

Türkiye’de Manga, Anime, K-Drama ve K-Pop: Toplumsal Etki ve Hayranların Deneyimleri

Manga, Anime, K-Drama and K-Pop in Türkiye: Social Impact and Fan Experiences

Cennet Yağmur Duran 

Sakarya Üniversitesi, Sakarya, Türkiye,
cennetyagmurduran@gmail.com



Geliş Tarihi/Received: 02.03.2024
Kabul Tarihi/Accepted: 02.04.2024
Yayımlanma Tarihi/ Available Online:
02.04.2024

Öz: Bu çalışmada çağımızı anlama ve anlamlandırma çerçevesinde ne tür dinamikler ile şekillendiğini belirtmeye yönelik önemli üç kavram vardır: Kültür endüstrisi, küreselleşme ve popüler kültür. Bu kavramların çizdiği teorik çizgide Japonya ve Güney Kore’den yükselen manga, anime, K-Drama ve K-Pop’a yönelik açıklamalar ve incelemeler gerçekleştirilmiştir. İlk olarak bahsi geçen bu üç önemli kavramla birlikte kültür, alt-kültür, hayran kültürü gibi çağımızın içinde bulunan kavramların teorik incelemeleri yapılmış, ardından bu kavramların ortak paydaları olan manga, anime, K-Drama ve K-Pop alt-kültürleri, kültür endüstrisinde dikkat çekerek ve her biri ele alınarak örneklerle desteklenmiştir. Araştırma evreni kapsamında bu alt kültürleri takip eden 14 Türk hayranın mangaya, animeye, K-Drama ve K-Pop’a bakış açılarını anlayabilmek amacıyla nitel veri toplama yöntemi olan yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Görüşmeler neticesinde elde edilen verilere bakıldığında, araştırmanın evrenini oluşturan Türk hayranların adı geçen alt kültürlerde kendilerinden birçok duygu buldukları ortaya çıkmıştır. Türkiye’de manganın, animenin, K-Drama ve K-Pop’un sıkı takip edilme sebepleri arasında hayran kültürünün etkileri görülürken bu alt kültürlerin temsil ettiği Asya kültürünün pazarlanma stratejilerinin de oldukça önemli olduğu gözlemlenmiştir. Bu alt kültürlerin geniş bir kesime hitap etmesindeyse küreselleşmenin, popüler kültürün ve hayran kültürünün etkilerinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Asya Eğlence Kültürü, Kültür Endüstrisi, Popüler Kültür, Hayran Kültürü

Abstract: This study delves into three pivotal concepts essential for discerning the prevailing dynamics within the contemporary landscape: Culture industry, globalization, and popular culture. Within the theoretical framework established by these concepts, a comprehensive exploration of manga, anime, K-Drama, and K-Pop emanating from Japan and South Korea is conducted. Commencing with theoretical analyses of the aforementioned concepts and contemporaneous terms such as culture, subculture, and fan culture, the study subsequently scrutinizes subcultures associated with manga, anime, K-Drama, and K-Pop. These subcultures, serving as common denominators within the overarching concepts, are elucidated through illustrative examples within the culture industry. The ensuing discourse delves into individual discussions surrounding each of these cultural phenomena. Within the scope of the research population, semi-structured interviews, which is a qualitative data collection method, were conducted in order to understand the perspectives of 14 Turkish fans who follow these subcultures on manga, anime, K-Drama and K-Pop. When the data obtained as a result of the interviews are analyzed, it is revealed that Turkish fans, who constitute the universe of the research, find many emotions from themselves in the subcultures mentioned. While the effects of fan culture are seen among the reasons why manga, anime, K-Drama and K-Pop are followed closely in Türkiye, it has been observed that the marketing strategies of Asian culture represented by these subcultures are also very important. It has been concluded that globalization, popular culture and fan culture have influenced the appeal of these subcultures to a wide audience.

Keywords: Asian Entertainment Culture, Culture Industry, Popular Culture, Fan Culture

Extended Abstract

This study analyzed the reasons why fans who follow subcultures such as manga, anime, K-Drama, and K-Pop pursue these subcultures, the motivations behind their fandom, and the cultural impacts of these subcultures. Data were obtained from the perspectives of participants on their cultural practices and expectations in their daily lives. The study employed a qualitative research method utilizing a semi-structured interview technique to understand the "why" and "how" aspects of the subject matter. Given the clear topics and emphases, the semi-structured interview technique was applied with pre-prepared questions, allowing flexibility in responses. The sample size was not predetermined numerically but reached a point of saturation, where no new data emerged. In this context, 14 individuals were interviewed. Fifteen questions were asked to these 14 individuals to reveal their perspectives on manga, anime, K-Drama, and K-Pop subcultures. The questions were designed to explore how fans perceive these subcultures, the extent to which they integrate them into their lives, and how they establish connections with idols/characters, aiming for an understanding-based approach. Responses to open-ended questions were individually examined, and common themes were identified and interpreted under these themes.

In this study, research supported by concepts similar to those in the culture industry was conducted. The culture industry, which functions almost like a factory, demonstrates the function of reshaping and presenting existing phenomena to the masses, such as the "reshaping of the existing." The product presented to the masses is "popular culture." Popular culture is synonymous with mass culture, as it appeals to the masses, thus becoming a part of the culture industry. Products are marketed, advertised, and presented to the public. In this context, representatives of the Frankfurt School, such as Adorno, emphasize that consumers are the "objects" of the culture industry. The fact that the concept of the culture industry is not new does not imply its current obsolescence. In today's market, the production and dissemination of successful popular culture through the culture industry continue to thrive. In fact, it is evident in society that this phenomenon has become a phenomenon that reaches wider masses and makes its voice heard globally. When the culture industry presents the popular culture it has produced to the masses, it achieves success thanks to the "global market." The concept of globalization is crucial here. In this context, these subcultures emerging from Asia have spread worldwide with the effects of globalization, popular culture, and fan culture. Manga, anime, K-Drama, and K-Pop are extensions of globalization, popular culture, and fan culture. To put it more broadly, these subcultures have been developed within a planned framework and analyzed around the axis of the culture industry. These subcultures are not only popular for their TV series, music, or manga, but also market their clothing styles, beauty perceptions, and food culture. For example, it was observed that chopsticks used in Asian cuisine were also used among the participants. Japan and South Korea have established their market networks very well through these subcultures and have sustained the flow through fans. Considering the size of the market and the intense interest of fans, it is evident that these subcultures, which have become popular culture, are a project that is approaching success day by day and has made a name for itself in the global market by utilizing every means at its disposal.

When examining the interactions of Turkish fans with the aforementioned subcultures in the study, it can be seen through 14 participants that the transformation of these subcultures, which are an extension of the culture industry, into popular culture has influenced the fans. When the relationship between reading manga, watching anime, K-Dramas, or listening to K-Pop and the environment was examined, both positive and negative effects were observed on the fans. Some participants expressed that their social lives had improved and they had formed new friendships, while others stated that following these subcultures had made them subject to ridicule by their peers and caused difficulties. Similar results were observed regarding relationships with family when examined. Regarding daily life practices, when it comes to food culture, some participants became curious about Asian cuisine after seeing it in anime or

K-Dramas, while others did not find it appealing to their taste. Concerning clothing, the "soft masculine" energy emanating from Asia was observed to appeal to tastes and influence the shaping of beauty perceptions. However, Asian beauty standards also influenced the participants. Factors such as fair skin, slim body, and clear complexion were observed to negatively affect the self-perception of participant fans.

Scenes depicting clothing, food, the handsome and clean appearance of male protagonists in anime or dramas have been observed as elements that attract interest towards Asian culture, according to deductions made from participants. Additionally, the popularity of the K-Pop industry is greatly influenced by idol fan meetings, where idols not only showcase their music but also promote company products and maintain communication with fans. Social media undoubtedly plays a significant role in the growth of this market. With each passing day, the evolving digital world, now synonymous with our current era, affects crucial points of creative content areas, along with the development of social media platforms and numerous other networks. Each innovation introduced into our lives over the last twenty years somehow corresponds to a step taken towards globalization, as seen in the instantaneous access to news from the other side of the world or the possibility of landing on the homepage of a social media platform. In today's world, the notion of impossibility has diminished to almost nonexistence. However, it's essential to note that the dissemination and opportunities provided by the culture industry and popular culture come hand in hand with global culture and globalization. Success, regardless of the amount of production, is contingent upon achieving success on a global scale. It is evident that the concept of the "culture industry," introduced by Adorno and Horkheimer, prominent representatives of the Frankfurt School's Neo-Marxist tradition, has allowed us to perceive and continue to perceive the dimensions of the world we live in from various perspectives, continuously updating itself from the time of its inception until now. Thanks to the concept of the culture industry, which allows us to view the world with different dimensions and approach it critically, we can express our opinions about understanding and interpreting societies through a single window in the face of the world reshaped solely by capitalism's consumption-oriented ideology.

1. Giriş

Türkçe literatürde yeni bir araştırma konusu olarak ele alınan K-Drama ve K-Pop ve 1990'lı yıllardan itibaren adından söz ettirmeye başlayan manga - anime (Alicenap, 2014, s: 33) müzikten yemek kültürüne, sinemadan güzellik algısına değin birçok alanda etki eden, yaşantımızın seyrinde bizlerle beraber devam eden, toplumsal olguyu etkilemeye başlayan bir popüler kültür haline gelmiştir. Kaynağının Japonya ve Güney Kore olduğu bu alt kültürler, başta Asya ülkelerinin birçoğunu etkisi altına almış olmakla birlikte, artık dünyanın her bir yanında, küresel yayılmayla kitlelere nüfus etmektedir. Popüler kültürün etkileri ile günümüz kitesinde birçok takipçisi olan bu alt kültür başlıkları, hayran kültürüyle kişilere duygusal anlamda bağ kurmaktadır. Alt kültür, popüler kültür, hayran kültürü, küreselleşme gibi ifadeler, yaşadığımız çağın kültür üretimleri, tüketimleri ve yayımları noktasında önemli kavramlardır.

Kültür "belirli bir toplumun ya da bir sosyal grubu karakterize eden ve içeriğini, bilgi, gelenekler, normlar, hukuk ve inançların oluşturduğu, yaşam biçimi" (Giddens & Sutton, 2014, s. 259) tanımı ile sosyal bilimler için oldukça önemli bir kavramdır. Kültürün, insanın insanla etkileşiminden kurulmuş ve yaratılmış çevresini temsil etmesi nedeniyle, "maddi kültür" ve "manevi kültür" olmak üzere iki yönü de vardır (Kocadaş, 2005, s. 3). Kimi sosyologlar tarafından kültür aynı zamanda medeniyetle bağdaştırdıkları maddi kültür, somut faktörleri temsil eder (Kocadaş, 2005, s. 3). Manevi kültürse milleti diğer milletten farklı kılan, (örf, adet, toplumsal davranışlar vb.) milletin şahsiyetini öne çıkaran kültür kapsamıdır (Kocadaş, 2005, s. 3). Hakim kurallardan daha farklı, daha ayrı tepkileri olan davranış olarak "ulusal kültürün bir alt uygulaması" (Boschele, 2015, s. 2) ile kültürün bir alt dalı olan "alt kültür" ise çalışmanın büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Alt kültür kavramının irdelemesindeki amaç, toplumdaki belirli bir grubun göstermiş olduğu pratiklerle, genel anlamda egemen olan pratiklerin ilişkisini ve çelişmesini belirtmektir. Bakıldığında alt kültür, aynı zamanda toplumun bir temsilidir. Biraz

daha açmak gerekirse alt kültür siyasetle, medyayla ve toplumun örf adetleriyle de ilgilidir. Fakat aynı zamanda bu kavram, toplumdaki egemen siyasete, toplumdaki normlara, geleneklere, medyaya kadar birçok alanda “karşı çıkan” bir kültürel biçimdir (Boschele, 2015, s. 2).

Asya merkezli manga, anime, K-Drama ve K-Pop kültürlerinin küresel yayılmasında kültür endüstrisinin ve popüler kültürün etkisi büyüktür. Çalışmayı irdelemek açısından eleştirel teori bağlamında kültür endüstrisi kavramını açıklarken, Frankfurt Okulu’nun önemli düşünürleri Adorno ve Horkheimer’a başvurmak önem arz etmektedir. Adorno’nun “Kültür Endüstrisi & Kültür Yönetimi” adlı çalışmasına göre, kültür endüstrisi kavramı ilk defa 1947’de Horkheimer’la birlikte “Aydınlanmanın Diyalektiği” kitabında kullanılmıştır (Adorno, 2011, s. 109). Kavram öncelik olarak “kitle kültürü” şekli ile kullanılmış olsa da, daha sonrasında ifade “kültür endüstrisi” hâlini almıştır (Adorno, 2011, s. 109). Kitle kültürü kavramından kültür endüstrisine geçişin altı elbette boş değildir. Adorno, (2011) kitabında bununun sebebini kitle kültürü ifadesinin kendiliğinden doğduğu ve gelişmiş bir kültürü temsil ettiği şeklinde açıklamıştır.

Kültür endüstrisi ise basit bir anlatım ile kültürün, kapitalizmin egemen kıldığı toplumlarda ticarileşmesi ve endüstrileşmesi sürecini ifade eder (Üç, 2019, s. 50). Bu noktadaysa kültür endüstrisi jakoben bir endüstriyel dönemin toplumda oluşturduğu kapitalist etkileri, seri üretim ve standart üretim ürünlerinin kitlelere sunulması olarak tanımlanabilir (Üç, 2019, s. 50).

Adorno, kültür endüstrisine vurgu yaparak, kapitalizmin egemen olmadığı bir sistemin son kısıntılarının da tükenmesi sebebiyle kültürü temsil eden ürünlerin standartlaşmasını eleştirir. Ona göre, standart hale gelmiş bu ürünlerin metalaşarak piyasada kâr elde edecek duruma getirilmesi, sistemin kapitalistleşmesini yansıtmaktadır (Savut, 2016, s. 24). Bu noktadaysa popüler kültür kavramına odaklanmak önemlidir. Popüler kültür yalın haliyle kitle kültürünün içerisinde ticari kaygılarla oluşturulan amaçların gerçekleşmesidir (Erdoğan, 2004, s. 3). Popülerin en kısa ve yavan anlamı “halka ait” olandır, ancak kavram bu tanımdan daha geniş bir kapsamı ifade eder. Bu nedenle popüler kültür için, gündelik yaşam ile endüstriyel ürün kullanıcılarının arasındaki “orta kesim” tarafından yaratılmış olan kültür dünyasıdır (Hatipler, 2017, s. 41). Popüler kültürün göz önünde bulundurulması gereken en önemli özelliği hem hegomonik ideolojiye sahip öğeleri, hem de “acılar içindeki” insanlığın özgürleşme beklentilerini temsil eden “karşı-ideolojik” öğelerini içinde bulundurmasıdır (Oskay, 1980, s. 250). Reel yaşamın örgütlendirilmesi günümüz toplumlarında hem hakim kesimin değerlerine göre düzenlenmiş bir alan sunar, hem de hakimliğe karşı direnen bağımlı kesimlerin fantazilerine ayrı bir yaşam alanı oluşturur (Oskay, 1980, s. 250).

Çağdaş toplumda popüler kültür artık “geç kapitalizmin” genel halk kültürünün bir ürünü olarak görüldüğünden, kültür endüstrilerinden bağımsız düşünülemez hale gelmiştir (Mutlu, 2005, s. 317). Popüler kültürün “geç kapitalizmin halk kültürü” şekli ile tanımlanmasının, bu kültürü temsil eden kelimenin neden “popüler” olduğu sorusunu akıllara getirmektedir. Mutlu’nun (2005) “Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya” kitabında bahsettiği üzere “popüler kültür hayatla titreştiği için popülerdir” (Mutlu, 2005, s. 319) sözü cevap niteliği taşımaktadır. Bu noktada popüler kültür kendisini pazarlarken her alanı kullanma gayesindedir. Pazarlamanın önemli ayağı olan reklamcılık bunun için önemli bir noktadadır. Reklam, üretici ve tüketici arasında direkt bir alaka kuruyorken, popüler kültür “satılabilir” ve “satın alınabilir” olan eğlence fırsatları hazırlamıştır (Yavuz, 2006: 157). Bu noktada popüler kültürde kalıcılık değil, süreklilik ve değişim önemlidir.

Bir alt kültürün popüler kültür haline gelmesinin ardında piyasaların ve kültürün küreselleşme süreci olabilir. Gordon’a (2005) göre küreselleşme, küresel manada açığa çıkan ve gelişen bir kültürel sisteme tekabül etmektedir, bununla birlikte bu görüş, küreselleşme teorisini temsil eder. Bu teoriye göre küresel anlamda kültürü meydana getiren, ortaya çıkmasını sağlayan birçok çeşidi olan kültürel ve toplumsal etmenler vardır. Küresel anlamda tüketimcilik ve tüketimin meydana gelmesi, voleybol ligi veyahut dünya kupası gibi etkinliklerin olması, “Olimpiyat Oyunları” aracılığıyla spor alanlarının uluslararası anlamda ve küresel anlamda nitelik kazanması gibi faktörlerden bahsedilebilir (Gordon, 2005, s. 449).

Küreselleşmenin kültürel boyutuna bakıldığında günümüzde insanların yaşantısında oldukça önemli bir konumu olan teknolojinin gelişimiyle bireylerin ve toplumların birbiriyle ilişkisi artmış ve ileri seviyeye taşınmıştır. Bu noktaya gelindiğinde daha önceden birbirlerine yabancı gelen kültürler, insanların ve toplumların birbirleriyle kaynaşmasıyla ortak bir payda bulabilmiş, farklı zevk alanları, farklı ilgi alanlarıyla da bir ortaklık yakalayabilmişlerdir. Bu da küresel bir birikim ve küresel bir kültür ortaya çıkarmaktadır (Bayar, 2008, s. 30).

Çalışmaya konu olan Asya kültürü 2010'lerden itibaren küresel bir ün elde etmeye başlamıştır. Japonya eksenli manga ve animeler 1990'lı yıllardan itibaren, televizyonlarda gösterilen animelerle ve bilhassa interneti kullananların manga ve anime hayranları tarafından yayınlamış oldukları web siteleri ile gün geçtikçe sevilir hale gelmiştir. Günümüzde, Türkiye'de "Arunus, Tudem, Everes, İthaki, Gerekli Şeyler, Marmara Çizgi ve Akılçelen" vb. çeşitli yayınevleri manga yayıncılığı da yapmaktadır (Efe, 2019, s. 69).

Güney Kore'den yükselen, "Kore Dalgası" (Hallyu) ise K-Dramalar ile başlamış, dizilerin web sitelerinde hayranların yapmış olduğu çeviriler aracılığıyla daha da artarken, K-Pop olarak isimlendirilen "melez" müzik tarzı ve K-Pop starları sosyal medya aracılığıyla (Binark, 2019, s. 149) küresel anlamda tanınmaya ve takip edilmeye başlanmıştır. Türkiye'de de popüler olan bu pazar, araştırmaya katılan katılımcılar arasında etkinliklere katıldıklarını beyan etmeleriyle örneklendirilmiştir. Katılımcılardan birinin 2013 yılında Türkiye'de gerçekleştirilen "MusicBank" konserine gitmesiyle ilgisinin daha arttığı gözlemlenirken, yerel olarak "BTS GalaxyTurkey" adlı Türkçe çeviri yapan hayran sayfasının da etkinlikler düzenleyerek hayran kitleyi topladığı ve katılımcılardan katılım sağlandığı görülmüştür.

Bu çalışmanın amacı popüler kültür haline gelmiş bu alt kültür başlıklarının popüler kültür, hayran kültürü, kültür endüstrisi, küreselleşme bağlamında açıklamak, manga, anime, K-Drama ve K-Pop'un etkilerinin hayranların üzerinde ne kadar etkili olduğu, bu alt kültür başlıklarının gündelik yaşam pratiklerinde ne kadar yansıtıldıkları, Türkiye'de hangi özelliklerden kaynaklı bir kitle edindiği ve Türk kültürüyle ortak noktalarını irdelemektir. Bu konuda bahsi geçen alt kültürleri takip eden 14 hayranla görüşülmüş ve nitel bir çalışma gerçekleştirilmiştir.

2. Popüler Kültürde Asya Rüzgarı: Manga, Anime, K-Drama ve K-Pop'un Etkileyici Dünyası

2.1. Manga ve anime

Manga, en yalın anlamıyla, tüm dünyanın dilinde "Japon çizgi romanı"dır. Dolayısıyla manganın tanınmış olması da, kendisinden çıkmış animelerin bütün dünyaya yayılması ve yaygınlaşması şeklinde olmuştur (Alicenap, 2014, s. 34). Manganın, Oxford sözlüğündeki tanımına göre ise, "...bilim kurgu, fantastik öğeler ve zaman zaman şiddet ya da cinsel içerikli temalardan oluşan Japon çizgi roman türüdür" şeklinde ele alınmaktadır. Sözcüğün kelime kökenine değinilecek olunursa Japoncada "gelişigüzel" anlamında olan "man", "resim" anlamında olan "ga" kelimelerine dayanmaktadır (Alicenap, 2014, s. 34).

Görsel dilin bir uzantısı olan mangalardan sonra gelen, mangaların dijital simgesi olan "animeler" ise köken olarak yine mangalara dayanmaktadır. Fakat bir yandan da mangaların önem arz edip insanlar tarafından tanınması da, animeler aracılığıyla gerçekleşmektedir (Özdemir, 2020, s. 19).

Mangaların animeye dönüştürülmesi, 1952 - 1968'li yıllar arasında yayınlamış olduğu "bilim - kurgu" türündeki "shonen manga" serisi olan "Tetsuvan Atomu", İngilizce adıyla "Astro Boy", 1963 - 1966 yıllarında televizyon serisi şeklinde yayımlanması ile birlikte Tezuka, önemli bir rol oynamaktadır (Arslan, 2019, s. 84). Zamanla televizyondaki kanal sayılarının artmış olması ve seçilen bazı kanalların yalnızca çocuklar için çocuk çizgi filmlerine ayrılması, daha fazla animelerin yayınlanmasına, sonraki dönemlerdeyse "Japon animasyonunun" dünyaca tanınmasına ve bir popüler kültür haline gelmesinde yarar sağlamıştır (Arslan, 2019, s. 84).

Zamanla gelişen anime sektörü, 1990'lı yıllara gelindiğinde bir dönüm noktası yaşamıştır. Anime kültürü ne kadar Batı'da da kendini göstermeye başlamış olsa da kendilerine ait kültür yapı taşlarından hiç ayrılmamışlardır (Özdemir, 2020, s. 23). Daha net ifade ile bahsetmek gerekirse, mangalarda da görülen,

animelerde daha da göz çarpan nitelikler mevcuttur. Karakterler gerçekçi görünmek için tasarlanmış olsalar da, ayaklar, eller, saçlar vb. bölgeler normalinden daha abartı bir biçimde çizilebilmektedir (Arisal, 2019, s. 27). Bu çizimler, hareketlerin hem daha abartılı, hem de daha rahat görünmesini sağlamaktadır. Gözler, ifadeleri daha net ve iyi yansıtabilmek amacıyla abartılı ve büyük çizilir. Saç, bu noktada en önemli unsurlardan biridir, bununla birlikte anime karakterlerinin tasarımında en ayırt edici özelliklerden bir tanesidir. Günlük yaşamın renk seçimlerinin dışında kalan renklerde ve şekillerde kullanılır. Kıyafetler, animenin temasına ve konusuna göre farklılık gösterse de, Japonya'nın kültüründe çoğunlukla okul formları –karakter seçiminden de kaynaklı olarak- popülerdir (Arisal, 2019, s. 27).

Animenin günümüz dünyasında tüm dünya üzerinde, özellikle bu alt kültürü takip edenler üzerinde az veya çok, bir şekilde etkisi vardır. Mangaların ve animelerin kimlikle olan ilişkisinin dikkat çeken noktası da "Cosplay"dır. Cosplay olgusunu kısaca anlatmak gerekirse, kelimenin kökeni "costume" ve play veyahut rolepay (rol yapmak) sözcüklerinin birleşmesinden türemiştir. Anime izleyen hayranların beğendikleri anime karakterinin kostümlerini giyinerek gündelik hayatı mevzu bahis edilen karakterin veya karakterlerin rolüne girip eğlenceli bir halde hayatlarını konu alan pratiktir (Parlak, 2019, s. 63).

Hayranlar neden cosplay yapma ihtiyacı hissetmektedir? Bu soruyu Parlak (2019, s. 67), şu şekilde açıklıyor: "Öncelikli olarak kostüm giyen kişiye duyulan ilgi başlıca neden olabilir. Bürünülen karaktere benzeme oranı arttıkça duyulan ilginin artmadığı, kostümü yapan ve yaşayan kişiyi gitgide daha ayrıntılı ve yerinde benzerler üretmek için motive eder. Ayrıca birey olmanın yanı sıra, kendi sosyal çevresinde kitle oluşturma durumu da Cosplay'in ilgi görmesi ve yayılması için zemin hazırlar. Sosyal medyada sık sık yüz ve kimlik değiştiren, üzerinde taşıdığı kostüm ile canlandırdığı karakterin hayran kitlesini etrafında toplamak da bu olayda yer almaya sebep olabilir. Farklı olmak. Belki başlarda saçımı boyayım, fondöten süreyim, çizgi çekeyim gibi basit birkaç hareketlenmeyle başlayan süreç metrelerce kumaş, metal aksesuarlar, poliüretan köpüklerle dolu bir dünyanın yolunu açarken sadece daha eğlenceli bir yaşam hedeflenir...".

Türkiye'de ise manga ve anime kültürü 1990'lı yılların başından itibaren, televizyonlarda gösterilen animelerle ve bilhassa interneti kullananların manga ve anime hayranları tarafından yayınlamış oldukları web siteleri ile gün gittikçe sevilir hale gelmiştir. Günümüzde, ülkemizde, "Arunus, Tudem, Everes, İthaki, Gerekli Şeyler, Marmara Çizgi ve Akılçelen" vb. çeşitli yayınevleri manga yayıncılığı da yapmaktadır (Efe, 2019, s: 69).

Ülkemizde manga ve anime hayranları sadece taramayla sınırlı olmamakla birlikte, "haber ve bilgi siteleri", "fan siteleri", "forumlar", "manga tarzı oyunlar", "sohbet odaları" gibi diğer farklı alanlarda da aktiftir. Manga TR Online, Mangadenizi, gibi siteler bunlara örnektir (Efe, 2019, s. 69). Bu noktada bakıldığında, animelerinin popüler olmasının arkasında hayranların ücretsiz emeklerinin katkıları oldukça büyüktür. Türkiye'de "ana akım medyada" yer edinemeyen animeler ve animelerle ilgilenen hayran toplulukları, internetin aktif kullanımı ile birlikte topluluklar oluşturup, internette dolaşıma girmiş olan animelere altyazılar eklemektedir, çevirmektedir (Başlar & Ateşalp, 2019, s. 153).

2.2. K-Drama ve K-Pop

Güney Kore temelli diziler ve müzikler incelenmeden önce, dikkate alınması gereken bir kavram vardır: Hallyu. Çünkü hiç şüphesiz, Kore'nin orijinal içerikli endüstri sektörünün nasıl ve ne şekilde işlendiğinin en güzel örneklerinden biri, Hallyu starlarının "yaratılış" süreçleridir (Binark, 2019, s. 69).

Peki Hallyu nedir?

Kısaca "Kore Dalgası" olan Hallyu, bilhassa 1990'lı yıllar itibarıyla Çin, Japonya ve Güneydoğu Asya ülkelerinin takip etmeye başladığı Güney Kore kökenli TV dizileri, sinemaları, şarkıları ve ortaya çıkmış olan bir kültür akımı denilebilir (İriyari, 2022, s. 70). Kelime klasik Çince kökenli olmakla beraber iki farklı ideogram ile oluşmuştur. İlk ideogram olan Han, "Kore" manasına geliyorken, sonrasında gelen ideogram ise "dalga/akım" anlamını taşımaktadır. Böylelikle "Kore Dalgası" ifadesi açığa çıkmıştır (Binark, 2018, s. 75). Çin medyası sayesinde Asya ülkelerine Kore dramaları, Kore yıldızları ve Kore'nin

popüler kültürüne dair hayranlığı ve beğenisi anlatılmak amacıyla kullanılmıştır (Binark, 2018, s. 75). Gittikçe yelpazesini genişleten bu kültür akımı zaman geçtikçe sadece bu alanlarla sınırlı kalmayarak dallarını bilgisayar oyunları, kozmetik ürünleriyle vs. ilerletmiştir (İriyari, 2020, s. 70).

Yakın tarihlerde bütün dünyada olduğu üzere ülkemizde de Kore dizileri ve Kore pop yıldızları tüketimine yönelik büyük ve çeşitli hayran kitleleri oluşturulmuş durumdadır. Bu hayran kitlelerinin oluşmasında inkâr edilemez ölçüde İnternet, sosyal medya araçları, bilhassa YouTube oldukça önemli bir rol üstlenmektedir (Binark, 2020, s. 141). Güney Kore'nin popüler kanallarından SBS, MBC gibi yayın kuruluşlarının K-Dramaları yayınlamasıyla çok kısa sürede Türkçeye çeviren hayranların oluşturduğu web sayfaları "Hallyu" kültürünün Türkiye'de yayılmasına oldukça büyük katkı sağlamaktadır. Sadece dizilerle sınırlı kalmayan bu kültürün dizilerde kullanılan müziklerle müzik gruplara olan merakı, Twitter, Instagram ve Kore menşeli VLive'ları canlı takip edip etkileşim vermek (Binark, 2020, s. 141) bu popüler kültür pazarının çeşitlenmesine ve gelişmesine fayda sağlamaktadır.

Hallyu yıldızları, bilhassa 2000'li senelerin başında Asya kıtasının belli başlı ülkelerinde Güney Kore yararına yönelik kalıcı izler bırakmayı başarabilmiş ve böylelikle Güney Kore'nin popüler kültüre yönelik çalışmaları zaman geçtikçe zirvelere ulaştırabilmiştir (Macit, 2018, s. 25). Bu etkiler ve başarılar neticesinde de Hallyu, etki etmiş olduğu ülkelerde Güney Kore'nin kültürel bir popüler kimliği olmuştur (Macit, 2018, s. 25).

Esasında Hallyu, genel anlamda etnik azınlıklar ve kadınlar tarafından takip edilen bir alt kültürdür. Kore ürünlerinin hayran kitlesi, dünya genelinde olduğu gibi özellikle Endonezya gibi İslam ülkelerinde "kadınlar" olarak vurgulanmıştır (Çizmeci, 2018, s. 324). Daha detaylı örnek vermek gerekirse İsrail, Çin, Filistin ve Endonezyalı hayranlar arasında yapılmış olan kıyaslamalar neticesinde, en yoğun, en sıkı hayranların İslam ülkelerinin kadınları olduğu tespit edilmiştir (Çizmeci, 2018, s. 324). Elbette bunun da altı boş değildir. İslam ülkelerindeki kadınların bu denli sıkı takip etme sebepleri, dizilerin içeriğiyle bağlantılıdır. Tayvanlılara göre, Kore'nin televizyon dizilerinden önce Asya'da popüler olan Japon dizi hikâyelerinin çok karmaşık ve soyut mesajlar vermesi, ancak buna karşılık Kore dizilerinin basit bir şekilde kadın - erkek arasındaki aşkı konu alması buna sebeptir. Bazı hikâyeler araba kazaları gibi ya da ani ölüm gibi sonlarla bittiğinden gerçek gibi görünmese de, Kore yapımı dizileri izleyicileri karmaşık yapılar içinde bırakmaktan ziyade, izleyicilere daha dostça, arkadaş canlısı bir yaklaşımla ulaşmayı başarır (Çizmeci, 2018, s. 324).

Koreli dizi sektörünün yapımcıları izleyicileri memnun etmek amacıyla her şeyi planlamaktadırlar. Bilhassa dizinin hayranlarının beğendikleri dizilerle alakalı internet aracılığıyla "hayran kulüpleri" oluşturmaları ve geri dönüşte bulunmaları, dizinin senaryosuna yönelik akışa müdahale ederek yapımcılara baskı yapacak kadar ileri gitmeleri, bu süreci gözler önüne sermektedir. Parodiler, videolar, fanzinler (fan magazinleri), resimler gibi içerikler bu sürecin bazı detayları olmakla birlikte hayranlar, dizilerle alakalı düşünceleri ve dizilerle alakalı satışa sunulan ürünlerin satış pazarını oluşturduklarından Kore yapımcıları için birer kilit noktasını üstlenmektedir (Taşdemir, 2018, s. 41). Yapımcılar, hayran kitleler için drama yıldızlarıyla "fan meetings" ismi verilen hayran buluşmaları gerçekleştirmekle birlikte reklam pazarlamalarıyla da hayran kitleleri memnun edecek bir organizasyon planlayarak (Taşdemir, 2018, s. 41) sektörü sürdürmektedir.

Avrupa'da da Hallyu, Asya'da olduğu gibi önemli bir olgudur fakat Türkiye'de Hallyu daha baskın ve yaygın bir şekilde etkisini göstermektedir. Birçok Türk genci Kore yapımlı dizileri izlemeyi, Kore gruplarının çıkarmış olduğu müzikleri dinlemeyi ve Kore sinemasını takip etmeyi tercih etmektedir. Takip edilme sebepleri biraz irdelendiğinde Kore ve Türkiye arasındaki ilişkinin sağlam ve olumlu bir temelde seyir olmasından kaynaklandığı gözlemlenmiştir. Kore Savaşı'na kadar gider bu dostluk, her iki toplum arasında da benimsenmiştir (Fırat, 2017, s. 70). Aynı şekilde yine iki ülke arasında kültürel bir yakınlık da gözler önüne serilmektedir. Benzer olan modernlik deneyimiyle birlikte Türkiye Cumhuriyeti ve Güney Kore'nin kuruluş tarzlarının benzer olması, iki ülkenin de yüzünü batıya döndürmesi fakat aynı zamanda geleneklerine ve kültürel değerlerine sahip çıkması, bu konuda özen göstermesi iki ülke arasında ortak bir payda çıkarmaktadır (Fırat, 2017, s. 70).

Dizilerin Türkler tarafından sevilmesi ve benimsenmesi tamamen kendiliğinden gelişen bir olgu değildir. Türk gençleri çerçevesinde Hallyu'nun bu denli hızlı yayılmasının en önemli nedenlerinden biri internettir. İnternetin basit düzeyde erişilebilir olması ve ücretsiz olarak eğlenceli içeriğe sahip olması Hallyu'nun Türkiye ekseninde yayımını kolaylaştırmıştır. "Kore Hayranları" olarak isimlendirilen Kore dizilerini, Kore müziklerini ve Kore kültürünü takip eden hayran kitle Güney Kore dizilerinin Türkiye'de yaygınlaşmasını arttırmıştır (Taşdemir, 2015, s. 57).

Ülkemizde dizilerin başlatmış olduğu Kore Dalgası rüzgârı, dizilerin web sitelerinde hayranların yapmış olduğu çeviriler aracılığıyla daha da artarken, K-Pop olarak isimlendirilen "melez" müzik tarzının ve K-Pop starlarının tekrar sosyal medya aracılığıyla BTS, GOT7, EXO, FTIsland, Red Velvet, Blackpink, SHINee gibi K-Pop menşeli müzik gruplarının hayranlığının oluştuğunu dillendirmek mümkündür (Binark, 2019, s. 149). Bihassa 2012 yılında Güney Koreli sanatçı Park Jae Sang'ın "Gangnam Style" videosu, YouTube'da en çok izlenen video olarak Guinness Dünya Rekoru'nu kırmıştır ve K-Pop müziğinin dünya çapında patladığını işaret etmiştir (Ding & Zhuang, 2021, s. 51). Türkiye dahil tüm dünyayı etkisi alan K-Pop'u biraz daha irdelemek gerekirse, yaratıcı içerikler üreten bu endüstrinin nasıl ve ne şekilde işlendiğine dair en güzel, en iyi örneklerden biri Hallyu yıldızlarının "yaratım süreci"dir (Binark, 2020, s. 147). Güney Kore'nin "pop endüstrisinde" belirli şöhret yaratıcı ajanslar vardır. Bunlardan en çok ses getirenleri BigHit Entertainment, SM Entertainment, JYP Entertainment, YG Entertainment ve Cube Entertainment'dir. Bu ajansların genel anlamda ortak özellikleri seçtikleri star adaylarını 12 yaşından itibaren "beceri temelli" elemeler yaparak seçip, çıkış yaptıranı değin yoğun bir eğitim sürecine sokmalarıdır (Binark, 2020, s. 147). Bu tür eğitimler temelde 5 sene sürmekle birlikte star adaylarını dans etmede, en az bir spor dalında ya da müzik aleti çalmada başarılı olmaları zorunlu bir eğitime tabii tutulmaktadır. Bununla beraber Asya'da popüler olan Çince, Japonca ve dünyanın ortak dili olan İngilizce gibi dillerden birini öğrenip, günlük yaşantıda konu olan siyasetten, günlük kültüre kadar konular da, eğitim sürecinin bir parçasıdır. Bu kültür parçasının önemli bir ayağı olan sosyal medya hesaplarını nasıl ve ne şekilde kullanmaları gerektiği de, şöhret adaylarının bilmesi gereken hususlardan sadece biridir (Binark, 2020, s. 147).

K-Pop gruplarında genel bir gözle bakıldığında, Hallyu starlarında benzer, ortak görülen ve K-pop'un endüstrisi tarafınca bilinçli olarak piyasaya sürülen bir "ideal erkek" ve "ideal kadın" özellikleri gözümüze çarpmaktadır (Keskin, 2022, s. 113). Bu tür yönü ile K-Pop grupları, Hallyu starlarında görülmüş olduğu üzere "ideal güzellik miti" sınırlarıyla tasarlanmış, üretime konmuş ve sunulmuştur. Kpop'un uluslararası anlamda başarıyı sağlamış "çok yönlü erkek" (manufactured versatile masculinity), algısının oldukça önemli bir rol üstlendiği görülmektedir. "Dünya müzik piyasasında uluslararası ölçekte hayran kazandırma stratejisinin bir parçası olduğu düşünülen söz konusu dişleştirilmiş erkeklik (soft masculinity) K-Pop erkek gruplarının genel bir özelliği olarak gözlenmektedir. K-Drama ve K-Pop erkek yıldızlarının uluslararası hayran kitlesi için kadınsı estetikte birleştirilmiş görünüşleri Uzak Doğu Asya kadınsı-yumuşak erkekliği (pan – East Asian soft masculinity) olarak da adlandırılmaktadır" (Keskin, 2022, s. 113).

Genel anlamda bu endüstrinin çizmiş olduğu kabataslak çerçeveye bakıldığında, görülecektir ki K-Pop yalnızca beden ve cinsiyet üzerine kurulmuş farklı ve yeni algılar üzerinden ilerlemekte, arka planındaysa profesyonel bir planlama süreci bulunmaktadır. Olayın yalnızca idollerin bedenleri ve davranışlarıyla sınırlı kalmamasıyla birlikte, sanatçılar çıkış yaptıktan sonra dahi şirketlerin onlar üzerinde var olan baskılayıcı politikası ve kısıtlayıcılığı devam etmektedir (Binark & Özaydın, 2019, s. 171).

Tüm dünyada varlığını gözler önüne seren K-Pop sektörü, müzik endüstrisiyle ve popüler kültürü ile kitleleri etkisi altına alırken, Türkiye'de de bilhassa 12 – 18 yaş arası gençliğin hayranı olduğu ve idolü durumuna getirdiği bir "küresel trend" olmuştur (Keskin, 2022, s. 123).

3. Metodoloji

3.1. Yöntem

Bu araştırmada manga, anime, K-Drama ve K-Pop takip eden 18 yaşından büyük hayranların bahsi geçen alt kültürleri takip etmelerindeki motivasyonları ve gündelik yaşamdaki etkilerinin irdelenmesi amacıyla nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel yöntem kullanılarak yapılan araştırmalar “sosyal olguları bağlı buldukları çevre içerisinde araştırmayı ve anlamayı ön plana çıkararak bir yaklaşım” (Yıldırım & Şimşek, 2011, s. 39) olduğundan derinlemesine analizler yapılmasına da olanak tanımaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma yönteminin veri toplama tekniği olarak “yarı yapılandırılmış görüşme formu” tercih edilmiştir. Bu tekniğin seçilmiş olma sebebi ise yarı yapılandırılmış görüşmelerde araştırmacı soracağı soruları ön hazırlıkla birlikte mümkün olduğunca sistematik ve anlaşılır kılmaya çalışır. Bu form aracılığıyla konuyla alakalı soruların tam olarak anlaşılabilmesi veyahut beklenmedik soruların ortaya çıktığı vakitte araştırmacı soruları yeniden düzenlenerek katılımcıya yöneltebilir (Polat, 2022, s. 172). Bu bağlamda katılımcıların görüşlerinden yola çıkarak manga, anime, K-Drama ve K-Pop’u takip etmelerindeki motivasyonları, bu alt kültürlerle nasıl etkileşim içinde oldukları gibi hususlar ele alınmıştır. Örneklem belirleme aşamasında net bir sayısal değer belirlenmemiştir. Bu süreç “doygunluk” noktasında sona erer. Nitel araştırmalarda doygunluk, araştırma sürecinin önemli bir aşamasını oluşturur. Bu araştırmanın doygunluğa ne zaman varacağı hususunda kesin bir görüş bulunmamakla birlikte, bu karara genel anlamda araştırmacının artık veri toplamanın gereksiz olduğunu düşünmesiyle son verilebilir (Saunders vd., 2017). Araştırmacı, toplanılan verilerin tekrar ettiğini ve artık yeni bir veri toplamanın anlamlı olmayacağı kanısına vardıklarında süreci sonlandırabilirler (Saunders vd., 2017). Bu nedenle çalışmada 14 kişi ile görüşülmüştür. 14 kişiye manga, anime, K-Drama ve K-Pop alt kültürlerine olan bakış açılarını ortaya çıkarmak amacıyla 15 soru sorulmuştur. Hazırlanan sorular hayranların bu alt kültürleri nasıl gördükleri, hayatlarına ne yönde ve ne denli adapte ettikleri, idollerle/karakterlerle nasıl bağ kurdukları gibi hayran kültürüyle ilişkilendirilebilecek, anlamaya dayalı bir düzeyde hazırlanmıştır. Açık uçlu olarak tasarlanan sorulara verilen yanıtlar tek tek incelenmiş ve ortak yanıtlar tespit edilmiştir. Verilen yanıtlar araştırmanın konusuna uygun olarak temalandırılmış ve bu temalar altında yorumlanmıştır.

3.2. Veri toplama tekniği

Popüler kültür, kültür endüstrisi yönleri ile incelenen manga, anime, K-Drama, K-Pop’un Türk kültüründe alımlanmaları incelenen bu çalışmada, bu alt kültürlerin takip edilme sebepleri, hayran kitlelerin neden takip ettiği, üzerlerindeki kültürel etkileri, kültüre ilişkin günlük yaşamlarındaki pratik ve beklentilerle alakalı görüşlerinden veriler elde edilmiştir.

Araştırmada toplamda 14 kişi ile görüşülmüştür. Görüşmeler ise kafe, ofis gibi yerlerin yanı sıra görüntülü konuşma yoluyla da gerçekleşmiştir. Görüşülen kişilerin tercih edilme sebebinin en önemli etkeni manga, anime, K-Pop ve K-Drama alt-kültürlerinin yakinen takip etmelerinden kaynaklanmaktadır. Mülakatlarda görüntülü konuşmalarda not alınmış, birkaç mülakatın verileri izin alınarak ses kaydı yoluyla kayıt altına alınmıştır. Farklı şehirlerde ikamet eden görüşmecilerle yoğunluk, internet sorunu gibi çeşitli etmenlerle Mail yoluyla iletişim sağlanmış ve görüşme cevapları kayda geçmiştir. Mülakatlar en az 15, en çok 1 saat sürmüştür. Bu kayıtların deşifre süresi ise yaklaşık iki hafta sürmüş ve bunun neticesinde 40 sayfalık mülakat verisi elde edilmiştir.

Görüşülen kişiler, günlük yaşamlarında bu alt kültürleri takip ettiklerinden cevaplar eksik veya yarım kalmamıştır. Nitel araştırma ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniği gereğince soruların bazıları açık uçlu olduğundan, belli olan sorulara birkaç ekleme daha yapılarak konu daha fazla detaylandırılmıştır ve örneklerle çoğaltılmıştır. Çalışma için Etik Kurul Onayı alınmıştır.

3.3. Evren ve örneklem

Çalışmada amaçsal örneklem tekniği benimsenmiştir. Çalışmanın evreni manga, anime, K-Drama ve K-Pop takip eden Türk hayranlarının oluşturduğu topluluktur. Bu topluluk araştırma için araştırmacının

doğrudan etkileşime geçebileceği ve derinlemesine görüşme sağlayabileceği için çevresel bağlam sunmaktadır. Görüşülen kişiler çalışmanın konusuna uygun kişilerden oluşmakla birlikte, araştırmanın problemi açısından da önemli bir konuma sahiptir. Sorulan soruların amacı görüşülen kişilerin, manga, anime, K-Drama ve K-Pop'un yaşamları üzerindeki etkilerini anlamak olduğu için, çalışmanın belirlediği alt kültürün bu parçalarıyla yakından ilgilenilen kişiler seçilmiştir.

1. Bulgular

a) Katılımcıların sosyodemografik bilgileri

Araştırma kapsamında kendileriyle görüşme gerçekleştirilen 14 hayranın cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleği ve ikamet ettiği ile dair bilgiler aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 1

Araştırmaya Katılan Hayranların Sosyo-Demografik Bilgileri

	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Meslek	İkamet Ettiği İl
1. Görüşmeci	Kadın	23	Bekar	Üniversite Mezunu	Gazeteci	İstanbul
2. Görüşmeci	Kadın	19	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Öğrenci	İstanbul
3. Görüşmeci	Kadın	22	Bekar	Lise Mezunu	Hemşire	Trabzon
4. Görüşmeci	Kadın	20	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Öğrenci	İstanbul
5. Görüşmeci	Kadın	21	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Öğrenci-Çevirmen	Eskişehir
6. Görüşmeci	Erkek	21	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Öğrenci	Sakarya
7. Görüşmeci	Erkek	25	Bekar	Üniversite Mezunu	Makine Mühendisi	Sakarya
8. Görüşmeci	Kadın	23	Bekar	Üniversite Mezunu	Sosyolog	Sakarya
9. Görüşmeci	Kadın	22	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Öğrenci	İstanbul
10. Görüşmeci	Erkek	21	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Öğrenci	Iğdır
11. Görüşmeci	Kadın	22	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Öğrenci	Sakarya
12. Görüşmeci	Kadın	22	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Öğrenci	Sakarya
13. Görüşmeci	Kadın	30	Bekar	Üniversite Mezunu	Jeofizik Mühendisi	Tokyo
14. Görüşmeci	Erkek	20	Bekar	Üniversite Öğrencisi	Öğrenci	Sakarya

Yaş ortalamasının 22,2 olduğu çalışmada görüşülen 14 görüşmecinin hepsi bekarıdır. Bunlar içinde eğitim durumu bakımından 1 lise mezunu, 4 lisans mezunu, 9 lisans öğrencisi şeklinde bir dağılım mevcuttur. Görüşülen lise mezunu, lisans mezunu ve lisans öğrencisi bireyler arasından 3 kişi çalışmakla birlikte, 1 hemşire, 1 adet de çevirmen mevcuttur, aktif olarak çalışmaktadır.

Görüşmecilerin 4'ü erkek, 10'u kadındır.

b. Hayranların çevreleri ile ilişkileri

b.1. Aile ve arkadaşlık ilişkileri

Manga, anime, K-Drama ve K-Pop'u takip etmenin çevreyle olan ilişkilerinden hepsi aileleriyle ve arkadaşlarıyla olan etkileşimlerinden, tepkilerinden bahsetmişlerdir. Tepkiler çevrelerinin olumlu ve olumsuz karşılımları üzerine çeşitlendirilmiştir. Katılımcılardan bazıları arkadaş çevresinin onlarla alay etmesi üzerine utanç duyduğundan bahsetmişlerdir. Okullarda bu alt kültürleri takip etmeyen arkadaşlarının, kendilerine şakayla karışık alay edici tavır takındığından bahsederken bazı görüşmeciler bahsi geçen alt kültürler sayesinde çevresinin geliştiğini, daha fazla sosyalleştiğini beyan etmiştir.

"Hepimizin bildiği gibi maalesef Türkiye'de çoğunlukla inanılmaz bir önyargı mevcut. Açıkçası ben hala çevremdeki çoğu arkadaşına söylemiyorum BTS dinlediğimi ya da K-Drama izlediğimi ve bu durum beni gerçekten de üzüyor. Çünkü aslında çevremdeki insanlar kötü insanlar olmasa

dahi o önyargı hepsine işlemiş durumda. Çok yakın arkadaşlarım hariç kimseye söylemiyorum bu sebeple. Çok yakın arkadaşlarımda bir kısmı bana takılıyor şakayla, diğer kısmı ise zaten K-Pop dinleyen ya da K-Drama izleyenler” (G2, 19, Öğrenci).

“Arkadaşlık açısından etkileri yadsınamaz çünkü insana üzerine konuşacak çok fazla malzeme veriyor ve doğal olarak arkadaşlarınızla bir ortak noktanız oluyor. Yeni arkadaşlıklara yelken açmanıza da vesile oluyor. Örneğin 2016 yılında anonim bir Twitter hesabım vardı ve oradan diğer BTS hayranları ile konuşup arkadaş olmuşluğum vardır. Veya bir K-Drama hakkında yorum belirtirken yine yeni insanlarla tanışıp konuşma imkânınız oluyor mutlaka...” (G8, 23, Sosyolog).

Aileyle olan etkileşimlerindeyse arkadaşlık ilişkilerinde olduğu gibi olumlu ve olumsuz yönde etkilerin mevcut olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcılar aileyle olan ilişkilerinden ve bu alt kültür bağlamında etkileşimlerinden bahsederken bazı görüşmecilerde ortak zaman yaratmada katkı sağladığı gözlemlenmiş, bazı görüşmecilerde yalnızlaşmaya itildiği görülmüştür. Beyanlarında aile üyelerinin alay etmesi ve aşağılamasının bağları zedelendiği görülmüştür.

“Kardeşlerim ve eniştem dahil olmak üzere animeler sayesinde daha çok muhabbet edecek bir konu bulmuş olduk ve animeler olsun yeni çıkan animeler olsun bunları izleyip gelecek bölümlerde neler olabileceğini düşünerek tartışmak ve konuşmak güzel bir ortam oluşmasını sağladı. Bunun haricinde çok fazla bir etkisi olmadı sadece yeni bir kültür edinmiş oldum” (G7, 25 Yaşında, Makine Mühendisi, Erkek).

“İlk anime izlemeye başladığımda, animenin ne olduğunu bilmeyen, sadece çocuklara yönelik çizgi film olduğunu düşünen çevremden “çocuk musun, yaptığın şeye bak” tepkileri aldım. Abim ve annemle çok tartıştım, onlar izlediğimi görmesin diye geceleri izlemeye başladım ve biyolojik saatim tersine döndü. Hâlâ geceleri uyuyamıyorum. Animeler sayesinde ilgilenmeye başladığım Japon kültürü ve Japonca da büyük bir problemmiş gibi karşılandı. Daha uzak çevre aşırı tepki göstermese de çekirdek ailemden psikolojik baskı gördüm. Annemin “utanmıyor musun?” sorusu bile daha dün gibi aklımda çünkü hâlâ bu sorunun sebebini anlayabilmiş değilim. Utanılacak bir şey mi yapıyordum? Abime onun oynadığı futbol menajerliği oyununu örnek gösterip, “sen boş vaktini buna harcıyorsun, ben ise buna” dediğimde, chopstick ile ramen yemeye çalıştığımda bana “özenti” demesi üzerine “sen restoranda İtalyan, Meksika yemeği yiyince özenti olmuyorsun da ben Japon yemeği yiyince mi özenti oluyorum?” dediğimde bunların aynı şeyler olmadığını iddia ediyordu. Hatta “Animeleri bırakmak için kaç para istiyorsun?” sorusu bile aldım, “topluma ne faydan var” şeklinde hakaret de yedim. Bu şekilde üzerime geldikleri için bıkkın, bilgisayara elimi dahi sürmediğim birkaç gün boyunca, kitap okuduğum zaman “neden onu okuyorsun” tarzı anlamsız sorular yöneltildiğinde problemin bende veya animelerde olmadığını anladım. Aradan uzun yıllar geçtiği ve ailem artık beni olduğum gibi kabul ettiği ve onlardan uzakta yaşadığım için K-Pop dinlemem bir sorun yaratmadı. Hatta anneme BTS’ten bahsediyor, üyeleri gösterip anlatıyor, bazen şarkılarını dinletip beğenip beğenmediğini soruyorum. K-Pop eğitimin ve hedefim konusunda her ne kadar bana destek olsa da bunu hoşuna gittiği için değil elinden başka bir şey gelmeyeceği için yaptığını hissediyorum” (G13, 30 Yaşında, Jeofizik Mühendisi, Kadın).

b.2. Yemek kültürüne dair görüşler

Katılımcılara Asya kökenli bu alt kültürleri takip etmenin yemek kültürlerine etkisi üzerine soru yöneltildiğinde bazı katılımcılar günlük yaşamlarında ara ara Türkiye’deki Asya mutfağı içeriğine sahip restoranlarda yemek yediklerini beyan etmişlerdir. Buna bağlı olarak kendilerinin de Asya yemeklerinde kullanılan malzemeleri temin ettiklerini eklemişlerdir. Bununla birlikte bazı katılımcılarsa bu alt kültürleri takip etmeden önce de Asya mutfağına olan merakının var olduğunu dile getirmiştir.

"Bulduğum şehirlerde bu tür hizmetleri sunan restoranlar yoktu ama kendim ürün temin ederek yapmaya çalıştım. Bazılarını hala yediğimi düşünürsek etkisi olduğunu söyleyebilirim" (G3, 22 Yaşında, Hemşire, Kadın).

Katılımcılardan bazıları K-Drama'dan ya da animelerden etkilenerek orada gösterilen yemeklerden etkilendiklerini dile getirmiş, yeni kültürleri keşfetme merakı ile Asya mutfağını beğendiklerini ifade etmişlerdir.

"Evet, çok etkili oldu. Ben zaten yeni tatlar denemeyi seven bir insanım bu sayede damak zevkimi bulmuş oldum. İlk K-Drama izlediğimde chopstick kullanmaya merak salmıştım. Youtube üzerinden videolar izleyip nasıl kullanacağımı öğrendim sonrasında da marketten aldığım kutu ramenleri evde aynı o K-Drama'lardaki gibi yemeğe başladım. Sonrasında zaman ilerledikçe ve büyüdükçe bu çevreden edindiğim arkadaşlarımla Kore restoranlarına gitmeye başladık ve oralarda aslında beni gayet tatmin eden bir mutfak olduğunu fark ettim Asya mutfağının genel olarak. Bunun içine Uygur mutfağı da dahil ederek söylüyorum" (G9, 22 Yaşında, Öğrenci, Kadın).

Asya'dan yükselen bu alt kültürlerin katılımcılar üzerindeki etkisi yukarıdaki gibi desteklenirken bazı katılımcılar yemek kültürüne ilişkin beyanlarında anime veya K-Drama izlerken yemekleri merak ettiklerini ancak Asya mutfağı damak zevklerine uymadığı için sadece denemekle kaldıklarını belirtmişlerdir.

"Açıkçası hayır. Yalnızca, takip ettiğim insanların çıktıkları programlarda yedikleri yemekleri merak ettiğim için İstanbul'da bulunan Kore lokantasına gitmiştim. Kesinlikle bizim yemeklerimizin daha güzel olduklarına karar verdim. Bunun haricinde ramen yapmak oldukça kolay olduğu için sık sık eve alıp atıştırmalık olarak yediğim de çok oldu" (G1, 23 Yaşında, Gazeteci, Kadın).

b.3. Giyim tarzına yönelik görüşler

Manga, anime, K-Drama ve K-Pop takip eden katılımcılara, takip edilen bu alt kültürün temsil etmiş olduğu moda anlayışının günlük yaşantısındaki yeri ve etkisi sorulduğunda, çoğu Asya giyim modasının kendilerine etki etmediğini, zaten bir tarz benimsediklerini ifade ederken, bazı katılımcılar kupa, panço, bardak gibi günlük hayatta kullanılabilecek eşyalar üzerinde bir etki oluşturduğunu belirtmişlerdir.

"Takip ettiğim animelerin gerek t-shirt gerek kupa bardak, bileklik, panço vb. gibi günlük hayatta kullanabileceğim eşyaları internette araştırmama etkisi oldu. Fırsat buldukça ve bütçeme uygun geldiği sürece almak üzere çok fazla eşyayı kaydedip, müsait olduğum bir zamanda almıştım oldu" (G7, 25 Yaşında, Makine Mühendisi, Erkek).

Katılımcıların bazılarıysa kişisel tarzlarından ziyade direkt sektördeki modanın artık bir popüler kültür haline gelen anime K-Pop, K-Drama'lar üzerinden şekillendiğini ifade etmiş, kendilerinin de takip ettiği Koreli müzik grubu BTS'ten etkilendiklerini beyan etmişlerdir.

"Ben 16 yaşında bu alt kültürleri takip etmeye başladım. Yani tam zaten kendi tarzımı arama yaşındayken tanıştım o yüzden o yaşlarımda evet çok fazla etki etti. Görüp hoşuma giden kıyafet tarzlarını denemeye çalışıyordum kendime yakıştırdığım kadarıyla. Ancak zaman geçtikçe zaten bu anime ve K-Pop alt kültürleri daha da popülerleşti ve direkt modaı etkilemeye başladı durum bu hale gelince aslında sadece takip edenlerin değil genel olarak herkesin günlük olarak giyim tarzını etkilemeye başladı diyebilirim. O yüzden ister istemez hala bu yaşında takip ettiğim BTS'in giyimine benzer giyindiğimi fark ediyorum" (G9, 22 Yaşında, Öğrenci, Kadın).

b.4. Eğitim hayatına yönelik görüşler

Katılımcılara manga, anime, K-Drama ve K-Pop takip etmenin eğitim hayatına olumlu ya da olumsuz anlamda etkileri üzerine soru yöneltildiğinde çeşitli cevaplar kayda geçmiştir. Katılımcılardan bazıları bu alt kültürleri takip etmenin eğitim hayatında bir etkisi olmadığını, sorumluluklarının "hobi" olarak

gördüğü alt kültürleri takip etmekten önde olduğunu ifade ederken, bazı katılımcılarsa dil öğrenme konusunda etkilendiğini dile getirerek sosyal medyadaki uluslararası hayranlarla etkileşimde olmayı sebep göstermiştir. Bununla birlikte bazı katılımcılar takip ettikleri K-Pop idollerinin motivasyonunu arttırdığını ifade ederken bir katılımcı üniversitedeki bitirme çalışmasında etkisi olduğunu beyan etmiştir.

“Eğitim hayatıma direkt bir etkisi olmasa da dolaylı yoldan etkileri oldu. K-Pop ve K-Drama sektörüne olan ilgimi ve sosyolojiye dair bilgi birikimimi birleştirerek lisans tezimi K-Pop ve K-Drama sektörü üzerine yazdım. Oldukça keyifli bir süreçti. İnsanın kendi ilgi alanını irdelemesi ve incelemesi ufuk açıcı oluyor” (G8, 23 Yaşında, Sosyolog, Kadın).

Bazı katılımcılarsa olumsuz anlamda etkilendiğini dile getirmiş, lise döneminde derslerden ziyade ilgisi olan yapımlara öncelik vermesinden dolayı eğitim hayatını etkilediğini ifade etmiştir.

“Üzülerek söylemeliyim ki lise dönemimde etkiliyordu. Derslerimden çok ilgim olan şeylere yoğunluk vermeyi tercih ediyordum. Bu da doğal olarak bazı derslerimde not düşüklüğüne neden oluyordu. Onlara çalışmak için pek zaman ayırmıyordum çünkü. Belki de geçirdiğim ergenliğin etkisinde olan şeylerdi bunlar. Son yıllarda ise akademik hayatımı öncelik tutuyorum ve hobilerim eğitimden sonra geliyor. Keşke biri birinden üstün olacağına her ikisine de eşit zaman ayırabilsem ancak günümüz Türkiye’sinde mümkün değil ne yazık ki” (G11, 22 Yaşında, Öğrenci, Kadın).

b.5. Güzellik algısına yönelik görüşler

Katılımcıların neredeyse hepsi güzellik algısı konusunda bu alt kültürleri takip etmenin kendilerini etkiledikleri dile getirmişlerdir. Japonya ve Güney Kore’nin “güzellik standartları”nın mükemmeliyetçi ve kusursuz bir görünüme sahip olduğunu beyan eden bazı katılımcılar Asya güzellik algılarının Türkiye’yle de benzerlik gösterdiğini, zayıf bedeninin iki ülkede de güzellik olarak algılandığını dile getirip kendisinin de zorluklar yaşadığını söylemiştir. Bazı katılımcılarsa Kore içeriklerinin etkisinden etmiş, K-Pop ve K-Drama’larda görülen feminen yüz hatlarına ve ince bir fiziğe sahip erkek tiplerinin ilk başlarda garip geldiğini, sonrasında estetik görünmeye başladığını, sakaldan daha az hoşlandığını ve bunda Kore menşeli içeriklerin etkili olduğunu ifade etmiştir. Bazı katılımcılarsa bu standartlardan olumsuz anlamda etkilendi gözlemlenmiştir. Ergenlikten itibaren yüzünde sivilceler olan ve ten rengine takıntılı olduğunu ifade eden katılımcı, her aynaya geçtiğinde yüzünde kusur bulduğunu ve bu takıntının Asya içeriklerini takip ettikten sonra sivilcelerine ve ten rengine karşı olan nefretinin daha da tetiklendiğini beyan etmiştir.

“Özellikle K-Pop ve K-Dramadaki mükemmel insan fizikleri ve yüzleri ara ara beni bir hayli depresyona sokuyor diyebiliriz” (G10, 21 Yaşında, Öğrenci, Erkek).

“Animeler 13 yıldır hayatımda var olduğu için öncesinde farklı düşüncelerim olsa da bunları animeler mi değiştirdi yoksa değişim kaçınılmaz mıydı, açıkçası söylemek zor. Anime hayatımdaki tek şey olmadığı, çok farklı kaynaklar ile birçok konu hakkında araştırma yapmayı sevdiğim için, bu kadar yıl içinde çok fazla birikimim oldu. Değişen görüşlerimi tüm bu birikimler sağlamıştır. Güzellik algımı tamamen zıt yönde değiştirmede ancak yine de fazlaca etkilediğini söyleyebilirim. Özellikle K-Pop dinlemeye başlayıp da idollerin kusursuz denilebilecek yüz ve vücut hatlarını gördükten sonra kendimde daha önceden rahatsızlık duymadığım özellikler negatifmiş gibi, sanki sadece ufacık bir kusurum herkesin gözüne batacakmış gibi hissetmekten kendimi alıkoyamıyorum. Hem de makyajlı olduklarını ve kafatası-yüz-cilt yapısı-beden tipi açısından bizden farklı biyolojik yapıda olduklarını bilmeme rağmen bunu engelleyemiyorum” (Görüşmeci, 30 Yaşında, Jeofizik Mühendis, Kadın).

b.6. Dizi, kitap, müzik kültürüne yönelik görüşler

Katılımcılara manga, anime, K-Drama, K-Pop takip etmenin izledikleri dizilerde, okudukları kitaplarda, dinledikleri müziklerde bir etkisi olup olmadığı sorulmuştur. Elde edilen cevaplarda tüm katılımcılarda var olan tarzlarına çeşitlilik katıldığını, ancak bazı farklılıklar olduğu da dile getirilmiştir.

Bazı katılımcılar manga okumayı kitap okumaya tercih ettiğini, çünkü elde bulunan görselliğin kendisini daha tatmin ettiğini düşündüğünü ifade etmiştir.

"Manga okumak, okumak istediğim veya okuduğum kitap türlerine etki etmedi, çünkü ikisi benim için ayrı sınıflarda etkinliklerdir. Manga okumayı normal kitap okumaya tercih ederim çünkü manga okurken aynı zamanda elde bulunan görsellik benim için daha tatmin edici bir olgu" (G7, 25 Yaşında, Makine Mühendisi, Erkek).

Bazı katılımcılarsa Japonya ve Güney Kore kökenli bu yapımları izleme sebeplerini dizi sürelerinin kısa olduğundan kaynaklı izlemeyi sevdiklerini dile getirmişlerdir.

"Eskisi gibi artık uzun süreli diziler izleyemez hale geldim. Animelerin 20 dakika olması izleme açısından kolaylık sağlıyor çünkü daha fazlasına tahammül edemiyorum artık" (G12, 22 Yaşında, Öğrenci, Kadın).

Katılımcıların bazılarıysa daha önceden izledikleri yapımlarda bir değişiklik oluşturmadığını, sadece yeni bir olarak eklediklerini, bu alt kültürleri de yine takip ettikleri alanlara yönelik konularda izledikleri ifade etmişlerdir.

"İzlediğim anime türlerinin efektlerinin fazla olması ilgimi daha çok çekti bu yüzden izlediğim yapımlarda efektlerin fazla olmasını tercih ediyorum artık" (G6, 21 Yaşında, Öğrenci, Erkek).

"Animede herhangi bir değişiklik yaratmadı. Aksiyon, bilim kurgu, fantastik veya tamamen günlük hayattan kesitler gibi kolay yapımları izlemeyi çok seviyorum. İzlediğim animelerde de kendi sevdiğim içeriklerin olmasına dikkat ediyorum, aksi halde sıkılıp izlemeyi bırakıyorum çünkü" (G11, 22 Yaşında, Öğrenci, Kadın).

Bazı katılımcılarsa K-Pop dinlemenin "yeni bir soluk getirdiğini" beyan etmişlerdir.

"Genelde rock müzik olmak üzere -yabancı ve Türk- birçok müzik türünü beğenerek takip ediyordum ve K-Pop dinlemek onlardan herhangi birini hayatımdan çıkarmadı, hâlâ severek dinlerim. Aksine, önceden takip ettiğim türlere bir yenisi eklenerek dünyamı zenginleştirdi" (G13, 30 Yaşında, Jeofizik Mühendisi, Kadın).

b.7. Japonya ve Güney Kore kültürüne yönelik yaklaşımlar

Katılımcılara Japonya ve Güney Kore temelli olan bu alt kültürlerin bir kültür olup olmadığı yönündeki düşünceleri sorulmuştur. Bununla birlikte Türk kültürüyle benzerlik taşıyıp taşımadığı hususunda sorulan sorulara ise "misafirperverlik", "muhafazakar toplum yapısı" gibi örneklerin verildiği gözlenmiştir.

"Bence bir kültür. Çünkü her ülkenin müzik, dizi gibi yapımları kendilerine özgü oluyor. Yakın hissediyorum, davranış, görgü kuralları vb. Birçok ortak nokta var" (G6, 21 Yaşında, Öğrenci, Erkek).

"Bunların bir kültür olduğunu düşünüyorum evet. Asya deyince akla başlıca gelen şeylerin başında geliyor ve insanlar da bunu benimsiyor. Kendimi de bu kültürlere yakın hissediyorum. Aynı coğrafyada olduğumuz için Türk kültürüyle de misafirperverlik gibi bazı konularda benzerlikler gösterdiği yerler oluyor" (G12, 22 Yaşında, Öğrenci, Kadın).

Bununla birlikte bazı katılımcılar hepsinin birer kültür olduğunu, kültürün bir parçası olduğunu vurgulayarak bizim divanlarımız, minyatürlerimiz, dizilerimiz nasıl kültürden bağımsız değilse, manga, anime, K-Drama ve K-Pop için de aynı şeylerin geçerli olduğunu örneklendirmişlerdir.

Kendimi Güney Kore ve Japonya'nın kültürüne yakın bulmak da benim için hiç zor değil çünkü bu kültürle haşır neşir olarak çok uzun zaman geçirdim ve artık gündelik hayatımın bir parçası oldular diyebilirim. Türk kültürüyle pek çok benzerlik bulduğumu da söyleyebilirim. Örneğin Güney Kore dizilerinde aile büyüklerinin sözünün çok önemli olduğunu, onlara yönelik saygıyı ve geniş aile yapısının mantalite olarak hala devam ettiğini görürsünüz. Yine hem Japonya hem Güney Kore'de birey olmaktan çok toplum, grup ve birliğin önemsendiğini ve vurgulandığını, kolektif bilincin çok çok yüksek olduğunu ve geleneklere, cinsiyet rollerine, adetlere önem verildiğini görürsünüz. Japonya da Güney Kore de gelişmiş ülkeler de olsalar kendi geleneksellikleri ve kültürleri bağlamında aslında ataerkillik ve aşırı modern tutumları yok. Bu noktada kendi toplumsal yapımızla çok benzer olduklarını düşünüyorum" (G8, 23 Yaşında, Sosyolog, Kadın).

"Anime, K-Pop ve K-Drama'nın bir kültür olduğunu düşünüyorum. Kendimi Japon ve Güney Kore kültürüne yakın hissetmiyorum ama ortak kültür olarak büyüklere saygı duyulması veya büyüklere saygı, eve ayakkabıyla girmemek gibi örneklerden ortak olduğunu düşünüyorum" (G14, 20 Yaşında, Öğrenci, Erkek).

G9 ise "abi – abla" gibi hitap şekillerinin benzerliklerinden örnekler vererek Batı kültürüne oranla Asya kültürüne daha yakın hissettiğini belirtmiştir.

"Tabii ki bunlar birer kültür bence artık. Özellikle pandemi sonrası insanların artan ilgisi ile kültürleşmiş olduklarını düşünüyorum. Bu kültürlerle yakın hissetmek yani bir Batı kültürüne göre daha yakın hissettiğimi düşünüyorum. Sonuçta bir yerde Türk'ler de Asya'dan gelmiş diye olabilir ama o kültürleri sanki kendi kültürümüştü gibi benimsemiyorum da. Sadece sempati beslemek ve Batı kültüründen daha iyi olduğunu düşünmek olabilir. Türk kültürüyle bayağı bir ortak noktaları olduğunu düşünüyorum. Öncelikle saygı, geleneksel kıyafetlere sahip olmaları ve bunları özel günlerde giymeleri. Onların da dillerinde abi-abla gibi hitap şekillerinin olması gibi benzerlikler benim dikkatimi çekenler" (G9, 22 Yaşında, Öğrenci, Kadın).

5. Sonuç

Üzerinde durulan bu çalışmada manga, anime, K-Drama ve K-Pop takip eden 14 katılımcı ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerde hayranlarda bahsi geçen alt kültürleri ne zamandır takip ettikleri, takip etmelerindeki motivasyonları ve gündelik yaşam pratiklerine etkileri sorgulanmıştır. Görüşmecilerin deneyimleri ve bakış açılarını anlamak için demografik bilgilerle birlikte çevre ile ilişkilerine yemek kültürlerine, giyim tarzlarına, eğitim hayatlarındaki durumlarına, güzellik algılarına ve kültürlerle bakış açılarına anlam vermek için yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Örneklem, araştırmacının çevresindeki bu alt kültürleri takip eden hayran kitle olarak belirlenmiştir. Araştırmaya katılan Türk hayranların adı geçen alt kültürlerle etkileşimleri irdelendiğinde, 14 katılımcı üzerinden görülmektedir ki kültür endüstrisinin bir uzantısı olan bu alt kültürlerin popüler kültür haline gelmesi hayran kültürü ile ilişkilidir. Literatürde de bahsedildiği üzere manga, anime, K-Drama ve K-pop hakkında küreselleşme, popüler kültür, kültür endüstrisi bağlamında bir analiz yapıldığında, bu alt kültürler bir üretim sürecinin sonucudur. Bu alt kültürlerin inşa sürecinde sadece televizyon ve müzik endüstrisi değil, siyasetçilere kadar herkes "küresel trend"i başarılı bir şekilde takip etmiş, buna yönelik planlama ve politikalar gerçekleştirmiş, böylelikle ülkelerine ait televizyon ve müziğin pazarını iyi bir şekilde değerlendirebilmişlerdir. Ancak bu başarı yalnızca iyi bir takibin sonucu değildir. Manga ve animelerin göze çarpan çizimleri ve 1990'lı yıllardan itibaren internette servis edilir hale gelmesi Japonya'ya ait olan bu alt kültürleri popüler hale getirmiştir. Hayranlara sunulan içerikler Efe'nin (2019) bahsettiği gibi hayranların ücretsiz emeklerinin katkılarıyla

paylaşmış, Türkiye’de Tudem, Marmara Çizgi, Gerekli Şeyler gibi çeşitli manga yayıncılığı ile kitlesini büyütme devam etmiştir. Bununla birlikte hayranların sosyal çevresinde kitle oluşturmasında Cosplay’in de katkısı gözler önündedir. Güney Kore’ye ait Hallyu’da ise Binark’ın (2020) bahsettiği gibi yıldızlarının bir “yaratım süreci” mevcuttur. Televizyon ve şov endüstrisine katılan tüm star adaylarının beceri temelli elemeler yapılarak yoğun bir eğitim sürecine tabi tutulmaları, popüler olan bir dili öğrenerek günlük yaşantıda konu olan siyasetten genel kültür konularına kadar her şeyi eğitim sürecinin bir parçası haline getirmişlerdir. Bu kültür parçasının oldukça önemli bir ayağı olan sosyal medya hesaplarının kullanım şekli de adayların bilmesi gereken hususlardan biridir. Bununla birlikte şöhret adaylarının hayran buluşmaları için yapılan organizasyonlar, dizi oyuncularına ya da idollere ait satışa sunulan ürünler göstermektedir ki Hallyu sektörünün ardında profesyonel bir planlama süreci bulunmaktadır. Türkiye’de Hallyu pazarının bu denli ilgiyle takip edilmesinin de altı elbette boş değildir. Literatürde bahsedildiği üzere Türklerin Güney Kore temelli bu kültür başlıklarını takip etmelerindeki önemli sebeplerinden biri internettir. İnternetin gün geçtikçe daha fazla erişilebilir olması ve ücretsiz içeriklere sahip olması bu pazarın ülkemizde yayımını kolaylaştırmıştır. Aynı zamanda Güney Kore ve Türkiye arasındaki ilişkinin sağlam ve olumlu olması, Kore Savaşı’na değin giden dostluk, benzer modernlik süreçleri ve deneyimleri iki ülke arasındaki ortak paydalar olarak sıralanabilir ve hayran kültürünü besleyen unsurlar arasında sıralanabilir.

Çalışmayı konu alan Türk hayranların bahsi geçen alt kültürlerle etkileşimleri irdelendiğinde, 14 katılımcı üzerinden görülmektedir ki kültür endüstrisinin bir uzantısı olan bu alt kültürlerin popüler kültür haline gelmesi hayranları etkilemiştir. Manga okumanın, anime, K-Drama izlemenin ya da K-Pop dinlemenin çevre ile ilişkisi irdelendiğinde hayranlar üzerinde olumlu ve olumsuz etkiler gözlenmiştir. Katılımcılardan kimisi sosyal hayatının geliştiğini ve yeni arkadaşlıklar edindiğini ifade ederken, bazı katılımcıların bu alt kültürleri takip etmenin akranları tarafından alay konusu olduğunu ve zorluk yaşadığını beyan etmiştir. Aile ile ilişkileri irdelendiğinde de arkadaş çevresiyle benzer sonuçlar görülmüştür. Günlük yaşam pratikleri ele alındığında yemek kültürü hususunda katılımcılardan bazıları izlediği animelerde veya K-Dramalar’da gördüğü için Asya mutfağına merak salarken, bazı katılımcılarınsa damak zevkine uymadığı görülmüştür. Giyim konusunda ise yine Asya’dan yükselen “soft maskülen” enerjinin zevklere hitap edildiği ve güzellik algısının şekillenmesinde etkili olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Asya’nın güzellik standartları katılımcılar üzerinde de etki bırakmıştır. Beyaz ten, zayıf vücut, temiz yüz gibi etmenler, katılımcı hayranların kendilerine olan bakış açılarını olumsuz anlamda etkileyebildiği gözlemlenen hususlar arasındadır.

Animelerde ya da dizilerdeki kurgunun yanı sıra sahnelerdeki kıyafetler, yemekler, başrol erkeklerin yakışıklı ve temiz görünümü, katılımcılar üzerinden yapılan çıkarıma göre Asya kültürüne çekmede birer unsur olarak gözlemlenmiştir. Bununla birlikte K-Pop idollerinin müziklerinin yanı sıra idollerin “fan-meetings” ismini verdiği hayran buluşmaları, şirket ürünlerini pazarlamaları ve hayranlarla iletişimi koparmamaları bu sektörün popüler hale gelmesinde büyük etkiye sahiptir. Bu pazarın büyümesinde ise elbette sosyal medya önemli bir oynamaktadır. Her geçen gün üzerine katarak gelişmekte olan, şimdiki çağımızın da ismini alan dijital dünya, yaratıcı içerik alanlarının, bununla birlikte gelişen sosyal medya platformlarının ve daha birçok ağın önemli noktalarına etki ederek özellikle son yirmi yılda yaşantımıza giren her bir yenilik bir şekilde küreselleşme yolunda atılan adıma da denk gelmektedir. Dünyanın öbür ucunda gerçekleşen bir haber, artık çok basit ve hızlı bir şekilde internette görülebilmekte, sosyal medyada ana sayfaya düşebilmektedir. Günümüz dünyasında artık imkansız diye bir şeyin varlığı yok denecek kadar azdır. Bununla birlikte kültür endüstrisinin ve popüler kültürün sağlamış olduğu bu yayılım ve imkanlar, küresel kültür ve küreselleşmeyle beraber gelmektedir. Yani ne kadar üretim yapılırsa yapılsın başarı küresel alanda elde edilen başarıya bağlıdır. Görülmektedir ki Frankfurt Okulu’nun Neo-Marxist ekolüne sahip önemli temsilcilerinden olan Adorno ve Horkheimer’in “kültür endüstrisi” kavramı, ilk ortaya atıldığı zamandan şimdiye kadar, ne kadar süre geçerse geçsin kendini güncelleyerek yaşadığımız dünyanın boyutlarına çeşitli eksenlerden

bakabilmemize imkân vermiştir ve vermeye devam etmektedir. Kapitalizmin yalnızca tüketime odaklı ideolojisi ile yeniden şekillenen dünyaya, kültür endüstrisi kavramı sayesinde farklı boyutlarla bakabiliyor, eleştirel yaklaşabiliyor ve toplumlara anlama, anlamlandırma noktasında tek bir pencere ile fikir belirtebiliyoruz.

Kaynakça

- Adorno, T. W. (2011). *Kültür endüstrisi & Kültür yönetimi* (6. b.). (N. Ülner, M. Tüzel, & E. Gen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Alicenap, Ç. T. (2014). Yerelden evrensele Japon Anime ve Manga sanatı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 7(7), 31-60. <https://doi.org/10.20488/austd.97233>
- Arısal, C. A. (2019). *Animasyonun Mekânsal Gelişimi ve Mekân Tasarımında Hareket - Algı İlişkisinin Japon Animasyonu (Anime) Örnekleri Işığında Eğitimdeki İzdüşümünün Analizi* (Doktora Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. <https://acikbilim.yok.gov.tr/handle/20.500.12812/208719>
- Arslan, E. (2019). *Animelerde Japon gelenekselliği ve kadın temsili: Naruto Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://acikbilim.yok.gov.tr/handle/20.500.12812/624330>
- Başlar, G., & Ateşalp, S. T. (2019). Dijital hediyeleşme kültürü bağlamında hayran altyazıları: Puzzle Fansub Topluluğu. *İlef Dergisi*, 6(1), 147-177. <https://doi.org/10.24955/ilef.574421>
- Bayar, F. (2008). Küreselleşme kavramı ve küreselleşme sürecinde Türkiye. *Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi*, 32(4), 25-34.
- Binark, M. (2018, Ağustos). Romantik düşler fabrikası Kore dramalarından Kore politikasına. *Varlık* (1331), 75-80. https://www.academia.edu/37484196/Romantik_D%C3%BC%C5%9Fler_Fabrikas%C4%B1_Kore_Dramalar%C4%B1ndan_Kore_Politikas%C4%B1na
- Binark, M. (2019). Güney Kore hükümetlerinin kültür politikaları ve sinema endüstrisi destekleri. *Sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 147-172. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sinecine/issue/44218/545808>
- Binark, M. (2019). *Kültürel diplomasi ve Kore dalgası "Hallyu"*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Binark, M. (2020). *Asya'da popüler kültür ve medya* (1. b.). Ankara: Uğur Mumcu Araştırmacı Gazetecilik Vakfı.
- Binark, M., & Karataş Özaydın, Ş. (2019). Porselen yüzleri ve dişilleştirilmiş erkek bedenleriyle K-Erkeklik imgesi: Güney Kore yaratıcı içerik endüstrisi ve aşık olunacak Hallyu yıldızları. T. Durna, & N. Durna içinde, *Aşkın halleri: Aşk üzerine disiplinlerarası bir inceleme* (s. 165-172). Ankara: Uğur Mumcu Araştırmacı Gazetecilik Vakfı.
- Boschele, F. (2015). *Altkültür ve net altkültürleri bağlamında Türkiye gençliği*. Derin Yayınları, İletişim Çalışmaları Kitabı.
- Çizmeçi Ümit, E. (2018). Kültür endüstrisi ve kültürel küreselleşme kavramları bağlamında Kore dalgası dizileri. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(4), 319-332. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/636788>
- Ding, Y., & Zhuang, X. (2021). Why chasing Kpop? Is fandom truly crazy?—The motivations and behaviors of Kpop fans. In *3rd International Conference on Educational Reform, Management Science and Sociology*. Francis Academic Press.
- Efe, Y. (2019). *Türkiye'de bir altkültür olarak Anime ve Manga hayranlığı* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://dSPACE.ankara.edu.tr/xmlui/handle/20.500.12575/72044>
- Erdoğan, İ. (2004). Popüler kültürün ne olduğu üzerine. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 5(57), 1-18. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/esosder/issue/6142/82433>
- Fırat, D. (2017). *Asya'nın küresel tapınağı: Japon popüler kültürü Türkiye'deki Anime ve Manga hayranları üzerine bir alan araştırması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://dSPACE.gazi.edu.tr/handle/20.500.12602/176011>
- Giddens, A., & Sutton, P. W. (2014). *Sosyolojide temel kavramlar* (4 b.). (A. Esgin, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınevi - Ünal Sevindik.

- Hatıplı, M. (2017). Postmodernizm, tüketim, popüler kültür ve medya. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi* (1), 32-50. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bilgisosyal/issue/29145/313804>
- İriyari, M. (2022). *Yumuşak güç ve popüler kültür bağlamında Kore dalgası: K-Pop hakkında bir değerlendirme* (Yüksek Lisans Tezi). İzmir: İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=RjZwH00oMG4iNa5Sgylgg-dLCbHxJBgrPa5fcQ3_Y3Suse7832zTkGw6EJKXB-FD
- Keskin, A. (2022). *Güney Kore K-Pop popüler kültürü ve Türkiye'deki yansımaları: Sosyolojik bir inceleme* (Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=CG8WvdvwxIP04Unr7Yecf30Q3ljNdaheNQsPpSLw5BCN41s-Y_E1QsME1dt3HZUq
- Kocadaş, B. (2005). Kültür ve Medya. *Bilig*(34), 1-13. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bilig/issue/25409/268147>
- Macit, M. (2018). *Kore dalgası küresel popüler kültür fenomeni HALLYU/Kore dizileri*. İstanbul: Bir Yayıncılık.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, popüler kültür ve medya*. Ütopya.
- Oskay, Ü. (1980). Popüler kültür açısından" ideoloji" kavramına ilişkin yeni yaklaşımlar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 35(01).
- Özdemir, H. (2020). *Hayran kültürü ve popüler kültür ekseninde Animeye bakış: Anime izleyen hayranlara dair bir inceleme* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. https://www.academia.edu/49042567/HAYRAN_K%C3%9CLT%C3%9CR%C3%9C_VE_POP%C3%9CLER_K%C3%9CLT%C3%9CR_EKSEN%C4%BONDE_AN%C4%BOMEYE_BAKI%C5%9E_AN%C4%BOME_%C4%B0ZLEYEN_HAYRANLARA_DA%C4%B0R_B%C4%B0R_%C4%B0NCELEME
- Parlak, İ. (2019). *Japon Manga ve Anime sanatı'nın Cosplay yansımaları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Haliç Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=ijhgwDb2AanZJm5guamSPQ&no=APT5-z4XoUrXNUM8gyZpXQ>
- Polat, A. (2022). Nitel araştırmalarda yarı-yapılandırılmış görüşme soruları: Soru form ve türleri, nitelikler ve sıralama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 161-182. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227335>
- Saunders B, Sim J, Kingstone T, Baker S, Waterfield J, Bartlam B, Burroughs H, Jinks C. Saturation in qualitative research: Exploring its conceptualization and operationalization. *Qual Quant*. 2018;52(4):1893-1907. doi: 10.1007/s11135-017-0574-8. Epub 2017 Sep 14. PMID: 29937585; PMCID: PMC5993836.
- Savut, E. (2016). Kültür Endüstrisi: Kamusal Alanın Tüketimi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(23), 15-28. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/pausbed/issue/34747/384261>
- Taşdemir, E. (2018). *Fandom: Güney Kore Hayranlığı ve Bir Kültür Taşıyıcısı Olarak Güney Kore Dizileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=aMk_0tnm_e80-xfRGU2Y2A&no=XEDcGjyeMEgLOq_oWNDeEA
- Üç, N. (2019). Eleştirel Bilincin Körelmesinin Somut Bir Göstergesi Olarak Kültür Endüstrisi ve Geleneksel Değer Konularının Çözülüşü. *Simetrik İletişim Araştırma Dergisi*, 1(1), 48-64. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/siad/issue/42926/485365>
- Yavuz, Ş. (2006). Reklam ve Popüler Kültür. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(27), 149-161. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22862/244124>

Makale Bilgi Formu

Yazarın Katkıları: Makale tek yazarlıdır. Yazar, makalenin son halini okuyup onaylamıştır.

Çıkar Çatışması Bildirimi: Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

Telif Beyanı: Yazar dergide yayınlanan çalışmasının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Destek/Destekleyen Kuruluşlar: Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

Etik Onay ve Katılımcı Rızası: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

İntihal Beyanı: Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.

Ek

Türkiye’de Manga, Anime, K-Drama ve K-Pop: Toplumsal Etki ve Hayranların Deneyimleri

Yaş:

Cinsiyet:

- a) Kadın
- b) Erkek
- c) Belirtmek İstemiyorum

Eğitim Durumu:

- a) İlkokul
- b) Ortaokul
- c) Lise
- d) Üniversite
- e) Yüksek Lisans
- f) Doktora

Çalışıyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

Meslek:

Medeni Durum:

- a) Evli
- b) Bekâr
- c) Boşanmış
- d) Dul

Kaç yıldır anime izlemektesiniz?

Anime izleme sıklığınız nedir?

- a)Her gün
- b)Birkaç günde bir
- c)Haftada bir
- d)İki haftada bir
- e)Ayda bir

Manga okuma sıklığınız nedir?

- a)Her gün
- b)Birkaç günde bir
- c)Haftada bir
- d)İki haftada bir
- e)Ayda bir

K-Pop dinleme sıklığınız nedir?

- a)Her gün
- b)Birkaç günde bir
- c)Haftada bir
- d)İki haftada bir
- e)Ayda bir

K-Drama izleme sıklığınız nedir?

- a)Her gün
- b)Birkaç günde bir
- c)Haftada bir
- d)İki haftada bir
- e)Ayda bir

Ortalama bir günde kaç saatinizi anime ve/veya mangaya ayırırsınız?

Anime izleme saat.....belirtiniz.

Manga okuma saat.....belirtiniz.

Ortalama bir günde kaç saatinizi K-Pop ve/veya K-Dramaya ayırırsınız?

K-Pop dinleme saat.....belirtiniz.

K-Drama izleme saat.....belirtiniz.

1) Anime izlemeye ve/veya manga okumaya ne zaman başladınız? K-Pop ve/veya K-Drama izlemeye ne zaman başladınız?

2) Bu alt kültürleri takip etmeniz (manga, anime K-Pop, K-Drama) çevrenizle olan ilişkilerinize etkisi oldu mu? Olduysa ne yönde ve nasıl etkiledi? (Arkadaşlık, aile vs.)

- 3) Bu alt kültürleri takip etmeniz (manga, anime K-Pop, K-Drama) yemek yeme kültürünüze etkisi oldu mu? (Örneklendirmek gerekirse Türkiye’de açılan ramen, sushi gibi Asya mutfağı yemekleri)
- 4) Bu alt kültürleri takip etmeniz (manga, anime K-Pop, K-Drama) günlük giyim tarzınıza etki etti mi? Ettiyse bu etkiler ne türde oldu?
- 5) Anime ve/veya K-Drama izlemek izlediğiniz yapımlarda, manga okumak okuduğunuz kitap türlerinde, K-Pop dinlemek müzik dinleme türünüzde bir değişiklik yarattı mı? Bu değişiklikler hayatınızda ne tür değişikliklere yol açtı?
- 6) Bu alt kültürleri takip etmeniz (manga, anime K-Pop, K-Drama) eğitim hayatınızı etkiliyor mu? Etkiliyorsa ne yönde etkiliyor?
- 7) Bu alt kültür içerikleri (manga, anime K-Pop, K-Drama) günlük yaşantınızdaki bakış açınıza etkisi oldu mu? Güzellik algınızı etkiledi mi?
- 8) Hiç bu alt kültürlerle (manga, anime K-Pop, K-Drama) ilgili düzenlenen etkinliklere katıldınız mı? Katıldıysanız katılma sebebiniz nedir?
- 9) Bu alt kültürler (manga, anime K-Pop, K-Drama) hakkında konuşmak için diğer hayranlarla/takip edenlerle iletişime geçiyor musunuz? İletişime geçiyorsanız konuşmak, etkinliğe katılmak gibi aktiviteler sizi bir topluluğa ait hissettiriyor mu?
- 10) Manganın, animenin, K-Pop’un, K-Drama’nın bir kültür olduğunu düşünüyor musunuz? Siz kendinizi Japon ve G. Kore kültürüne yakın hissediyor musunuz ve Türk kültürüyle ortak noktalar buluyor musunuz?
- 11) En sevdiğiniz veya kendinizle ortak özellikler bulduğunuz manga, anime ve/veya K-Drama karakteri kimdir? Bu karakterin baskın özeliği nedir? Bu özellik sizin karakterinizle bağdaşlıyor mu? Neden bu karaktere yakınlık hissediyorsunuz?
- 12) En sevdiğiniz K-Pop sanatçısı/grubu kimdir? Bu sanatçıya/gruba neden yakınlık hissediyorsunuz? (Sanatçının kişiliği, müzik türü gibi vs.)
- 13) Kendinizi manga, anime ve/veya K-Dramalar’daki villain karakterlerle bağdaştırdığınız oluyor mu? Neden?
- 14) Sizce hayat yaşamaya değer mi? İzlediğiniz animeler, K-Dramalar, okuduğunuz mangalar, dinlediğiniz K-pop müzikleri bu soruya bakış açınıza bir etki etti mi?
- 15) Sizce dünya nasıldır? (Kötülüklerle dolu, iyi, eşit gibi...)