идет об Эде и Лоррейн Уорренах» (Wetmore, 2021, p. 41). Ожидаемо после выхода «Заклятия» реальные Уоррены столкнулись с серьезной критикой. Рецензенты ставили под сомнение, насколько фильм реально «основан на реальной истории», и были ли Уоррены теми, кем они изображены в фильме.

Представленное в «Заклятии», – лишь часть огромного культурного континуума исследований паранормальных явлений. Так, Уитмор вписывает деятельность Уорренов в контекст «паранормальных реалити-шоу»: с 2004 по 2012 год в США транслировалось как минимум 31 «паранормальное реалити-шоу». Уже после книги Уитмора в серии «Исследование хоррора и монструозности» издательства университета Миссури вышла новаторская книга Эми Лоуренс «Призрачные каналы: Паранормальное реалити-шоу и призраки Америки двадцать первого века» (Lawrence, 2022). Лоуренс впервые в истории изучения хоррора провела анализ паранормальных реалити-шоу, полагая, что они многое рассказывают о современных страхах американцев. В книге Лоуренс можно найти аргументы в пользу тезиса Уитмора. Дело в том, что с точки зрения Уитмора, «Заклятие» структурно повторяет ожидания зрителей в отношении паранормальных реалити-шоу: большая часть «Заклятия» заключается в создании сцен, имитирующих программы об охоте за привидениями (Wetmore, 2021, p. 50). Проблема паранормальных реалити-шоу в том, что они не могут получить убедительные доказательства сверхъестественного – любой намек на что-то странное становится победой создателей таких программ. В этом смысле «Заклятие» делает то, о чем мечтают создатели шоу об охоте за привидениями – недвусмысленно и определенно



показывает, что призраки существуют. И вся последовательность расследования после прибытия Уорренов в дом Перронов выглядит как телевизионный сериал об охоте за привидениями.

Самое главное, что «Заклятие» комфортно чувствует себя в мире христианства и современных религиозных верований. Сценаристы считают, что написали христианский фильм. Более того, для религиозных групп устраивались предварительные показы, в том числе исключительно для священников. Религия имеет огромное значение для повествования в фильме, поскольку «Заклятие», как оказывается, на самом деле является фильмом об одержимости. Эд и Лоррейн Уоррены и в фильме, и в жизни представляют католическую веру. Но вот насколько они были связаны с официальной Церковью, остается вопросом. Демонолог Эд официально не мог изгонять демонов, так как не является священником, и, собственно, отказывается от экзорцизма. Тем не менее по настоянию Лоррейн Эд соглашается на то, чтобы совершить обряд изгнания демона. И теперь самое интересное. Уитмор пишет, что экзорцизм, совершаемый Эдом, взят из «Rituale Romanum» – книги, в которой описан католический обряд экзорцизма. Однако Эд выбирает обряд изгнания нечистой силы из места, а не из человека. Почему Эд Лоррейн выбрал такой ритуал? Уитмор полагает, что проводить такой обряд для мирянина – меньший грех, чем если бы это был обряд изгнания демона из человека. Первый не содержит «я-утверждений», но лишь «мы-утверждения», такие как «мы изгоняем тебя», тем самым экзорцизм места становится не личным, а групповым усилием. Уитмор также отмечает, что

«молитва Святому Михаилу Архангелу на латыни (присутствует в обряда для изгнания демона из места. – А.П.) звучит очень круто, и в ней используются все крутые слова экзорцизма» (Wetmore, 2021, p. 56).

Интересно, что Эд Уоррен проводит обряд на латыни. Дело в том, что в 1962 году Папа Иоанн XXIII, решив реформировать Церковь, созвал Второй Ватиканский собор. Среди прочего реформа предполагала, что служение может проходить не на латыни. Многие консервативные католики воспротивились этому призыву. Реальные Уоррены были консервативными католиками. Неудивительно, что их экранные образы предпочитают старую мессу на латинском языке. Судя по всему, Уоррены, раз они используют мессу на латыни, отвергают новые богословские идеи, озвученные на Втором Ватиканском соборе. При этом Эд и Лоррейн Уоррены утверждали, что они – единственные миряне, которым Католическая церковь санкционировала борьбу с демонами; Эд даже говорил, что является «единственным католиком-демологом-мирянником». Уитмор пишет, что ни в архивах Церкви, ни в документах Уорренов нет никаких записей, подтверждающих такие утверждения. Их своеобразный католицизм проявляется как в публичных образах, так и в том виде, в котором он представлен «Заклятием». И здесь можно искать ключ к «связи» Уорренов и католицизма. Персонаж отца Гордона из фильмов



«Заклятие» основан на епископе Роберте Маккенне (1927–2015), соратнике Уорренов и, можно сказать, «сектанте», который служил мессе только на латыни, не принимал реформы Второго Ватиканского собора и считал, что все папы после Павла VI были нелегитимными. Маккенна был экзорцистом, который сотрудничал с Уорренами. Он был рукоположен в сан епископа в 1986 году без папского мандата и впоследствии отлучен от Римско-католической церкви. Если вдруг Эд получал «санкцию на борьбу с демонами» от Роберта Маккенны, то связь Уорренов с институциональной католической Церковью, как считает Уитмор, в лучшем случае косвенная, а в целом – довольно сомнительная.

При этом сам Уитмор не спешит осуждать Уорренов. Он считает – и вообще этим заканчивает книгу, – что

«Джеймс Ван не только изобразил Уорренов уважаемыми, но сделал их героическими, романтическими и достойными похвалы. Уоррены из “Заклятия”, хотя и не настоящие Уоррены, – но это то, какими они видели себя и какими они хотели, чтобы их запомнили. Подводя итог, можно сказать, что “Заклятие” – эффектный, хороший, старомодный хоррор. Он действительно пугает и вызывает тревогу. Он больше, чем сумма его частей, и он больше, чем можно было бы предположить из его маркетинговой кампании, “основанной на реальной истории”» (Wetmore, 2021, p. 106).

Если в отношении образа Уорренов, их связи с Церковью Уитмор не критичен, то репрезентацией ведьм в «Заклятии» он очень недоволен. Сценаристы зачем-то прописали, что Вирсавия была связана с Мэри Таун Эсти, которая «была» «салемской ведьмой». Уитмор отмечает, что «салемские ведьмы» определенно не были настоящими ведьмами, но наверняка жертвами социальных сил и злонамеренных соседей. В Салеме не было настоящего колдовства, и Мэри Таун Эсти также определенно не была настоящей ведьмой. Таким образом, «Заклятие» опирается на поп-культурное, а не историческое понимание салемских ведьм и одновременно становится значимой частью популяризации ведьм в американской культуре второго десятилетия XXI века. «Заклятие» создает мир, в котором Вирсавия – это то, чем пуритане, устраивавшие салемские процессы над ведьмами, считали ведьм: злобными женщинами со злыми намерениями. В итоге, полагает Уитмор, фильм как бы подтверждает, будто охотники на салемских ведьм были правы, убивая невинных женщин. Получается, что Уоррены становятся наследниками охотников на ведьм, существовавших несколько столетий назад.

Третья глава нас интересует в той ее части, которая связана с репрезентацией «ведьм». До этого Уитмор рассуждает про детские игры и игрушки, обращая внимание на то, что последние часто фигурируют во «Вселенной Заклятия». Открывая фильм изображением поврежденного лица куклы Аннабель, Ван связывает фильм с его предшественниками – кино про злых или одержимых кукол. Однако, в отличие от других злых игрушек, Аннабель не является ни разумной куклой, ни проявлением личности чревоушателя,



но всего лишь проводником для демона. Уитмор считает, что все хорроры – это игра в прятки, если не в кошки-мышки (Wetmore, 2021, p. 71). Игровой процесс становится метафорой соревнования и выживания во «Вселенной Заклятия». Ощущение опасности детских игр присутствует во всем сериале. И, возможно, самая сильная метафора в фильме такова: то, во что мы играем в юности, преследует нас во взрослой жизни.

Но перейдем к материнству и женщинам. Критики, как не раз замечает Уитмор, клеймили «Заклятие» как реакционное, в том числе за изображение женщин. Александра Уэст, например, так написала про франшизу:

«Фильмы “Заклятие” используют эстетическую ностальгию 1970-х годов, чтобы продвигать консервативные христианские идеи и гендерные роли, заставляя эти элементы казаться не только хорошими, но и необходимыми в битве со злом. Уоррены ни разу не подвергают сомнению друг друга или свою веру, создавая повествования, которые больше похожи на пропаганду, чем на реальность. Игнорируя любой конфликт или напряжение между Уорренами и их религией, фильмы упрощают концепции добра и зла, света и тьмы, создавая очень узкое определение “добра”. Хотя для многих эти фильмы эффективны и захватывающие, они скорее потворствуют, чем противостоят. В постоянно модернизирующемся и доступном реальном мире фильмы “Заклятия” предлагают редуцированный комфорт добра, существующего в месте, которое кажется знакомым и безопасным, если не регрессивным» (West, 2020, p. 37). Взгляд Уитмора на вселенную тем ценнее, чем более он является сдержанным.

Уитмор замечает, что «Заклятие» – фильм, который по своей сути сосредоточен на четырех матерях и их взаимодействии со своими детьми: Вирсавии Шерман, миссис Уокер (женщина, некогда жившая в окрестностях дома Шерманов и после пропажи сына Рори покончившая жизнь самоубийством), Кэролайн Перрон и Лоррейн Уоррен. Злодеи, жертвы и герои в «Заклятии» – все женщины. Более того, все они матери. Уитмор признает, что если читать «Заклятие» с феминистской точки зрения, то в этом случае фильм довольно консервативен (Wetmore, 2021, p. 75). Надо признать, что женщины занимают центральное место в фильме, и матери – одни из самых важных женщин «Заклятия». При этом у каждой из женщин есть мужчина, которому она в некотором смысле подчиняется. Акцент на браке и гендерных ролях в «Заклятии» также очевиден. Уитмор соглашается, что фильм может быть реакционным, но в нем гораздо более сложный подход к гендеру, чем простое «женоненавистничество». Например, Эд довольно часто ошибается. Его экзорцизм терпит неудачу, и только Лоррейн и Кэролайн могут изгнать Вирсавию.

Вирсавия представляет собой подрывной элемент «Заклятия», потому что она мать, которая отвергает материнство и заставляет других женщин делать то же самое – женщина, которая является угрозой мужскому доминированию. Вирсавия разрушает семейную ячейку и кладет конец модели нуклеарной семьи, в которой доминирует отец и муж. Так призраки и демоны в фильме становятся голосом феминизма. Женщина в «Заклятии» – часто жертва или чудовище, но в любом случае она обнажает лицемерие, скрывающееся



за патриархатом, заявляет Уитмор. Однако Уитмору приходится признать, что все же Вирсавия не была жертвой патриархата или патриархальной культуры. Скорее она – всего лишь злобная женщина, стремящаяся разрушить другие семьи:

«Вирсавия, безбожная, наделенная полномочиями и бездетная мать, терпит поражение от гетеронормативной, верующей, традиционной супружеской пары. Короче говоря, “Заклятие” ориентировано на женщин; однако оно не является таким уж феминистским» (Wetmore, 2021, p. 78).

Мы могли бы сказать, основываясь на сказанном выше, что этот фильм ужасов прославляет традиционные ценности.

В четвертой и последней главе Уитмор рассуждает о том, какие элементы являются общими для фильмов «Вселенной Заклятия», а затем кратко характеризует каждую часть франшизы и даже немного сверх того. Во всех фильмах «Вселенной Заклятия» присутствуют призраки и демоны, которые реальны и достаточно эффективны в реальном мире. Они злые и стремятся творить зло. Одни и те же сущности появляются на протяжении сериала. Так, кукла Аннабель и существо, использующее ее в качестве проводника, присутствуют в пяти из семи (на момент 2021 года) фильмов франшизы. Кроме того, «Вселенная Заклятия» – это римско-католическая вселенная. Однако,

«католицизм “Вселенной Заклятия” является гораздо более культурным и материальным, нежели теологическим. Это вселенная, наполненная старыми аббатствами и монастырями, церковными зданиями, священниками и монахинями, распятиями и молитвами на латыни. В этой вселенной отсутствует любая теология, кроме демонологии» (Wetmore, 2021, p. 82).

Также, хотя феминистская критика фильма предполагает, что он ориентирован на женщин, а не на феминизм, все части серии сосредоточены вокруг женщин. В отличие от всех предыдущих фильмов об экзорцизме, «Заклятие» показывает, что женщины, а не мужчины, обладают силой изгонять зло из одержимых и бороться с нечистью. Напряжение этих фильмов в том, что в них женщины находятся в центре сюжета, хотя они по-прежнему представляют консервативное повествование, которое усиливает многие идеи патриархата (Wetmore, 2021, p. 85).

К прародителям «Заклятия» Уитмор справедливо относит «Астрал» (2010), снятый Ваном. И в «Астрале», и в «Заклятии» есть дом с присутствием сверхъестественного, которое маскирует более сложную сущность. Уитмор обращает внимание на то, что дом с привидениями в обоих фильмах нельзя покинуть, так как привидения обитают в семье, а не в доме. Более того, Перроны, вообще не переезжают, так как не могут позволить себе дом, в котором нет привидений. «Проклятие Аннабель» (2014) Уитмор называет медленным и нестрашным, «Заклятие 2» (2016) – повторением оригинала:



«если первый фильм, как я уже утверждал, представляет собой хорошо продуманный фокус, то повторение трюка ничего не прибавляет» (Wetmore, 2021, p. 91).

«Проклятие Аннабель: Зарождение зла» (2017) Уитмор называет более сильным и качественным фильмом, чем его предшественник или преемники, и даже считает самым лучшим во «Вселенной Заклятия» после оригинала. Про «Проклятие Монахини» (2018) Уитмор пишет, что кино плохо работает и как самостоятельный фильм, и как приквел к «Заклятию». Обсуждая «Проклятие плачущей» (2019), Уитмор отмечает, что, по мнению критиков, фильм укрепляет стереотипы о латиноамериканцах, матерях-одиночках и латино-американской культуре и что он все дальше и дальше отходит от того, что сделало «Заклятие» эффективным хоррором. «Аннабель 3» (2019), согласно Уитмору, предсказуем, а местами даже глуп. И хотя фильм веселый, в нем отсутствуют основные элементы, которые сделали «Заклятие» успешным хоррором. Здесь мы можем добавить, что вышедшие после публикации книги Уитмора «Заклятие 3: По воле дьявола» (2013) и «Проклятие монахини 2» (2023) также ни в чем не превзошли оригинал.

В заключении Уитмор рассуждает о том, что именно заклиняется в «Заклятии». Он предполагает, что название относится к самому фильму, а не к тому, что в нем происходит. Слово «заклятие» содержит противоречие между оккультизмом и развлечениями:

«этот термин может быть подходящим для Уорренов, которых, как сказано во второй главе, одни считают обладателями реальных знаний и способностей для борьбы с демонами и злыми духами, а другие – актерами и шарлатанами – мошенниками, которые знали, как поместить себя в центр каждой истории» (Wetmore, 2021, p. 103).

Уитмор признает «Заклятие» одним из самых страшных фильмов десятилетия. Почему? Потому что в фильме выражен ряд распространенных страхов: страх вторжения в дом; страх подвергнуться манипуляциям со стороны сил, находящихся вне вашего контроля; страх, что прошлое, возможно, не останется прошлым, а вернется и причинит вред; страх, что вещи, к которым человек не имеет никакого отношения, тем не менее, глубоко повлияют на его жизнь; и простые детские страхи вернулись во взрослой жизни, такие как страх темноты, страх подвала, страх перед привидениями, ведьмами и длинноногими зверями. Ни одна из этих детских тревог не является рациональной, но в этом-то и суть, считает Уитмор. «Заклятие» говорит зрителям, что их иррациональные страхи рациональны. В подвале действительно что-то скрывается. Тот шум, который вы слышали ночью внизу, в самом деле был чем-то жутким. На самом деле, «Заклятие» действительно успокаивает публику. Фильм говорит, что зрители имеют право бояться.



Список литературы

- Akella, S. (2022). Occupy and Replace. A Migratory Reading of Possession in *The Conjuring 2* and *Annabelle: Creation*. In F. G. Pagnoni Berns & M. Edwards (Eds.), *The Cinema of James Wan: Critical Essays* (pp. 53–70). McFarland.
- Cowan, D. E. (2008). *Sacred Terror: Religion and Horror on the Sacred Screen*. Baylor University Press.
- Duns, R. G. (2024). *Theology of Horror: The Hidden Depths of Popular Films*. University of Notre Dame Press. <https://doi.org/10.2307/ji.21995621>
- Lawrence, A. (2022). *Ghost Channels: Paranormal Reality Television and the Haunting of Twenty-First-Century America*. University Press of Mississippi. <https://doi.org/10.14325/mississippi/9781496838100.001.0001>
- Laycock, J. P., & Harrelson, E. (2024). *The Exorcist Effect: Horror, Religion, and Demonic Belief*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197635391.001.0001>
- Mee, L. (2023). Conjuring a Universe: James Wan, Creepy Dolls and Demon Nuns. *Quarterly Review of Film and Video*, 40(2), 215–233. <https://doi.org/10.1080/10509208.2021.1996311>
- Murphy, B. M. (2015). “It’s Not the House That’s Haunted”: Demons, Debt, and the Family in Peril in Recent Horror Cinema. In M. Leeder (Ed.), *Cinematic Ghosts: Haunting and Spectrality from Silent Cinema to the Digital Era* (pp. 235–252). Bloomsbury. <https://doi.org/10.5040/9781501304729.ch-014>
- Rocha, L. (2024). *The Sinful Maternal: Motherhood in Possession Films*. University Press of Mississippi. <https://doi.org/10.14325/mississippi/9781496851734.001.0001>
- Schulze, J. (2022). James Wan’s Dead Space: The Conjuring Films, Siegfried Kracauer and the Revenge of Physical. In F. G. Pagnoni Berns & M. Edwards (Eds.), *The Cinema of James Wan: Critical Essays* (pp. 143–154). McFarland.
- Shimabukuro, K. (2021). Priests, Secrets, and Holy Water: All I Ever Learned about Catholicism I Learned from Horror Films. In B. R. Grafius & J. W. Morehead (Eds.), *Theology and Horror: Explorations of the Dark Religious Imagination* (pp. 57–76). Lexington Books.
- Tetik, D. O. (2024). The Conjuring Movies (2013–2021) at the Center of the Horror Universe: Exploring the Structure of the Haunted World of James Wan. In T. Tetik & D. O. Tetik (Eds.), *Nightmares of Contemporary Horror Cinema*. Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/b21859>
- West, A. (2020). Onward, Christian Soldiers: Eyes of Believers in *The Conjuring* (2013) and *The Conjuring 2* (2016). In R. Booth, V. Griffiths, & E. Thompson (Eds.), *Scared Sacred: Idolatry, Religion and Worship in the Horror Film*. House of Leaves.
- Wetmore Jr., K. J. (2021). *The Conjuring*. Liverpool University Press. <https://doi.org/10.3828/liverpool/9781800859265.001.0001>
- Wiggins, S. A. (2020). *Nightmares with the Bible: The Good Book and Cinematic Demons*. Lexington Books. <https://doi.org/10.5771/9781978703193>
- Кинг, С. (2003). *Пляска смерти*. АСТ.



References

- Akella, S. (2022). Occupy and Replace. A Migratory Reading of Possession in *The Conjuring 2* and *Annabelle: Creation*. In F. G. Pagnoni Berns & M. Edwards (Eds.), *The Cinema of James Wan: Critical Essays* (pp. 53–70). McFarland.
- Cowan, D. E. (2008). *Sacred Terror: Religion and Horror on the Sacred Screen*. Baylor University Press.
- Duns, R. G. (2024). *Theology of Horror: The Hidden Depths of Popular Films*. University of Notre Dame Press. <https://doi.org/10.2307/ji.21995621>
- King, S. (2003). *Danse Macabre*. AST. (In Russian).
- Lawrence, A. (2022). *Ghost Channels: Paranormal Reality Television and the Haunting of Twenty-First-Century America*. University Press of Mississippi. <https://doi.org/10.14325/mississippi/9781496838100.001.0001>
- Laycock, J. P., & Harrelson, E. (2024). *The Exorcist Effect: Horror, Religion, and Demonic Belief*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780197635391.001.0001>
- Mee, L. (2023). Conjuring a Universe: James Wan, Creepy Dolls and Demon Nuns. *Quarterly Review of Film and Video*, 40(2), 215–233. <https://doi.org/10.1080/10509208.2021.1996311>
- Murphy, B. M. (2015). “It’s Not the House That’s Haunted”: Demons, Debt, and the Family in Peril in Recent Horror Cinema. In M. Leeder (Ed.), *Cinematic Ghosts: Haunting and Spectrality from Silent Cinema to the Digital Era* (pp. 235–252). Bloomsbury. <https://doi.org/10.5040/9781501304729.ch-014>
- Rocha, L. (2024). *The Sinful Maternal: Motherhood in Possession Films*. University Press of Mississippi. <https://doi.org/10.14325/mississippi/9781496851734.001.0001>
- Schulze, J. (2022). James Wan’s Dead Space: The Conjuring Films, Siegfried Kracauer and the Revenge of Physical. In F. G. Pagnoni Berns & M. Edwards (Eds.), *The Cinema of James Wan: Critical Essays* (pp. 143–154). McFarland.
- Shimabukuro, K. (2021). Priests, Secrets, and Holy Water: All I Ever Learned about Catholicism I Learned from Horror Films. In B. R. Grafius & J. W. Morehead (Eds.), *Theology and Horror: Explorations of the Dark Religious Imagination* (pp. 57–76). Lexington Books.
- Tetik, D. O. (2024). The Conjuring Movies (2013–2021) at the Center of the Horror Universe: Exploring the Structure of the Haunted World of James Wan. In T. Tetik & D. O. Tetik (Eds.), *Nightmares of Contemporary Horror Cinema*. Peter Lang. <https://doi.org/10.3726/b21859>
- West, A. (2020). Onward, Christian Soldiers: Eyes of Believers in *The Conjuring* (2013) and *The Conjuring 2* (2016). In R. Booth, V. Griffiths, & E. Thompson (Eds.), *Scared Sacred: Idolatry, Religion and Worship in the Horror Film*. House of Leaves.
- Wetmore Jr., K. J. (2021). *The Conjuring*. Liverpool University Press. <https://doi.org/10.3828/liverpool/9781800859265.001.0001>
- Wiggins, S. A. (2020). *Nightmares with the Bible: The Good Book and Cinematic Demons*. Lexington Books. <https://doi.org/10.5771/9781978703193>

Certificate of registration issued by Roskomnadzor: ЭЛ № ФС77-75215 since 07 march 2019
Founder: Limited Liability Company Scientific Industrial Enterprise “Genesis. Frontier. Science”

Address: 24, Savushkina St. apt. 88, Astrakhan, Russia, 414056

Address of Editorial board: 57, Granovskiy per. apt. 2, Astrakhan, Russia, 414038

Editor-in-Chief: Olesya S. Yakushenkova, PhD

In case you have any questions about co-operation please write an email the following address:
admin@galacticamedia.com or galacticamedia@gmail.com

Phone: +7 (988) 068-63-72

Materials are intended for persons over 18 years old

This journal is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International

© 2019 Galactica Media: Journal of Media Studies. E-ISSN: 2658-7734

Свидетельство о регистрации выдано Роскомнадзором: ЭЛ № ФС77-75215 от 07 марта 2019
Учредитель: Общество с ограниченной ответственностью научно-производственное предприятие «Генезис.Фронтир.Наука». ИНН/ОГРН: 3019005706/1123019003678

Юр. Адрес: Российская Федерация, 414056, г. Астрахань, ул. Савушкина, д. 24, кв. 88

Адрес редакции: 414038, Астраханская обл., г. Астрахань, Грановский пер., д. 57, кв. 2

Главный редактор: к.ф.н. Олеся Сергеевна Якушенкова

По всем вопросам сотрудничества и публикации материалов обращаться
по email: admin@galacticamedia.com или galacticamedia@gmail.com

Телефон: +7 (988) 068-63-72

Опубликованные в сетевом издании материалы предназначены для лиц старше 18 лет

Сетевое издание доступно по лицензии Creative Commons “Attribution” («Атрибуция») 4.0

© 2019 Галактика медиа: журнал медиа исследований. e-ISSN: 2658-7734