

Küresel yönde ters akış: Asya'dan doğan alternatif bir popüler kültür

Demet Fırat*

Özet

Küreselleşmeyle birlikte kitle iletişim araçları, küresel kültürü sınırların ötesine taşımakta, yerel olanı da küresel hale getirebilmektedir. Özellikle internetin yaygınlaşmasıyla küresel egemen kültürün karşısında alternatif kültürler de yerini almaya başlamıştır. Geçtiğimiz son 10 yılda, Güney Kore popüler kültürü dünya çapında hızlı ve etkili bir şekilde yayılmaya başlamıştır. Güney Kore dizilerine filmlerine ve K-pop'a (Güney Kore pop müziği) karşı, başta Asya olmak üzere Amerika ve Avrupa'da giderek artan bir ilgi oluşmaktadır. 2005 yılından itibaren Kore dizilerinin Türkiye'de yayınlanmaya başlamasıyla birlikte Güney Kore Dalgası anlamına gelen Hallyu, Türkiye kıyılarına da vurmuştur. Çalışmada Güney Kore Dalgası'nın başlangıcından bugüne kadar olan gelişimi incelenmiş, Türkiye'deki durumu açıklayıcı bir çerçeve içerisinde ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Popüler kültür, Asya, Güney Kore, Hallyu

Counter flow in global aspect: An alternative popular culture arising from Asia

Abstract

In conjunction with globalization, mass media have carried global culture beyond the borders, on the other hand turn the local into a global. In particular, thanks to diffusion of internet, alternative sub-cultures started to have a position against dominant global cultures. In the recent 10 years, South Korea popular culture initiated to diffuse worldwide on a fast and impressive way. Notably in Asia, there is a growing interest in South Korean series, films and K-pop (South Korea pop music) in USA and Europe. Since 2005, starting Korean TV series shown on Turkish channels, South Korea Wave Hallyu lash against Turkey coasts. In the study, by reviewing development of South Korea Wave from its beginning till today, its conjuncture in Turkey have been addressed the issue from an exploratory frame.

Keywords: Popular culture, Asia, South Korea, Hallyu

Giriş

Küreselleşmenin ürünlerinden biri de kültürel küreselleşmedir. Küresel kültür günümüzde üzerinde en fazla tartışılan konulardan birisidir. Kültürel anlamda küreselleşme, gruplar ve bireyler arasındaki her türlü ilişkinin kolaylaşıp yaygın hale geldiği, sınırların ve geleneksel aktörlerin öneminin azaldığı, farklı tarza bir bireyselleşmenin olduğu, kendi değerler sistemini henüz net olarak ortaya koymamış bir süreçtir (Özkul, 2008:135). Kitle iletişim araçlarının gelişmesi ve özellikle internetin yayılmasıyla birlikte yerel kültürler de küresel egemen kültüre sarılarak, kendilerine yer edinme olanağı bulmaktadır. Yerelden evrensel taşınma sürecinde alternatif bir popüler kültür olarak tanımlayabileceğimiz Güney Kore popüler kültürü, küresel dünyada kendine yer edinmeye başlamıştır. Güney Kore popüler kültürünü tanımlamak için

*Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, e-posta: demetfirat14@gmail.com

kullanılan *Hallyu*, Güney Kore dalgası anlamına gelmekte, Kore filmleri, Kore dizileri ve Kore müziklerinden oluşmaktadır.

Popüler kültür, internet ve kablolu televizyon sistemlerinin yaygınlaştığı yirmi birinci yüzyılda milli imaj oluşumunda büyük bir rol oynamaktadır. İnternet ve uydu kanalları sayesinde insanların diledikleri film, dizi ya da müzik kliplerine ulaşmaları popüler kültürün milli imaj oluşumuna katkısını daha da artırmaktadır. Böylesi bir durum Türkiye’de de yaşanmaktadır. Özellikle sosyal ağlar ve internet siteleri, Kore popüler kültür akımı *Hallyu*’nun Türkiye’de yaygınlaşmasında önemli bir rol oynamakta ve bu sayede yayılan *Hallyu* iki ülke arasında etkileşimli bir kültürel faaliyet alanı yaratmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’deki *Hallyu*’nun yapısı ve aktörlerinin anlaşılması amaçlanmaktadır.

Kore popüler kültürü yerel mi?

Kültürün, serbest ticaret ihracatının bir parçası olarak ele alınması gereken konulardan biri haline gelmesi ile özgün ülkelerin kültürel kimlikleri ve küresel toplumda var olan kültürel çeşitlilik günümüzde ciddi bir krizle karşı karşıya gelmektedir. Bunun en tipik örneği, Hollywood filmlerinin keyfini sürdüğü “tekelcilik”tir. Günümüzde Hollywood filmleri, küresel film endüstrisinin %80’inden fazlasını elinde bulundurmaktadır. ABD’de yapılan TV programları ve şarkılar da -her ne kadar dünya piyasasındaki payı filimler kadar yüksek olmasa da- hâkimiyeti elinde bulundurmaktadır. Diğer ülkelerin film endüstrileri, kendilerini ABD’nin seri olarak ürettiği kültürel yapımlarından ayırmaya çalışırken ciddi bir krizle karşı karşıya bulunmaktadır. Bu nedenle, krizle yüzleşen ülkeler, kendi kimliklerini korumak ve genel anlamda küresel film piyasasındaki kültürel farklılığı arttırmak için önlemler arama yoluna girmişlerdir. Bu ülkeler aynı zamanda, Amerikan ticaret modelini ve Amerikan TV program formatlarını ülkelere göre uyarlamayı benimsemişlerdir (Appadurai, 1996:1-17; aktaran Beynon ve Dunkerley, 2000:181-183).

Kültürel çeşitlilik üzerinde bulunan tehdide karşı koymak için ülkeler, öncelikle taklit yoluyla sonrasında ise kendi yerel ürünlerine adapte etmek adına Amerikan yapımlarını yerleştirerek derleme yapımlar geliştirmişlerdir. Güney Kore yapımlarının içeriklerinin de aynı kaygılarla oluşturulduğunu söyleyebiliriz. Her ne kadar küresel egemen popüler kültüre karşı, alternatif bir popüler kültür olarak ortaya çıkmış gibi gözükse de, Amerikan yapımlarından etkilenmekte, yerel öğelerle evrensel öğeleri birleştirme eğilimi göstermektedir. Bu dinamik süreç, küresel ile yerel yapımların karmalaştırılmasından yararlanmaktadır. Seyirciler ise bu yapımlara, yerel değer ve yorumlamalarına göre adapte olmakta ve uyum sağlamaktadırlar. Seyirci Amerikan yapımları dışında özgün ürünler tükettiğini düşünse dahi, bazı küresel değerlerin dünyanın hemen hemen her ülkesinde yaşayan insanların hayatlarının bir parçası olduğu günümüzde, saf bir yerellik ya da özgünlük bulması olası değildir. Yapımcılar, yerleştirilen yapımları geliştirmek için küresel formatlara uyum sağlamaktadırlar.

Güney Kore dalgası nedir?

Güney Kore popüler kültürünü 90’lı yılların başında, uluslararası bir sıçrayış yaparak öncelikle Asya’da, sonrasında Amerika, Latin Amerika, Orta Doğu ve Avrupa’nın bir kısmında kendini göstermiştir (Ravina, 2009). Çin’in ulusal kanalı CCTV (China Central Television Station 1997 yılında *What is Love All About?* isimli Kore yapımı

televizyon dizisini yayınlamış (Shim, 2006) böylece Kore popüler kültürü ülke dışında ilk adımını atmış; hakkında konuşulan, talep edilen ve beğenilen bir içerik haline gelmiştir. Kore popüler kültürünün uluslararası çapta yayılmasıyla birlikte, 1990'lı yılların ortalarında Asya' da bir fenomen haline gelmesi sonucu, Kore popüler kültür ürünlerini tanımlamak için Güney Kore Dalgası anlamına gelen *Hallyu* kavramı kullanılmıştır (Jung, 2009). Dalga, temel olarak iki tür medya formatından oluşmaktadır; Televizyon dizileri ve K-pop (Kore pop müziği). Ancak filmlerinde ve diğer eğlence türlerinde de Kore, kendi kültürüne özgü unsurlar barındırarak, bu türlerle de ön plana çıkabilmektedir. Kore dalgası hem ulusal hem de uluslararası bir fenomen olduğu için kültürüne ait özelliklerle uluslararası özellikleri aynı paydada birleştirmektedir. Peki, Kore Dalgası neden ve nasıl bu kadar etkili olabilmiştir? Organizasyonlar ve Kore yönetimi, Kore Dalgasının başarısını yurtdışı satışları ile ölçtüğünde, yabancı tüketicileri kültürel değerlerin hakemleri yapmaktadır (Ravina, 2009). İçerik üretirken Koreli olmayanlar da dikkate alınmaktadır. Bu bakış açısı da Koreli olmayan izleyici ve tüketicinin hem farklı bir kültür karşısında yeni şeyler öğrenme merakını canlı tutmakta, hem de bu farklı kültür karşısında kendinden bir şeyler bulmasına neden olmaktadır (Chua ve Iwabuchi 2008; Howard 2006: xi). Böylece izleyici kendini içeriğe yakın görmekte aynı zamanda da kendi egemen popüler kültüründen farklı bir içerik tükettiğini hissetmektedir.

Kore popüler kültürüne uluslararası bir ilginin oluşmasıyla, içeriğin üretilmesine ve yayılmasına dair talep artmakta bunun karşısında tanıtım ajansları, distribütörler, girişimciler ve şirketler Kore kültürünü bir meta olarak pazarlama çabası içine girmektedir (Cho ve Kang 2005; Han ve Lee 2008; Kim vd. 2008; Lee, Scott, ve Kim 2008). Kore popüler kültürü aynı zamanda bir ihracat endüstrisi olarak görülüp, içeri üretiminden, yayılmasına ve dağıtılmasına kadar birçok aşamada destek almaktadır.

Türkiye'de Hallyu

Güney Kore'nin İngilizce yayın yapan uydu kanalı Arirang TV ile TRT'nin anlaşma imzalaması ile birlikte Türkiye'de ilk kez 2005 yılında Güney Kore dizisi yayınlanmıştır. TRT'de yayınlanan ilk Güney Kore dizisi Türkçeye "Denizler İmparatoru" olarak çevrilen tarihi bir dizidir. Denizler İmparatoru 1.4 izlenme oranıyla yeteri ilgiyi göremese de bu başarısızlık yayıncılar tarafından çok şaşırtıcı olmamıştır. TRT'nin yayınladığı ikinci Güney Kore dizisi olan "Düşlerimin Prensi" adlı romantik dizi ile birlikte Türk izleyiciler Güney Kore dizilerine ilgi duymaya başlamıştır. Dizinin yaz tatili döneminde yayına girmesi, izleyicilerin büyük bir kısmını oluşturan öğrenciler tarafından dizinin fazlasıyla ilgi görmesine neden olmuştur. Güney Kore kültürüne karşı ilgi duyan, araştıran ve öğrenmek isteyen, TRT'de daha fazla Güney Kore dizisi yayınlanması için imza kampanyaları başlatan bir kitle ortaya çıkmıştır. Bu noktada Türkiye'de Hallyu için söz etmek erken olsa da, Düşlerimin Prensi dizisi, Türk izleyicinin Güney Kore kültürüne karşı farkındalık oluşturmuş, kendine özgün bir kitle oluşturmayı başarmıştır. Güney Kore dizilerinin yayınlanması için kanala yazılan mailler, imza kampanyaları karşısında TRT "Sarayın Rüzgârı", "Muhteşem Kraliçe", "Savaşçı", "Büyük Hayaller" "Saraydaki Mücevher", "Efsane Prensi", "Tacir", "Sarayın İncisi", "Prensesin Şarkısı", "Kral Doktor", ve "Yaban Gülü" isimli dizileri de seyirciyle buluşturmuştur.

Yoko Kamio'nun yazdığı Japon mangasının Güney Kore televizyon dizisi uyarlaması olan Yaban Gülü dizisinin yayınlanmasının ardından, Türkiye'de Güney Kore dizilerine olan merak artış göstermiş, sadece dizilere duyulan merakın ötesinde Güney Kore pop müziğine, kültürüne, modasına, mutfağına, diline ve ürünlerine yoğun bir ilgi söz konusu olmuştur. Öyle ki özel TV kanalları da bu ilginin farkına varmış ve Güney Kore dizilerini, uyarlamalarını yaparak ekranlara taşımışlardır. 2013-2014 yılları arasında Kanal D'de yayınlanan "Güneşi Beklerken" ve 2015'te yayınlanmaya başlayıp hala devam eden "Hayat Şarkısı" adlı diziler, Güney Kore dizi uyarlamalarına örnek teşkil etmektedir. Artık bu noktada Türkiye'de Hallyu etkisi var demek için erken davranmış olmayız.

Avrupa ülkeleri için *Hallyu* yeni bir olgudur. Ancak Türkiye'de *Hallyu* rüzgârları daha yaygın ve güçlü bir şekilde esmektedir. Çok sayıda Türk genci Kore dizilerini izlemeyi, Kore müziklerini dinlemeyi ve Kore filmlerini seyretmeyi tercih etmektedir. Türkiye'de Hallyu'nun bu denli etkili olması iki ülke arasında kurulan tarihsel bağ ve iyi ilişkiler ile de açıklanabilir. Türkiye'nin 1950 Kore Savaşı sırasında Yarımada'ya asker göndermiş ve çok sayıda şehit vermiş olması, iki ülke arasındaki ilişkilerin sağlam ve olumlu bir temele oturmasını sağlamıştır. Kore Savaşına dayanan dostluk ilişkileri, her iki halk tarafından benimsenmiştir. Bu çerçevede, Milli futbol takımının 2002 Dünya Kupasında Daegu'da Güney Kore ile oynadığı üçüncülük/dördüncülük maçı sırasında ve sonrasında gerçekleştirilen dostluk gösterileri, bu ülkede Türkiye'ye karşı duyulan ilgi ve sempatinin çok güçlü olduğunu ortaya koymuştur. Son yılların yükselen değeri Güney Kore, Türkiye'ye 8 bin kilometre uzaklıkta bulunmasına karşın, Türk halkının en çok sempati duyduğu ülkeler arasında yer alır. Öyle ki Güney Koreliler de Türkleri "kan kardeş" olarak tanımlamaktadır.

Aynı zamanda iki ülke arasındaki yakın kültürel değerler ve benzer modernlik deneyimleri de bu iki ülkenin güçlü ilişkiler içinde bulunmasına neden olan diğer faktörlerdir. Güney Kore ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş biçimlerinin benzer olmasıyla birlikte aynı zamanda her ikisinin de yüzlerini batıya dönerken diğer taraftan geleneklerine ve değerlerini korumaya özen gösterme çabası iki ülke arasında ortak bir nokta oluşturmaktadır. Güney Kore, dizilerinde ve filmlerinde bu arada kalmışlığı iyi bir biçimde işleyip, hem Batılı gibi modern değerler edinmiş hem de kendi değerlerine önem verdiğini vurgulayarak iki ülke için de geçerli olan arada kalmışlığı uyumlu bir şekilde yansıtabilmektedir. Hallyu, Türkiye ile Güney Kore arasındaki coğrafi mesafeyi kaldırmış, iki ülke arasındaki durgun ilişkinin canlanmasına neden olan yeni bir pencere açmıştır. Güney Kore dizileri, filmleri ve müziği ile Türk gencinin dikkatini Batı'dan Doğu'ya kaydırmıştır. Güney Kore'nin Hallyu içeriğini başarılı bir şekilde harmanlaması karşısında Türk izleyicisi kendisi ile içeriğe dair benzerlikler kurmuş ve bu içeriğe yakın hissetmiştir. Böylece Kore Dalgası'nı kabul etmesi ve benimsemesi kolay bir hal almaktadır.

Dalganın giderek büyümesini sağlayan en önemli nedenlerden biri de Kore hükümetinin Kore fanları için verdiği destektir. 21. Yüzyıl da kültürel emperyalizmi rekabet ortamında daha etkin bir rol oynamaktadır. Kore hükümeti Hallyu ile Güney Kore'nin geleneksel imajını yeniden üretmek ve yaymak için çeşitli yöntemler oluşturmaya başlamıştır (Kim, 2011). Kore Dalgası yalnızca popüler kültür ürünleri açısından başarılı olmakla kalmayıp aynı zamanda Güney Kore'nin imajını da yükseltmektedir. Güney Kore son on yılda Kuzey ve Doğu Asya bölgelerinde, ürettiği medya ve popüler kültür içerikleri ile önemli bir konumdadır. Öyle ki Türkiye'de

yayınlanan ilk Kore dizisi 2005 yılında yayınlanmasına rağmen Kore yapımları 2008 yılında henüz üzerinden geçen üç yıl içinde kayda değer bir oranda izleyici kitlesi ve ilgisi toplamıştır. Güney Kore hükümetinin popüler kültürün önemini fark etmesi ve daha yaygın hale getirmek amacıyla yaptığı değişiklikler sonucu Güney Kore eğlence endüstrisine önem vermeye başlamış ve daha kaliteli yapımlar üretmeye çalışmıştır. Güney Kore hükümeti popüler kültür ürünleri ile Güney Kore'nin imajını yükselteceğini düşünmektedir.

Türkiye'de de Güney Kore hükümetinin Kore dalgasını destekleme programı çerçevesinde elçilik, Kore fanlarının etkinliklerine önem vermekte ve faaliyetlerini desteklemektedir. Yabancılara Kore dili ve kültürünün öğretilmesi amacıyla "King Sejong Enstitüleri" kurulmuştur. Ankara Üniversitesi işbirliği ile 2010 Kasım ayında Ankara'da, 2011 yılının Ocak ayında ise İstanbul'da King Sejong Enstitüsü şubeleri açılmıştır. TÖMER destekli açılan King Sejong Enstitüleri, yalnızca Kore dilini öğretmekle kalmamış, Kore geleneksel ve popüler kültürü ile ilgili toplantılar ve çeşitli faaliyetler düzenleyerek fanlar ile etkileşim halinde olmuştur. 2011 Ekim ayında ise Ankara'da Güney Kore Hükümetine bağlı olan "Kore Kültür Merkezi" açılmıştır. Kore Kültür Merkezi'nin resmi internet sayfasında merkezin kuruluş amacı şöyle belirtilmiştir:

Kore Kültür Merkezi, Türkiye'nin her yerinde Kore ile alakalı kurum ve gruplarla iş birliği içinde, Kore ile ilgili sergi, gösteri, sempozyum ve seminerler düzenleyerek Kore Kültürünü geniş bir alana yaymak için çalışacaktır. Kore Kültür Merkezi'nde başta Taekwondo dersleri olmak üzere, Kore yemeği dersleri gibi Kore Kültürü ile bağlantılı derslere katılabilirsiniz. 2005 yılında TRT'de yayınlanan Kore dizisi ile başlayan Kore Dalgası'nı tanıtmak ve devam etmesini sağlamak için Türkiye'nin başkentinde çeşitli dikkat çekici etkinlikler düzenleyip, ünlü sanatçıları ve oyuncuların Türkiye'ye gelmesi için çalışıp her yıl Kore şarkı yarışması yapmayı planlamaktadır. Kore'de eğitim hakkında bilgi almak isteyenler için de ayrı bir ofisin yer alacağı Kore Kültür Merkezi, her seviyede eğitsel ve kültürel araştırmalar için yeterli kaynak barındıran büyük kütüphanesiyle de öğrencilerin ve araştırmacıların ilgi odağı olacaktır. Türkiye'de Taekwondo'nun gelişmesi için Taekwondo Federasyonu ile iş birliği içinde çalışıp, Güney Doğu Anadolu Bölgesi başta olmak üzere tüm Türkiye'de devlet okullarında Taekwondo kursları yürütmek için çalışacaktır.¹

Durum o ki Türkiye'deki Kore Dalgası, Kore hükümeti ve Kültür Merkezlerinin etkili çalışmalarıyla, fanların ısrarcı ve kararlı tutumu sonucunda Kore kültürü günlük hayatın içine yerleşmeye başlamamış, fanlar için egemen Amerikan popüler kültürüne karşı alternatif bir duruş sağlamıştır. Ancak bunun yanında Amerikanlaşmadan uzaklaşan fanlara Korelileşmeye doğru giden bir yol açılmaktadır.

Dalgaya kapılmak; forumlar ve fan siteleri

"Güney Kore dizilerini izledikten sonra hemen internetten Güney Kore'yi araştırmaya başladım. Daha fazla dizi izlemek, daha çok Korece şarkı dinlemek, daha fazla Güney Koreli aktör/aktrist tanımak istedim". Hallyu fanları kendi cümleleriyle durumu bu şekilde özetlemektedir. Dünyanın diğer ülkelerinde de bu merakı edinen bir kitle giderek büyümektedir. Güney Kore dizileri ve müziklerini paylaşmak, yenilerini izlemek ve dinlemek için Suk Park isimli bir genç, Kuzey Amerika'da, yasal olarak Güney Kore dizilerini erişime açan ilk internet sitesi olan *Dramafever* adlı siteyi

¹ <http://tr.korean-culture.org/tr/6/contents/331>

kurmuştur. Aylık ortalama beş milyon ziyaretçi sayısına ulaşan Dramafever adlı internet sitesi genişleyen çeviri ekibi ve altyazıda sunduğu dil çeşitliliği ile Güney Kore dizilerinden başka Türkiye ve Suudi Arabistan yapımı dizilere de yer vermektedir Dalgaya kapılan hayranlar arttıkça sosyal ağlar üzerinde gruplaşmalar da artmaya başlamıştır. Mysoju, Dramacrazy, Kimchdrama isimli, Güney Kore dizilerine, müziklerine, diline, kültürüne dair her türlü paylaşımın yapıldığı siteler kurulmuş, bu sitelerde yer alan film ve diziler gönüllü fanlar tarafından Korece'den çevirisi yapılarak İngilizce altyazılı şekilde paylaşımına açık hale getirilmiştir (Tolou, 2014).

Türkiye'de ise Güney Kore medya yapımlarına ilgi duyan genç izleyiciler Güney Kore filmlerini, müziklerini, dizilerini ve kültürüne dair merak ettikleri başlıkları paylaşabilecekleri bir internet sitesi kurmuşlardır. 2006 yılında sosyal ağlarda dağınık ve bireysel olarak görülen Güney Kore dizilerine ait paylaşımlar ve yorumlar sonrasında Ocak 2007 yılında şuan Türkiye'nin en geniş kapsamlı Güney Kore pop kültürü paylaşım sitelerinden *Korea-fans* (www.korea-fans.com) kurulduğu ilk dönemlerde, TRT'de yayınlanan Güney Kore dizileri ve dizi müzikleri ile ilgili paylaşımında bulunulan küçük bir forum sitesiyken, son zamanlarda giderek artan üye sayısı ve Güney Kore'ye dair hemen hemen her konuda açılan konu başlıkları ile dikkat çekmiştir. Hallyu seline kapılan izleyici sayısı arttıkça korea-fans sitesi benzeri forumlar da kurulmaya başlamıştır. Bu forum sitelerinde Hallyu fanları disiplinli ve profesyonel bir şekilde organize olup çeşitli birimler oluşturmakta, gönüllü olarak yaptıkları çeviriler ve haberleri daha geniş kitlelere taşımak amacıyla çeşitli içerikler üretmektedir. İnternet sitesinde içerik oluşturmak dışında Güney Kore popüler kültürünü konu edinen gazete ve dergi çıkarmaya başlamışlardır.

Korea-fans ekibi tarafından 2009 yılında Güney Kore pop kültür magazin dergisi olan *Dong-yul* dergisi yayımlanmıştır. *Doğu aşkı* anlamına gelen *Dong-yul* dergisi temelde Güney Kore magazin haberleri, filmleri, dizileri ve Kore müziğine dair içeriklerden oluşmasına rağmen, Güney Kore tarihi ve kültürü ile ilgili yazılar da barındırmaktadır. İnternet sitesi Güney Kore'de çıkan haberlere forumda düzenli aralıklarla yer verip, Güney Kore ile eş zamanlı olarak yayınlarken, *Dong-yul* dergisinde dizilere, sanatçılara, müziğe ait özel dosyalar konu edilip detaylı analizler yapılmaktadır. Türkçe yayınlanan dergi, Türkiye'de yaşayan Güney Koreliler için zaman zaman İngilizce makalelere de yer vermektedir. "*Dong-yul ile Kore Rüzgârını Hisset*" sloganıyla yola çıkan dergi, kültürel anlamda Türkiye ve Güney Kore arasında canlandırıcı bir etki oluşmasına fırsat sağlamaktadır.

Ayda bir yayına giren *Dong-yul* dergisi dışında Korea-fans ekibi tarafından aynı şekilde Güney Kore'yi temel alan *Hallyu Sinmum* adlı gazete çıkarılmaktadır. Daha çok Güney Kore eğlence dünyasından haberleri konu edinen *Dong-yul* dergisinden farklı olarak *Hallyu Sinmum* gazetesi, Güney Kore ile ilgili siyasi, ekonomik, kültürel ve toplumsal konulara yer vermektedir. Güney Kore'nin dünya ülkeleri ile ilişkileri, Türkiye ile ilişkileri, iş dünyası, günlük olaylar hakkında hemen hemen Güney Kore'ye ait her türlü konuya yer vermekle birlikte daha geniş ve kapsamlı haberler yayınlamaktadır. *Hallyu Sinmum* gazetesi Güney Kore dalgasına kapılan izleyicilerin eğlence dünyası dışında sosyal ekonomik ve tarihi olayları da takip etmesine ve böylece başlarda pop kültür ürünleri ile başlayan kısıtlı ilginin yaygınlaşması ve seçilmiş bilinçli bir odak haline gelmesine neden olmuştur. Korea-fans ve benzeri toplulukların büyük çapta büyüüp genişlemesindeki temel faktörlerden biri Türkiye'de internetin günlük hayatta geniş bir alan kapsamasıdır. İnternet ve sosyal ağlar bu noktada büyük bir

öneme sahiptir. Erişim kolaylığı ve istenilen içeriğin hazır halde yer alması, ilgili izleyicinin bağlılığını kazanmakta böylece güçlü ilişkiler kurulmaktadır. Aldığı gönüllü hizmet karşısında site üyeleri Güney Kore yapımlarını daha çok kişiyle tanıştırmak için ciddi anlamda çaba sarf etmektedir. Fanlar, internet siteleri tarafından Türkiye'nin belirlenen bir şehrinde organizasyonlar düzenlenmekte, bu toplantılarda tanışan internet sitesi üyeleri, ilgi alanlarında daha fazla paylaşımda bulunma imkânı sağlamaktadır. Etkinliklerde yemek olarak Güney Kore rameni tercih edilmekte ve Güney Kore'ye ait çeşitli çaylar içilmektedir. Ayrıca Üniversiteler, Kore Büyükelçiliği ve Korea-fans üyelerinin işbirliği ile "Kore Kültür Günleri" düzenlenmektedir. Bu organizasyon kapsamında Güney Kore'nin kültürünü tanıtmak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda çeşitli dans gösterileri yapılmakta, Koreli sanatçıların fotoğraf ve resim sergileri açılmakta, Kore'nin geleneksel mutfağından ürünler tanıtılmakta ve geleneksel Kore giysileri (Hanbok) meraklıların ilgisine sunulmaktadır. Bu etkinlikler, Kore kültürüne ilgi duyan kitlenin merakını dikkate alıp, popüler kültür içeriğinden bir adım öteye giderek, Kore kültürünü tanıtmayı amaçlamakta ve ilginin daha da pekiştirilmesine fırsat sunmaktadır.

Sonuç

Bu çalışma Türkiye'deki Kore dalgasının başladığı günden günümüze kadar olan boyutunu ele almış, bu dalgayı açıklamak ve Türk izleyicilerin Güney Kore popüler kültür ürünlerini tercih etme sebeplerini anlamaya çalışmayı amaçlamıştır. Hallyu ülkemiz için hala yeni bir dalga olma özelliği taşır ve son zamanlarda yazılı ve görsel medyada çıkan haberler aracılığıyla, ilgili kesimler dışında diğer çevrelerin de dikkatini çekmeye başlamıştır. Dünya çapında da internet üzerinden yayılan ve izleyici kitlesine ulaşan Güney Kore dizileri müzikleri ve filmleri, Türkiye'de de internet siteleri ve forumlar aracılığı ile birçok kişiye ulaşmakta ve geniş bir hayran kitlesi oluşturmaya devam etmektedir. İnternet erişimi ve uydu teknolojilerinin gelişimiyle birlikte ülkeler arasındaki sınırlar kalkmış, istenilen içeriğe ulaşmak artık çok kolay bir hal almıştır. Bu durumda seçenek ve alternatifler çoğalmış, sunulan seçenekler arasından seçme hakkı veren ulusal televizyon ya da ulusal dizi/filmlere bağlılık oranı azalmış, internet üzerinden tercih edebilme seçeneği ile izleyici sayısız fırsat ve imkânlara sahip olmuştur. Hallyu fanlarının Güney Kore popüler kültür ürünlerine ilgi duymasının temel nedenlerinden biri, bir yandan kültürel olarak kendilerini Güney Kore'ye yakın hissetmeleri diğer yandan Güney Kore yapımlarının bu benzerlik yanında farklılıklar da sunmasıdır. İzleyici Güney Kore dizisinde aynı bölümde hem doğuya hem batıya ait kodlar görebilmektedir. Bu açıdan Kore popüler kültür ürünleri hem Asya, hem Amerika ve yeni yeni Avrupa'da ilgi görmektedir. Bu boyutta yoğun bir Kore ilgisinin devam etmesi, ilerleyen zamanlarda *antihallyu* kavramını da oluşturabilir. Yine de Hallyu şuan için ürettiği içerikle, dizileri, filmleri, müzikleri ve hükümet destekli politikaları ile ilgili kesim üzerinde Türkiye'de başarılı bir şekilde etkisini sürdürmektedir.

Kaynakça

- Appadurai, Arjun (1997) *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, USA: University of Minnesota Press.
- Beynon, John ve Dunkerley, David (2010) *Globalization*, USA: Routledge.

- Cho, Mi-Hea ve Kang Soo (2005) Past, Present, and Future of Tourism Education: The South Korean Case. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 5 (3): 225–50.
- Chua Beng Huat ve Iwabuchi Koichi (2008) East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave. Hong Kong: Hong Kong Univ. Press.
- Han, Hee-Joo ve Jae-Sub Lee (2008) A study on the KBS TV Drama Winter Sonata and Its Impact on Korea's Hallyu Tourism Development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24 (2/3): 115–26.
- Jung Young Eun (2009) Transnational Korea: A Critical Assessment of the Korean Wave in Asia and the United States. *Southeast Review of Asian Studies*, 31:69-80.
- Kim, Milim (2011) The Role of the government in cultural industry. Some observations from Korea's experience. *Keio Communication Review*.
- Lee, Soojin, David, Scott, ve Hyounggon Kim (2008). Celebrity Fan Involvement and Destination Perceptions. *Annals of Tourism Research*, 35 (3): 809–32.
- Özkul, Osman (2008) *Kültür ve Küreselleşme, Kültür Sosyolojisine Giriş*. İstanbul: Açılım.
- Ravina Mark (2009) Introduction: Conceptualizing the Korean Wave. *Southeast Review of Asian Studies*, 31:3-9.
- Samuel, Seongseop, Jerome, Agrusa, Kaye, Chon, ve Cho Youngshin (2008) The Effects of Korean Pop Culture on Hong Kong Residents Perceptions of Korea as a Potential Tourist Destination. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24 (2/3): 163–83.
- Shim Doobo (2006) Hybridity and Rise of Korean Popular Culture in Asia. *Media, Culture & Society*, 28 (1):25-44.
- Tolou, Vasileia(2014) Sustaining the Hallyu: International Social Media Promotion and Buzz for South Korean Movies and Series, Yüksek Lisans Tezi, Tampere University.