

Başlık/ Title: Kore Savaşı (Kan Kardeşi), Kore Dizisi ve K-beauty (Kore Kozmetiği) Merkezinde Türkiye’de Kore Akımının Günümüzdeki Durumu ve Geleceği

Yazar/ Author
Jung Suk Yoo

ORCID ID
0000-0003-3593-3575

Bu makaleye atf için: Jung Suk Yoo, Kore Savaşı (Kan Kardeşi), Kore Dizisi ve K-beauty (Kore Kozmetiği) Merkezinde Türkiye’de Kore Akımının Günümüzdeki Durumu ve Geleceği, *KARE*, no. 8 (2019): 19-48.

To cite this article: Jung Suk Yoo, Kore Savaşı (Kan Kardeşi), Kore Dizisi ve K-beauty (Kore Kozmetiği) Merkezinde Türkiye’de Kore Akımının Günümüzdeki Durumu ve Geleceği, *KARE*, no. 8 (2019): 19-48.

Makale Türü / Type of Article: Araştırma Makalesi / Research Article

Yayın Geliş Tarihi / Submission Date: 13 Kasım / November 2019

Yayına Kabul Tarihi / Acceptance Date: 05 Ocak / January 2020

Yayın Tarihi / Date Published: 20 Ocak / January 2020

Web Sitesi: <https://karedergi.erciyes.edu.tr/>

Makale göndermek için / Submit an Article: <http://dergipark.gov.tr/kare>



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

Yazar: Jung Suk YOO*
Çeviren: Ezgi CENGİZER**

**Kore Savaşı (Kan Kardeşi), Kore Dizisi ve K-Beauty (Kore Kozmetiği) Merkezinde
Türkiye’de Kore Akımının Günümüzdeki Durumu ve Geleceği ¹**

Özet: Genel olarak Kore denilince Türk insanının hafızasında ilk olarak Kore Savaşı canlanır. Bunun en temel nedenini Kore Savaşına pek çok Türk askerinin katılması gerçeği oluşturmaktadır. Bu sebeple Türkler, Korelilerden bahsederken “kanla birbirine bağlı olduğumuz kardeş ülke” anlamına gelen kan kardeşi ifadesini kullanmaktadır. İki ülke arasında tarihi ilişkinin temeli haline gelen kan kardeşi ifadesi 2000’li yılların ortalarından itibaren Türkiye’de başlayan Kore Akımının temelini ve gelişim dinamiğini oluşturmuştur. Hallyu yani Kore Akımı içinde Türkiye’de bu akımın başlangıcı ve gelişiminde büyük rol oynayan Kore dizilerinin popüleritesi ve yaygınlaşması son derece dikkat çekicidir. Türk televizyonlarında Kore dizilerinin yayımlanışı ve Kore dizilerinin gördüğü yüksek ilgi Kore dizilerinin Türk dizilerine uyarlanması sürecini başlatmıştır. Türk seyircisinin ilgi ve beğenisi kazanan Kore dizileri; Türkiye’de rekabet gücüne sahip oluşu ve uluslararası popüler kültür içeriği oluşuyla kabul görmüş ve Türk dizilerinin yaratım sürecine büyük katkıda bulunmuştur. Türkiye’de K-beauty (Kore Kozmetiği) Hallyu (Kore Akımı) içerikleri arasında büyük beğeni toplayarak Kore Akımı ürünleri arasında insanların en çok yatırım yaptığı kültür ürünü haline gelmiştir. Türkiye’de geniş pazar hacmine sahip K-beauty’nin (Kore Kozmetiği) popülerliğinin ve tüketicilerin bu alanda yaptığı harcamanın önümüzdeki yıllarda da sürekli artacağı ön görülmektedir. Türkiye’de Kore Akımı fenomeni ve özellikleri aracılığıyla öğrenebileceğimiz en temel özellik iki ülke arasında doğurduğu kültürel etkileşim ve iletişim gerçeği olmuştur. Ayrıca Türkiye’de yayılan Kore Akımı ve özelliklerini anlayabilmek için Türk kültürünü, duygularını, düşüncelerini ve beklentilerini birarada değerlendirmek gereklidir

Anahtar Kelimeler: Türkiye’de Kore Akımı, Kore Savaşı, Kan Kardeşi, Kore Dizisi, Uyarlama, K-beauty.

The Status and Prospect of the Korean Wave (Hallyu) in Turkey With a Focus on Korean War (Kan-Kardesi), Korean Dramas, and K-beauty

Abstract: When Turkish people think of Korea, Korean War comes to mind first. It is because Turkey sent the fourth most troops to Korea during the Korean War. Because of this, most Turkish people regard Koreans as blood-shared brothers. It is called as "Kan-kardesi (blood brother)" in Turkish language. This affection and historical bond between two countries have been played as a key role and the foundation for the Korean wave to begin and develop in Turkey. It is also important to note that the popularity of Korean dramas has greatly attributed to the expansion of the Korean wave throughout Turkey. In other words, broadcasting Korean dramas on Turkish

* Erciyes Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Kore Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı Profesörü. 2013 Eylül ayından bu yana Kore Uluslararası Kültür Etkileşimi Vakfı (한국국제교류재단 – Korea Foundation) tarafından atanmış misafir profesör olarak görev yapmaktadır. yjsnr8@gmail.com, 0000-0003-3593-3575.

**Yazar notu çeviri için Ezgi Cengizer’e teşekkür ederim. Ezgi Cengizer, Erciyes Üniversitesi Kore Dili ve Edebiyatı Yüksek Lisans Mezunudur. e mail: e.cengizer@hotmail.com, 0000-0002-6616-8450.

¹ Bu çalışma 2019 yılında Kore Çalışmaları Akademisi Yurtdışı Kore Eğitimini Destekleme Biriminin desteği alınarak hazırlanmıştır.(AKS-2019-R-41)This research was supported by the 2019 Korean Studies Grant Program of the Academy of Korean Studies(AKS-2019-R-41).

television stations and their popularity afterward gave a rise to the phenomenon of the Korean wave in Turkey. Consequently, it created a boom of Turkish remake dramas from Korean dramas. It proves that Korean dramas are recognized as competitive, popular and global, cultural contents in the Turkish drama market. Among the Korean wave, K-beauty industry recently grew greatly in Turkey. The popularity and consumption of Korean cosmetics is expected to continue.

Keywords: Hallyu, Turkey; Korean War, Korean dramas; Remake; K-beauty.

1.Giriş

Bu makalede Türkiye’de Kore Akımının günümüzdeki durumu ve geleceği üzerine yapılan araştırmaların somut verileri ve literatürde var olan bilgiler üzerinden Kore akımının mevcut durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Makalede Türkiye’de Kore Akımının başlangıcı, arka planı ve gelişim eğilimi gibi konular Kore Savaşı (Kan Kardeşi), Kore dizisi ve K-beauty (Kore Kozmetiği) gibi başlıklara ayrılarak incelenmiştir. Ayrıca sadece Kore Akımı değil Türklerin Kore’ye ve Korelilere bakış açısı ve Kore denilince akıllarına gelen ilk imaj ve tavrın Kore Akımına bakış açısında etkin rol oynadığı düşünülmüş ve makale konusu bu bağlamda ele alınmıştır.

Kore ve Türkiye coğrafi konum olarak Eurasia kıtasının iki ucunda yer alan iki uzak ülke olmasına rağmen Kore Akımı tüm dünyada popüler hale gelmeden önce de Türkiye Kore’ye dair olumlu ilgi ve sevginin son derece yoğun olduğu bir ülkedydi. Bu konuya örnek vermek gerekirse; 2002 yılında Kore ve Japonya’nın birlikte düzenlediği Dünya Kupasında 3.’lük maçı öncesinde Koreli izleyicilerin Türk oyunculara gösterdiği sevgi ve destek Türkleri duygulandırmış ve bu olayla birlikte iki ülke arasındaki ilişki daha da güçlenmiştir.

Türkiye’de Kore dizisine duyulan ilgi 2005 yılında Trt 1 ekranlarında yayınlanan ‘Denizler İmparatoru (*해신*)’ ile başlamış ve bu durum Kore Akımının adının duyulmasını sağlamıştır.² Daha sonrasında sadece Tv dizileriyle değil K-Pop (Kore Popüler Müziği), Kore dansı ve filmleriyle de Kore popüler kültürüne dair ilgi ve talebin artması Kore Akımının gücünü arttırmıştır. Şuan Türkiye’de Kore Akımı; Kore dizileri ve K-pop (Kore Popüler Müziği)’la birlikte çevrimiçi oyunlar, Kore çizgi romanları, animasyonlar, makyaj malzemeleri, Kore modası, güzellik, Kore yemekleri, Kore turizmi ve tüm bunların ötesinde Korece eğitimi, Kore kültürü, tarih ve Korelilerin hayata bakış açısı gibi konulara Türk gençlerinin ilgi gösterdikleri gözle görülür bir gerçektir. Özellikle Türkiye’de Facebook, Twitter ve İnstagram gibi sosyal medya mecralarının kullanım oranının son derece yüksek olması, Kore Akımı kültür içeriklerinin çeşitliliği, hızla yayılması ve izleyicilerin kolayca ulaşması gibi sebepler sürecin hızlanmasını kolaylaştırmıştır.

Yukarıda bahsedildiği gibi; “Kore Akımı; 2005 yılında Kore dizisiyle başlamış, sonrasında K-Pop (Kore Popüler Müziği) ve Kore filmlerine dair ilginin artmasıyla

² [https://www.wikiwand.com/tr/Denizler %C4%B0mparatoru](https://www.wikiwand.com/tr/Denizler_%C4%B0mparatoru)

2010 yılına gelindiğinde büyük ivme kazanmıştır.”³ Yani Türk toplumunda Hallyu 2010 yılıyla birlikte yerini sağlamlaştırmıştır. Türkiye’de Kore Akımının başlangıcından günümüze kadar olan süreç ele alındığında etkisi ve gücünün gün geçtikçe arttığını fark etmek mümkündür. “2000’li yılların ortalarından itibaren Japonya ve Çin’de baş gösteren Kore Akımına sınırlar koyma hareketleri, “Kore Akımı Karşıtlığı” ya da “Yarı Kore Akımı” ifadeleri” ile tanımlanmıştır.⁴ Türkiye’de şimdiye kadar “Yarı Kore Akımı” ya da “Kore Akımı Karşıtlığı” gibi tanımlar çok az ya da belli belirsiz bir şekilde gözlemlenmiştir. “Ayrıca Amerika popüler kültüründen sonra Türkleri derinden etkileyen ve böylesine büyük bir ilgi görmeyi başarabilen ikinci kültürün Kore Akımı olması son derece dikkat çekicidir.”⁵

Fakat şuna kadar Türkiye’de Kore Akımını somut olarak ele alan araştırmalar son derece azdır. Bu konu üzerine inceleme yapan ve bahsedilmesi gereken 5 adet makale vardır. İlki Türkiye’de Korece eğitimi ve Kore kültür eğitimini Kore Akımı bağlamında inceleyen Göksel Türközü (2007)’nün makalesidir.⁶ Bu alanda bir ilk olma özelliği taşıdığı için en önemli araştırma olarak değerlendirmek mümkündür. İkincisi Türkiye’de en önemli Kore Akımı fan sayfası olan “Korea Fans”ı tanıtan Lee Nana’nın makalesi (2012)’dir. Bu makale aracılığıyla Türkiye’de Kore Akımının başlangıcı ve gelişiminde ‘Korea Fans’ın rolü ve Türk fanların faaliyetleri açıklanmıştır. Üçüncüsü Türkiye’de Kore Akımı’nın başarı nedenleri ve faktörlerini sosyal medya mecraları merkezinde inceleyen Cong Cin O ve Yong Gil Çö’nün İngilizce makalesi (2013)’dir. Türkiye’de Kore Akımının tanınması ve gelişimi internet ve sosyal medya ağları gibi bilişim ve iletişim ağlarının gelişmesiyle olmuştur. Medyanın gösterdiği bu gelişimle birlikte yaşanan kültürel ve toplumsal değişimleri bu makaleyle birlikte tespit etmek mümkün olmuştur.

³ Genel olarak Kore Akımı tarihi 3 döneme ayrılır. Türkiye’de Kore Akımının başlangıcı Hallyu’nun üçüncü dönemi olarak adlandırılan (2000’li yılların ortası ve sonrası) döneme tekabül eder. Buna ek olarak Hallyu’nun ilk dönemi 1997 yılından 2000’lerin başına kadar Kore dizisi ve Kore müziği merkezinde Çin, Tayvan, Vietnam’da Kore Akımının ortaya çıkış dönemini ifade eder.

O, De Yong. “6 Orta Doğu Ülkesi Basımında Karşımıza Çıkan Orta Doğu’da Kore Akımı.” *Asya Kültür Araştırmaları* 34, 11(4) (2014): 171.

⁴ Cong, Su Yong. Yu, Se Gyong. “Çin ve Japonya’nın Önemli Günlük Gazetelerinde Yayınlanan Popüler Kültür Kore Akımına Dair Haber Analizi, Basın Haber Araştırması” 50 2013:121-156.

⁵ Türközü, Sırrı Göksel. Kahrıman, Merve. “Türkiye’de Kore Rüzgârı, Arka Planı ve Gelişim Yönü.” 15. Uluslararası Kore Dili ve Edebiyatı Konferansı Avrupa – Asya’daki Kore Dili ve Edebiyatı Çalışmaları ve Eğitimi, Kayseri 23 Ocak 2014: 87-88.

⁶ Türközü, Sırrı Göksel. “Türkiye’de Kore Akımı ve Korece Eğitiminin Günümüzdeki Durumu” *Kore Dil ve Kültür Dergisi*, 4(1) 2007: 19-33

Tüm dünyada etkisini gösteren Kore Akımının internet ve sosyal medya ağları gibi kitle iletişim araçlarının yardımını alarak küresel bir kültüre dönüştüğünün tespiti de yine bu makaleden elde edilen bilgilerdendir. Dördüncüsü 2017 yılında Türkiye'nin önemli günlük gazetelerinde yayınlanan Kore Akımına dair gazete yazılarını analiz eden yazarın (Jung Suk Yoo) makalesi (2017) ve son olarak Türk bir akademisyenin yazdığı Kore Akımı kültürünü yeni dünyanın 'Alternatif Global Kültürü' olarak yorumlayan Demet Fırat'ın (2017) makalesidir. Günümüze kadar dünya kültürünün merkezi olan Batı kültürüne alternatif olarak Kore Akımının gösterilmesi Kore Akımının farklı bir bakış açısıyla değerlendirilmesi ve bu makalede ele alınmasını sağlamıştır.

Bu makalede Kore Akımının başlangıcı ve arka planı, gelişme eğilimi özelliklerinin Kore Savaşı, Kore dizisi ve K-beauty (Kore Kozmetiği) başlıkları merkezinde incelenmesi amaçlanmıştır. Yukarıda belirtildiği gibi Kore Akımının Türkiye'de günümüzdeki durumu ve özellikleri incelenmeden önce Türklerin Kore ve Korelilere dair düşünce ve bakış açısının ele alınması Türkiye'de Kore Akımının özellikleri ve geleceğinin kavranması açısından dikkat edilmesi gereken temel noktadır. Ayrıca Türkiye'de Kore Akımı içinde Kore dizileri ve K-beauty (Kore Kozmetiği)'nin öne çıkmasının en önemli nedeni Kore dizilerinin Türkiye'de 'Kore Akımı' isminin duyulmasını sağlaması ve bu akımın gelişim dinamiğini elinde tutarak şüana kadar Kore kültür ürünleri içinde halk arasında en yaygın ve en çok ilgi gören Kore kültür ürünü olma ünvanını korumayı başarmasındandır. Diğer yandan günlük yaşama hatta kitlelerin alışveriş seçimine yön veren K-beauty (Kore Kozmetiği) ise sadece Kore Akımının temel özelliği olan popüler kültür ürünü olarak öne çıkmasıyla bile Türkiye'de hızla başarı sağlamıştır. Diğer bir deyişle Türkiye'de K-beauty (Kore Kozmetiği)'nin Kore kültür ürünleri içinde en yüksek kar marjına sahip olması önümüzdeki süreçte Türkiye'de Kore Akımı etkisinin genişletilmesinde büyük rol oynayacaktır. Ayrıca makalenin nesnellliğini, geçerliliğini, gerçekliğini ve mantığa uygunluğunu verilerle desteklemek amacıyla 2018 yılında Kore Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı ve Kore Uluslararası Kültür Etkileşimi Vakfı (Korea foundation for international cultural exchange) işbirliğiyle yayınlanan "2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye"⁷ araştırmasından

⁷ Bu anket 16 ülkede (15-59 yaş) arası yetişkin erkek ve kadınlar arasında Kore Akımına ilgisi olan 7,800 kişi baz alınarak 30 Ekim 2017 ile 13 Kasım 2017 arasında yapılmıştır. Türkiye ilk defa anket yapılan ülkeler arasında katılmış; ankete katılan kişi sayısı da 1000 kişiyle diğer ülkelere göre oldukça fazladır. Anketin amacı Kore Akımı içeriklerine dair yurtdışındaki tüketicilerin harcama yaptığı alanların farkına varıp ülkelerarası farklılıkları karşılaştırarak analiz yapmaktır. Bu anketin amacı anket sonucuna göre Kore Akımının sürdürülebilirliğini tespit etmek, ülkelere

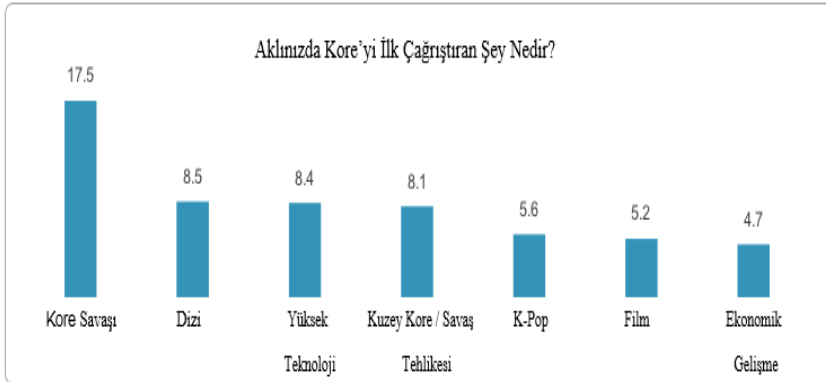
önemli ölçüde faydalanılarak bu makale yazılmıştır. Bu anket dünya genelinde 16 ülkede kadın-erkek ayrımı gözetmeksizin Kore Akımına dair deneyimi ve fikri olan 7.800 kişinin (15-59 yaş arası) katılımıyla 30 Ekim 2017’den 13 Kasım 2017’ye kadar katılımcıların internet üzerinden gönderdiği cevaplar baz alınarak oluşturulmuştur. Türkiye toplam 1000 katılımcıyla ankete katılan ülkeler arasında ilk sırada yer almıştır.

2. Gelişme

2.1. Türkiye’de Kore Akımının Temeli ve Gelecekteki Başarı Dinamiği; Kore Savaşı, Kan Kardeşi ve Göz Kamaştırıcı Ekonomik Gelişimi

Bu bölümde ilk olarak Kore Savaşı ve Kan Kardeşi duygusu, ikinci olarak ise Kore’nin gösterdiği hızlı ekonomik gelişimin Türkiye pazarına adım atan Kore şirketleri ve Kore ürünlerine dair güven ve talebi güçlendirerek Türkiye’de Kore ve Korelilere dair olumlu bakış açısı ve samimi davranışların doğmasına olanak sağladığı gözlemlenmiştir. Ayrıca bu olumlu ve samimi bakış açısı Türkiye’de 2000’li yılların ortalarından itibaren Kore Akımının yayılmasını hızlandırmıştır.

Ek 1- Türkiye’de Kore’yi Çağrıştıran 7 Simge Soru: Kore Denilince Aklınıza İlk Ne Gelir?



Bu tablodan da anlaşılacağı gibi Türkiye’de Kore’yi çağrıştıran simgeler arasında ‘Kore Savaşı’ aldığı %17,5 ile en yüksek orana sahiptir. Ayrıca daha önceki makale ve yazılarda da bu konuya vurgu yapılmıştır:

göre oluşturularak Kore Akımı eğilimi gibi konuları ortaya koymaktır. Detaylı içeriği aşağıdaki sayfadan incelemek mümkündür.

http://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_01_view.asp?seq=978&page=1&find=&search=

“Fakat her şeyden önemlisi Türkiye’de Korelilere dair Türklerin fikirlerinin temeli olan olay ‘Kore Savaşı’dır.”⁸ Türkiye’de “ders kitaplarında Kore ile ilgili en çok ele alınan konunun Kore Savaşı olması sebebiyle Kore, Türkler için Kore Savaşıyla sembolleştirilir.”⁹

Kore Savaşı, “25 Haziran 1950’de Kuzey Kore’nin 38. paralel geçmesiyle resmen başlayan üç gün içinde Seul’ün üç ay içinde ise Kore yarımadasının güney ucuna kadar uzanan bir savaştır. Kuzey Kore bölgede zorla birleşmeyi kabul ettirmeye çalışırken savaşın başından beri Güney Kore’nin yanında yer alan Amerika savaşın kaderini değiştirmek üzere BM güçlerinin oluşturduğu 15 ülke ile beraber Kore’ye asker göndermeye karar vermiş ve Kore Savaşı’nın uluslararası bir savaşa dönüşmesine neden olmuştur. 3 yıl devam eden savaş sonucunda birleşmenin mümkün olmadığını anlayan iki taraf 27 Temmuz 1953’te savaşa son verse de ateşkesi resmîyete dökmeyi hala başaramamıştır.”¹⁰ Türkiye açısından değerlendirecek olursak “Türk tugayının savaşa dahil oluşu 17 Ekim 1950, Türk askerlerinin Kore yarımadasından tamamen ayrılış tarihi ise 1971’dir. Savaş süresince Türkiye Kore’ye 56.536 asker göndermiş ve 724 şehit vermiştir. Kore savaşı sırasında şehit düşen Türk askerlerinin mezarları BM Busan Anıt mezarlığında yer almaktadır. Kore Savaşına katılan Türk askerlerinin fedakarlığı ve cesareti Kore-Türkiye ilişkilerinin güçlenmesinde önemli rol oynamıştır.”¹¹ Bu durum Türklerde ‘Kan Kardeşi’ bilincinin mihenk taşlarından biri olmuştur. “Kore Savaşı’nın içinde barındırdığı bir diğer trajedi savaş yetimleridir. Türk tugayı bu yetimlere sahip çıkmak ve eğitim vermek için Suwon şehrinde Ankara Okulu’nu açmıştır.”¹² Kan Kardeşi anlayışı nesilden nesile aktarılarak günümüze kadar Türklerin benliklerinde yer edinmiş, Kore’ye dair sıcak ve samimi duyguların oluşmasında büyük katkı sağlamıştır.¹³ Türklerin ‘Kan Kardeşi’, Korelilerin ise ‘Kardeş Ülke’ ifadesiyle birbirlerini anmasına sebep olmuştur. ‘Kore Savaşı’ temelinde doğan Türklerin ‘Kan

⁸ Cho, Eunsuk. Banbal, Oktay Gokhan. "The Korean Image in Turkey: Eastern Europe perceptions and cultural connections, Viennes Contributions to Korean Studies, Vol. VII, Praesens Verlag (2015): 130.

Altundağ, Pınar. "The Image of Korea in Turkey-A Study among university students who study Korean." Dil Dergisi 162 (2013): 25-35.

⁹ Altundağ, Pınar. "The Image of Korea in Turkey-A Study among university students who study Korean." Dil Dergisi 162 (2013): 25-35.

¹⁰ Kore Cumhuriyeti Türkiye Büyükelçiliği, Çiğdem Cıdamlı. "Uluslararası Okurlar İçin Kore Tarihi" NotaBene Yayınları, 2014: 285-287.

¹¹ <http://muharipgaziler.org.tr/koresavasi/?fbclid=IwAR1Njyk9kFty7MLhQblfMVchcQQh2sHXM0mvoqTg7HjMY-I0ucj21-W5Fo>

¹² Denizli, Ali. Çevirmen: Lee, Son Mi. "Bir Türkün Gözünden 25 Hariran Savaşı (Orijinal Adı: Kore Savaşı 1950-1953)" Kore Tarihi Müzesi Yayınları, 2014: 130-137.

¹³ Yoo, Jung Suk. "Türkiye'nin Önemli Günlük Gazetelerinde Yayınlanan 'Hallyu' Gazete Yazıları Yorumu" Uluslararası Kültür Araştırmaları, 10(2), 2017:24.

Kardeşi’ bilincini Türkiye’de tüm gücüyle esen Kore Akımının temeli ve aynı zamanda gelecekte Hallyu (Kore Akımı)’nun Türkiye’de daha fazla gelişmesi ve sürekli hale gelmesini sağlayacak dinamik olarak adlandırmakta mümkündür.

Türkiye’de iki yıl önce 27 Ekim’de vizyona girerek 46 hafta boyunca yaklaşık 6 milyon seyirci¹⁴ tarafından izlenen “Ayla” filminin gişe rekorları kırmaması Türklerin içine işleyen Kore Savaşı ve ‘Kan Kardeşi’ fikrinin ne kadar derinlerde yer ettiğinin adeta bir kanıtıdır. Kore Savaşı etrafında gelişen olaylar üzerine çekilen bu filmde Kore Savaşına katılan Türk askeriyle savaşta ailesini kaybeden 5 yaşındaki Koreli bir kız çocuğunun yaşanmış gerçek hikâyesi izleyicilere aktarılmıştır. Bu film Türkiye’de ‘Kore Savaşı’ ve ‘Kan Kardeşi’ ifadesinin tekrar güçlenmesini sağlayan olay olmuştur.



<2017 yılında Türkiye’de gişe rekorları kıran Ayla posterini>

Kore Savaşıyla yerle bir olan Kore’nin gösterdiği hızlı ekonomik gelişme tüm dünyanın dikkatini çekmeyi başarmıştır. “1960’lar ve sonrasında Kore’yi içinde bulunduğu sefalet ve geri kalmışlıktan kurtarmak için halk eylemleri baş göstermiştir. Devlet desteği mümkün olmadığı için yabancı yatırımların önu açılmış hammadde ithalatı ile yapılan ürünlerin ihracatı Kore’nin zorlukları aşmasını sağlamıştır. Ayrıca Korelileri bir arada tutan güçlü iradeleri, devletin ekonomiyi geliştirmek için 5 yıllık planı uygulamaya koymasıyla Kore’nin ihracatta gösterdiği güçlü grafik göz kamaştırıcı bir ekonomik gelişmenin önünü açmıştır. Kore’nin gösterdiği yüksek grafiğin bir sonucu olarak 1988 Seul Olimpiyatları düzenlenmiş, Kore tüm dünyaya barındırdığı potansiyeli göstererek ‘Han Nehri Mucizesi’ni ispatlamayı başarmıştır. 1960’larda kişi başına düşen milli gelir 100\$’ın altında iken 30 yılda 6.000\$’ın üstüne çıkmıştır. Kore’nin ekonomik gelişim sürecinde zaman zaman zorluklar ve sorunlar yaşansa da Kore’nin ekonomik gelişimi süreklilik

¹⁴ <https://boxofficeturkiye.com/film/ayla-2013844?filmop=hafta>

kazanarak gelişmekte olan ülkelerden gelişmiş ülkeler arasına yükselmeyi başarmıştır.”¹⁵

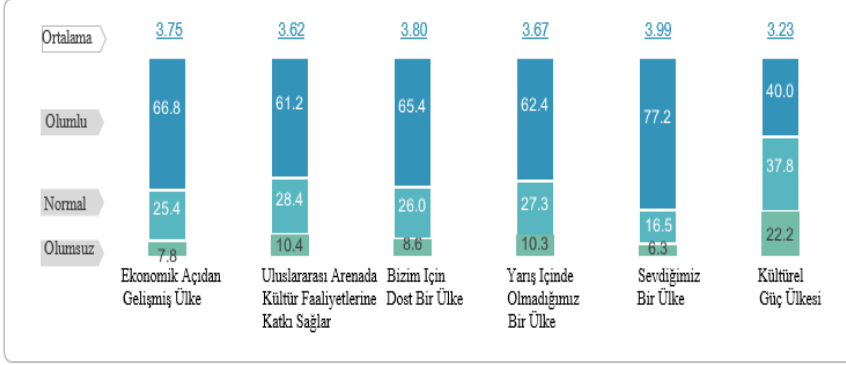
2000’li yılların başlarında Türkiye’de Kore Akımı ismi duyulmadan önce Türkler Kore’yi genellikle Türk askerlerinin katıldığı Kore Savaşı, 1988 Seul Olimpiyatlarını düzenlemesi ve 2002 Dünya Kupası 3.’lük maçında iki ülkenin göstermiş olduğu cana yakın tavırlarla tanıyıp bu şekilde bir imajla ifade ediyordu. Türkler; Seul Olimpiyat Oyunları ve Dünya Kupası gibi dünya çapında ilgi uyandıran organizasyonlarda ismini duyuran “Kore” adlı ülkenin kısa zamanda kat ettiği ekonomik gelişmeleri hayretle izlediler. Seul Olimpiyatları sonrasında Kore-Türkiye arasında başlayan ekonomik ilişkiler ve karşılıklı ticaretin başlamasıyla Kore şirketleri Türkiye’ye yatırım yaparak şubeler hatta fabrikalar açmaya başladılar. Araba ve telefon başta olmak üzere Kore’nin elektronik ürünlerinin Türkiye pazarına girmesiyle birlikte Kore ürünlerine dair Türklerin ilgi ve beğenisi hızla artmıştır. Türkiye’nin dört bir yanında Samsung telefon, LG telefon, Samsung beyaz eşya mağazası, Hyundai ve Kia araba galerisini ayrıca Türk televizyon reklamlarında da Kore ürünleri reklamları ve tanıtımını sıkça görmek mümkündür. *“Türkiye’nin en yüksek satış yapan 50 firması içine Samsung, Hyundai ve Posco’nun girmesi bile Türkiye pazarında Kore firmalarının başarısı ve popülaritesinin gün geçtikçe yükseldiğinin kanıtıdır.”¹⁶*

¹⁵ Cumhurbaşkanı Danışmanı 21. Yüzyıl Komitesi “ 21. Yüzyılda Kore ve Koreliler” Nanam Yayınları, 1994: 32-34.

¹⁶ Lee, Nana. “Türkiye’de Hallyu (Kore Akımı)’nun Günümüzdeki Hali ve Geleceği: Hallyu (Kore Akımı) Fan Sayfası ‘Korea Fans’ Merkezinde.” Orta Doğu Sorunu Araştırmaları (2012):172.

Ek 2- Türkiye’nin Kore’ye Bakış Açısı¹⁷

Soru: Günlük Hayatta Kore Hakkında Ne Düşünüyorsunuz? Kore’ye dair açıklamalar içinde katıldığınız fikirleri tercih ediniz. (5 puan üzerinden: 1-2 puan: Olumsuz / 3: Normal /4-5: Olumlu)



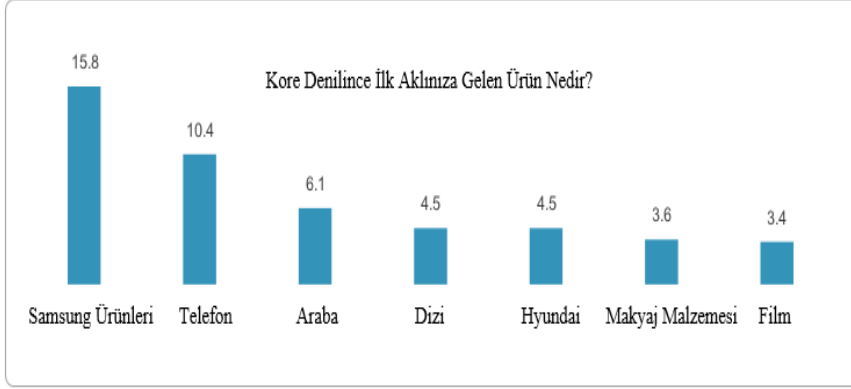
(Cevap veren kişi sayısı: 1000, 5 puan üzerinden değerlendirme, Oran: %)

Aslen Türklerin Korelilere bakış açısı ve davranışları genel olarak samimi ve sıcaktır. “2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu”nda yer alan yukarıdaki tabloya göre; Kore için ‘Merak Uyandıran Ülke’ şeklindeki olumlu yanıt %77,2 ile en yüksek oranı alırken, ‘Bize karşı samimi bir ülke’ , ‘Ekonomik olarak gelişmiş bir ülke’ vb. olumlu yanıtlar da toplamda %65’in üzerinde bir oran almıştır.

¹⁷ 2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu Türkiye.

Ek 3- Türkiye’de Kore’yi Çağrıştıran 7 Ürün¹⁸

Soru: Kore Denilince İlk Aklınıza Gelen Ürün Nedir?



(Cevap veren kişi sayısı: 1000, Özel Cevap, Oran: %)

“2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye” verilerini ele alacak olursak Türklerin Kore ürünü denilince en çok ‘Samsung ürünlerini’ düşündüğünü, bunu sırasıyla ‘cep telefonu’, ‘araba’ kelimesini takip ettiğini ve ‘Hyundai’ markasının adının da Kore denilince çağrışım yapan ürünler arasında yer aldığını tespit etmek mümkündür. Türkiye’de popüler olan Kore ürünleri ve içerikleri kısmında ‘araba’ %35,7 ile ‘bilgi ve teknoloji endüstrisi’ ise %34,8 oranıyla üst sıralarda yer almaktadır. Bu durum Kore ekonomisi ve teknolojisine büyük ilgi duyan Türklerin eğilimini göstererek özellikle Türkiye pazarına giren Koreli şirketlerin araba ve elektrikli ürünlerle kitlelerin ilgisini ve beğenisini topladığı olgusunu yansıtmaktadır. Türkiye’den farklı olarak anket yapılan diğer ülkelerde Kore kültürü ve içeriklerinin üst sıralarda yer alması durumuyla bu olayı kıyaslamak mümkündür.

Türkiye’de Kore Akımının merkezinde Kore’yi ve Korelileri seven Türklerin ‘Kan Kardeşi’ anlayışı vardır. Temelleri ‘Kore Savaşı’ döneminde atılan ‘Kan Kardeşi’ anlayışı Türkiye’de güçlü bir rüzgar olarak esen Kore akımının temeli ve gelecekte Kore akımının Türkiye’de daha hızlı gelişmesini sağlayacak dinamiği olacaktır. Bu yüzden Türkiye’de Kore Akımı ve onun yarattığı rüzgarın başlangıcı ya da özelliklerini ele almak gerektiğinde öncelikle Türklerin kalbinde yer eden ‘Kan Kardeşi’ bilincini ve Kore’yi kardeş ülke olarak kendilerine yakın gören Türklerin fikir ve davranışlarını anlamak son derece önem taşımaktadır. Türklerin ‘Kan Kardeşi’ bilinci ve

¹⁸ 2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye

Kore’yi kardeş ülke olarak görmesi iki ülkenin tarihi ilişkiler açısından güçlü bir bağa sahip olmasını sağlamakla kalmayıp günümüzde de iki ülke arasındaki bu bağ günden güne gücünü arttırmaktadır.

2.2 Türkiye’de Kore Akımının Başlangıcı ve Başarısının Mimarı ‘Kore Dizisi’

Türkiye’de Kore Akımının başlangıcı ve gelişiminde karar verici etken haline gelen öge Kore dizileri olmuştur. Daha önce bahsedildiği gibi Türkiye’de Kore Akımı, 2005 yılında TRT 1 kanalında Türkiye genelinde Kore dizisinin yayınlanması ve Türk izleyicilerinin beğenisini kazanmasıyla yer edinmeye başlamıştır. *“2005 yılında Kore’nin Arirang kanalıyla anlaşma imzalayan TRT kanalı Türk televizyonlarında Kore dizilerini yayınlamaya başladı.”*¹⁹ *“2005 yılında tarihi dizi ‘Denizler İmparatoru-해산2005, ‘Saraydaki Mücevher-대장금-2008’, ‘Düşlerimin Prensi-궁-2008’, ‘Muhteşem Kraliçe-선덕여왕-2009’, ‘Efsane Prensi-주몽-2009’, ‘Sarayın İncisi-동아-2012’, ‘Sarayın Rüzgarı-이산-2008’, ‘Tacir-상도-2011’, ‘Prensin Şarkısı-서동요-2012’, ‘Büyük Hayaller-드림하이-2012 TRT Okul’, ‘Yaban Çiçeği-꽃보다 남자-2012, TRT Okul’, İmparatoriçe Ki-기황후-2018, TRT’, ‘Kralın Kızı-제왕의 딸 수백향-2019, TRT1’ vb diziler yayınlanmıştır.”*²⁰ *“Bu yapımlar arasında ‘Denizler İmparatoru’, ‘Muhteşem Kraliçe’, ‘Efsane Prensi’, ‘Saraydaki Mücevher’ gibi tarihi diziler ve ‘Düşlerimin Prensi’, ‘Yaban Çiçeği’, ‘Büyük Hayaller’ gibi romantik diziler yüksek izleyici oranlarıyla çeşitli yaş aralığına sahip Türk izleyicilerin beğenisini toplayarak Türkiye’de Kore Akımının gücünü arttırdı”*²¹ Genellikle Türkiye’nin devlet kanalı *“TRT’de Kore dizilerinin yayınlanmasının ardında Kore dizileri fanlarının imza kampanyalarının etkisi büyüktü.”*²² Ayrıca ‘Denizler İmparatoru’, ‘Muhteşem Kraliçe’, ‘Saraydaki Mücevher’, ‘Sarayın Rüzgârı’ vb. diziler yüksek izlenme oranları dolayısıyla pek çok kez tekrar yayınlandı ve hala yayınlanmaya devam etmektedir

¹⁹ Firat, Demet. “Küresel Yönde Ters Akış: Asya’dan Doğan Alternatif bir Popüler Kültür.” Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR) 3, (2017): 69.

²⁰Yayınlanan Kore dizilerine dair bilgilere aşağıdaki sayfadan erişmek mümkündür.
https://www.wikiwand.com/tr/TRT_1_taraf%C4%B1ndan_yay%C4%B1nlanan_programlar%C4%B1n_listesi

Nasip, “Empress Ki, Çok Yakında TRT’de! + Yerli Kanallarda Yayınlanan Diğer KoreYapımları” (2018, 10, 24)

<http://guneykoresineması.com/haberler/4914-empress-ki-cok-yakinda-trtd.html>.

²¹ Yalçınkaya, Füsün. “Türkiye’de 33bin Kişinin Hayali.” Sabah Gazetesi. 05 Şubat 2011: 3.

²² Firat, Demet. “Küresel Yönde Ters Akış: Asya’dan Doğan Alternatif bir Popüler Kültür.” Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR) 3, (2017): 67-74.

Kore dizilerinin izleyiciler tarafından ilgi görmesiyle birlikte diğer televizyon kanalları da hızla Kore dizisi yayınlamaya başlamıştır. İçlerinde “en çok Kore tarihi dizisi yayınlayan kanallardan biri olan Meltem Tv’de ‘Büyük Kral Seonğ- 대왕 세종-2012’, ‘Prensesin Tutkusu- 공주의 남자-2013’, ‘Hong Gil Dong- 홍길동-2013’, ‘Sarayın Rüzgârı- 이산-2009’, ‘Prenses Jamyung- 왕녀 자명고-2014’, ‘Demir Prenses- 천추태후-2011’, ‘Büyük Kral Gwanggeto- 광개토대왕-2013’, ‘Efsane Kral- 근초고왕-2013’ vb. diziler yayınlanmıştır.”²³ Bunun dışında “Yumurcak Tv’de 2006-2008 yılları arasında yayınlanan Jangum’un Rüyası ve Kanal 7’de 2018 yılından itibaren yayınlanan ‘Aşka Yolculuk- 달의 여인’, ‘Sil Baştan- 썬미힐미’ ve bu dizilere göre daha yakın tarihlerde yayınlanan ‘Sev Beni- 역도요정 김복주’, ‘Feda- 비밀’ ve ‘Sonsuza Dek- 해를 품은 달’ vb. diziler birbiri ardına yayınlanmıştır.”²⁴ Yukarıda görüldüğü gibi ilk başlarda tarihi diziler merkezinde yayınlanan Kore dizileri daha sonraları özel kanalların teşebbüsleriyle farklı türde Kore dizilerinin yayın haklarının satın alınmasıyla Kore dizisi yelpazesi genişlemiştir.

Diğer yandan Kore dizilerine ilginin artmasıyla Türkiye’de Kore dizilerini seven kişiler çeşitli fan sayfaları, internet sayfaları ve kafeler kurmaya başlamıştır. Tüm bu sayfaları temsilen bahsedilmesi gereken en önemli fan sayfası ‘Korea fans’dır. Korea fans sayfası ilk başlarda Türk televizyonlarında yayınlanan Kore dizilerinden etkilenen izleyicilerin internet ortamında Kore dizilerine dair düşüncelerini ve fikirlerini paylaştıkları bir forum olarak 2007 yılında kurulmuştur. Daha sonrasında üye sayısının büyük oranda artış göstermesiyle Türkiye’nin ilk Hallyu (Kore Akımı) fan sayfasına dönüşmüştür. İnternet sayfası olarak (www.korea-fans.com) üzerinden hizmet veren sayfada sadece Kore dizileri değil Kore müzikleri ve filmlerini anında izleme fırsatına kavuşarak forum kısmında Kore, Kore tarihi ve kültürü gibi temel bilgi ve içeriklere Türkçe ve İngilizce erişmek mümkündür.²⁵ Bunun dışında Kore dizilerini anlık takip edebileceğiniz diğer Türk internet sayfaları www.yeppuda1.com, www.asyafanatikleri.net,

²³Meltem Tv’de yayınlanan Kore dizilerine dair bilgilere aşağıdaki sayfadan erişmek mümkündür.

<http://www.meltemtv.com.tr/?pages%2C1831%2Fkoredizileri&fbclid=IwAR0kOICX30DG2AEblfmGwt9ivAf8Ukg65uTWsjg75l2x4Xdho7rxpXGhpg>.

²⁴Kanal 7’de yayınlanan Kore dizilerine dair bilgilere aşağıdaki sayfadan erişmek mümkündür.

<https://www.kanal7.com/duyurular/kanal-7-yeni-yayin-donemi>

basliyor?fbclid=IwAR2OPShevz70nFVrpwP85y5ya7esGefLjZH1GI8VSDWRjrsKmqlXPBPac

²⁵ Lee, Nana. “Türkiye’de Hallyu (Kore Akımı)’nun Günümüzdeki Hali ve Geleceği: Hallyu (Kore Akımı) Fan Sayfası ‘Korea Fans’ Merkezinde.” Orta Doğu Sorunu Araştırmaları (2012):167-193.

www.koreanturk.com dur. Korea fans gibi Hallyu hayran sayfalarının faaliyetleri sayesinde Türkiye'deki internet sayfalarında Kore dizileri yaygınlaşmış Türkiye'de Kore dizilerinin popüler kültür içeriği olarak kabul görmesinin önü açılmıştır.

Ayrıca Türkiye'de Kore dizisi akımıyla birlikte karşımıza çıkan bir diğer çarpıcı özellik pek çok Kore dizisinin Türkçe uyarlaması çekilerek Türk televizyonlarında büyük beğeni toplayışdır. Türk televizyon yapımcılarının Kore dizilerine ilgi göstermesinin ilk nedeni Türk televizyonlarında dublajla yayınlanan Kore dizilerinin aldığı yüksek izlenme oranlarıdır. Orijinal Kore yapımlarının Türk tarzına uyarlanması bu kadar yaygınlaşmasının en önemli sebebi Türkiye'de Kore dizilerinin popüler oluşu ve yeni bir yapımın izlenme oranının garanti altına alınmasıdır. Yani izlenme oranlarını yüksek tutmak yerel yapımlarda bir o kadar zorken uyarlama yapımlarda hikâyenin yakaladığı izleyici oranının bir nevi yapımın izlenme oranını garanti etmesi gibi sebepler pazarın belirsizliğinden yakın yapımcıların iyi sonuç elde etmek için tercih ettiği yol haline gelmiştir. 2011 yılından bu güne Türk televizyon kanallarında Kore dizisi uyarlama modası sürekliliğini ve popülaritesini korumaktadır.

Ek 4. Kore Dizilerinden Uyarlanan Türk Dizilerinin Listesi ve Dizi Posterleri ²⁶

No	Korece Dizi Adı	Türkçe Dizi Adı	Yayımlandığı Yıl	Kanal
1.	천사의 유혹	Beni Affet	2011-2018	Show TV(1-100 Bölüm

²⁶ Kore dizilerinden uyarlanan Türk dizi listesi aşağıdaki web sayfalarından alınmıştır. Türkiye'de yayın yapan kanallar içinde Türk dizileri yayınlanırken Kore dizisinden uyarlandığı belirtilen diziler öncelikli olarak listeye eklenmiştir. Diğer diziler birer birer izlenip hikâyenin temeli, karakterler, önemli olaylar ve dizinin arka planı incelenerek yeniden yapım ya da uyarlama olduğuna karar verilen yapımlar bu listeye dâhil edilmiştir.

<https://onedio.com/haber/kore-dizilerinden-uyarlandigini-duyunca-sasirip-kalacaginiz-17-yerli-yapim-774922>

<http://ekrandedektifi.com/kore-dizilerinden-uyarlanan-turk-dizileri/>

<https://onedio.com/haber/uyarlamak-bizim-isimiz-yeni-sezonda-izlemeye-baslayacagimiz-yepyeni-uyarlama-diziler-786869>

<http://www.gazetevatan.com/oya-dogan-1196252-yazar-yazisi-kizim-in-tanitimi-vurdu/>

<https://www.korezin.com/2016/09/18/bugune-kadar-kore-dizilerinden-uyarlanan-turk-diziler/>

<http://renklitirtil.blogspot.com/2015/08/turk-dizilerine-uyarlanan-kore-dizileri.html>

) Star TV(10 01-1477 Bölüm)
2.	미안하다 사랑한다	Bir Aşk Hikâyesi	2013-2014	FOX
3.	꽃보다 남자	Güneşi Beklerken	2013-2014	Kanal D
4.	제빵왕 김탁구	Aşk Ekmek Hayaller	2013-2014	Show TV
5.	가족끼리 왜 이래?	Baba Candır	2015-2017	TRT 1
6.	넝쿨째 굴러온 당신	Kocamın Ailesi	2014-2015	FOX
7.	착한 남자	Günahkâr	2014	FOX
8.	욕망의 불꽃	Hayat Şarkısı	2016-2017	Kanal D
9.	그녀는 예뻐다	Seviyor Sevmiyor	2016-2017	ATV
10.	닥터스	Kalp Atışı	2017-2018	Show TV
11.	상류사회	Yüksek Sosyete	2016	Star TV
12.	풀 하우스	İlişki Durumu Karışık	2015-2016	Show TV
13.	사랑도 돈이 되나요	Kiralık Aşk	2015-2017	Star TV
14.	그대 웃어요	Gülümse Yeter	2016-2017	Show TV
15.	메이 퀸	Mayıs Kraliçesi	2015-2016	Show TV
16.	비밀	Meryem	2017-2018	Kanal D

17.	상속자들	Çilek Kokusu	2015	Star TV
18.	못된 사랑	Acı Aşk	2015-2016	Show TV
19.	가을동화	Paramparça	2014-2017	Star TV
20.	오 마이 금비	Kızım	2018-2019	Tv8
21.	운명처럼 널 사랑해	NO:309	2016-2017	FOX
22.	마이걸	Aşk Yalanı Sever	2016	FOX
23.	불량가족	Aile İşi	2016	ATV
24.	부활	Kış Güneşi	2016	Show TV
25.	미녀의 탄생	Eve Dönüş	2015-2016	ATV
26.	천국의 눈물	Cennetin Gözyaşları	2017-2018	ATV
27.	아버지가 이상해	Hayat Sırları	2017-2018	Star TV
28.	오작교 형제들	Aslan Ailem	2017-2018	TRT1
29.	유리가면	İçimdeki Fırtına	2017	Star TV
30.	찬란한 유산	Elimi Bırakma	2018- Devam Ediyor	TRT1
31.	여름 향기	Rüzgârın Kalbi	2016	FOX
32.	특수사건전담반 TEN	Çember	2017	Star TV
33.	투윅스	Babamın Günahları	2018	Star TV



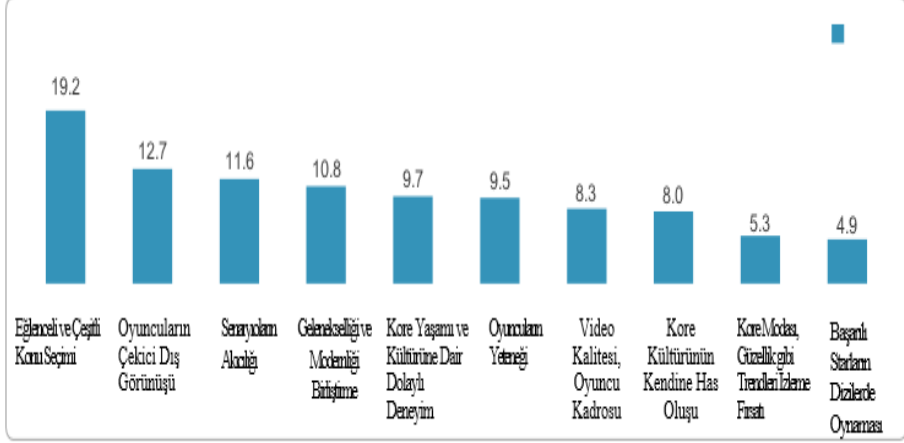
Türkiye’de Kore dizisi uyarlamasının ne kadar revaçta olduğunu 9 Eylül 2015 gazete yazısı“ *Türk Dizilerindeki Bu Kore Rüzgârı Ne?*”²⁷ ve 19 Ekim 2014 yılında Bugün gazetesinde yayınlanan “Türk Dizilerinde Kore Rüzgarı” gibi başlıklardan anlamak mümkündür. Türk televizyon yapımcısı Murat Keskin; “Türk dizi pazarında Kore dizileri başarıya ulaşmıştır” ifadesini kullanarak sözüne devam etmiştir. Keskin; “Kore dizilerine dair Türk yapımcıların ilgisi sürekli artmakta olup ilerleyen süreçte daha fazla Kore dizisinin Türk dizisine uyarlanması beklenmektedir.” şeklinde Kore uyarlaması yapımların daha da artacağını ifade etmiştir. Her şeyden önce Kore dizisinden uyarlanan Türk dizilerinin izlenme oranının yüksek oluşu ve bu dizileri izleyen kitlenin gün geçtikçe artması bu durumun başlıca nedenlerindedir. Öyleyse Türklerin Kore dizisini bu kadar sevmelerinin ve Türkiye’de Kore dizilerinin bu kadar popüler olmasının nedeni nedir ve Türklerin Kore dizilerine bakış açısı ve değerlendirmesi nedir soruları cevaplandırılmalıdır.

²⁷ Detaylı bilgiye aşağıdaki web sayfasından ulaşılabilir.

<http://guneykoresineması.com/kose-yazilari/1605-turk-dizilerindeki-bu-kore-ruzgari-ne.html>

Ek 5- Türkiye’de Kore Dizilerinin Popüler Olma Nedenleri²⁸

Soru: Size Göre Kore Dizilerinin Bu Kadar Popüler Olmasının Nedeni Nedir?



(Cevap veren kişi sayısı: 1000, Oran: %)

Yukarıda yer alan tabloyu inceleyecek olursak Türkiye’de Kore dizilerinin popüler olmasının en önemli nedeni “eğlenceli ve çeşitli konu seçimi” olarak karşımıza çıkmaktadır. Sonraki nedenler olarak “oyuncuların çekici dış görünüşü”, “senaryoların akıcılığı” gibi nedenler sırasıyla yer almaktadır. Tüm bu nedenler Türkiye’de Kore dizilerinin uyarlanma nedenleriyle birebir örtüşmektedir. Özellikle Kore dizilerinin tercih edilme nedeni olarak geleneksel Kore kültürü ve özellikleri gibi bir cevabın verilmesi Türkiye’de Kore Akımının ilk dönemlerinde yayınlanan Kore dizilerinin tarihi dizi türünde olmasıyla yakından ilişkilidir.

Türkiye’de 2011 yılında başlayan Kore dizisi uyarlama dönemi gelip geçici bir süre sıkışıp kalmamış günümüzde de hala sürekliliğini devam ettirebilmiştir. Türk dizi pazarında Kore dizileri yarışının fazlaşmasıyla Kore dizileri Türk motifleriyle süslenerek Türk halkının beğenisini kazanmıştır. İlk başlarda Türk yayın kuruluşları Kore dizisinden uyarlanan Türk dizilerini yayınlarken Koreli senaristin ismine yer vermezken daha sonra Koreli yayın kuruluşlarının isteği üzerine Koreli senaristlerin isimleri jenerik kısmında yer almaya başlamıştır.

Kore dizilerinin Türk televizyonlarında yayınlanması ve izleyiciler tarafından ilgi görmesiyle birlikte Türklerin Kore ve Kore kültürüne dair ilgisi

²⁸ 2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye

artmıştır. Kore dizisiyle başlayan Kore Akımı; Kore filmi, Kore müziği, Kore yemekleriyle birlikte yer edinerek çeşitlenmiştir Türkiye’de Kore Akımı bu kadar güçlenmeden önce Türklerin Kore’ye ilgi duymasını sağlayan ilk değişim Türk televizyonlarında yayınlanan Kore dizileri ve onların hayranı olan izleyici kesimdir. Türkiye’de sadece gençlere hitap ettiği düşünüler K-Pop (Kore Popüler Müziği)’dan farklı olarak Kore dizileri kadın-erkek, genç-yaşlı fark etmeksizin her yaş grubuna hitap ederek çeşitli yaş gruplarından oluşan hayranları etrafında toplamayı başarmıştır. Türkiye’de Hallyu (Kore Akımı) kültür ürünleri içinde Kore dizileri bu yönüyle öne çıkarak diğerlerinden ayrılmayı başarmıştır.

Türkiye’de Kore dizilerinin gücünü “2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye” sonucuyla da hissetmek mümkündür. “Televizyon dizileri” Türkiye’de Hallyu ürünlerinin yer edinmesinde, harcama ve kullanım gibi alanların genişlemesinde sorulara verilen cevaplarda üst sıralarda yer alarak önemini ve öncü görevi üstlendiğini kanıtlamıştır. Ayrıca Türklerin “en çok görmek istediğiniz Hallyu (Kore Akımı) yıldızı kim?” sorusuna verdiği yanıt da adeta bu durumu kanıtlar niteliktedir. Dünya starlığı mertebesine ulaşan PSY sonrasında şarkıcı ya da komedyen yerine Türk fanlar İ Min Ho, Park Şin Hye İ Cong Sog gibi Kore dizi oyuncularını seçerek Türkiyede Kore dizilerinin popülaritesini ispat etmiştir.

Daha ilgi çekici olan şey ise daha önceki bölümlerde bahsedilen “2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye” araştırmasında; Türkiye’de Kore’ye dair video imajı olarak ‘Kore dizisi’ seçeneğinin ikinci sırada yer alışı olmuştur. Türkiye’de Kore imajı denildiğinde iki ülke arasındaki tarihi ilişkiler, Kore ekonomisi, sanayi gibi seçenekler üst sırada yer alırken Hallyu (Kore Akımı) içinde sadece ‘dizi’nin üst sıralarda yer alması son derece dikkat çekici bir konudur. Kore dizilerinin Türkiye’de en popüler Kore Akımı ürünleri içinde %39,2 ile ikinci sırada oluşu da Kore dizilerinin popülerliğini destekler niteliktedir. Anketin bu kısmı Türkiye’de Kore Akımının başlangıcı ve bu akımın sürekliliği niteliğinde olan Kore dizilerinin başarısı ve izleyicilerden gördüğü ilginin bu makalede savunulduğu şekilde anlatıldığı kısımdır.

Türkiye’de televizyon dizileri pazarının genişlemesiyle yapımcılar her sezon pek çok yeni yapıma imza atmaktadır. İslam kültür değerlerine bağlı olan Türk halkı genellikle akşamları ailesiyle birlikte vakit geçirerek televizyon izlemektedir. Özellikle evli kadınlar toplumda kısıtlı hareket alanına sahip olduğu için televizyon dizilerine daha büyük ilgi göstermektedir. Bu sebeptendir ki Türkiye’de en yüksek izlenme oranlarına

sahip programlar dizilerdir. Bu sebeple Türk yayın kuruluşları diğer programlardan daha çok dizilere yatırım yapmaktadır. İnternet ve akıllı telefonların yaygınlaştığı günümüzde dahi Türkiye’de televizyonlar hala en önemli kitle iletişim aracıdır. Tüm bu kıstaslar göz önüne alındığında Türk televizyonlarında Kore dizilerinin popüler diziler arasında yer almasında Kore dizisinden uyarlanan Türk dizilerinin başarısı büyüktür. Kore dizilerinde karşımıza çıkan aile merkezli ilişkiler, ahlaki ve öğüt verici konular, mutlu son gibi olaylar İslam değerlerine önem veren Türklerin Kore dizilerini kendinden uzak bulmak şöyle dursun daha yakın hissetmelerine neden olmaktadır. İzleyiciler Kore dizilerinde anlatılan aile ilişkileri, kadın-erkek ilişkileri ve hikâye içinde yer alan karakterlerin duyguları ve psikolojileri sayesinde Kore dizilerini kendine yakın bularak onlarla aynı duyguları paylaşmaktadır.

2005 yılında yayınlanan Kore tarihi dizisi “Denizler İmparatoru” ile birlikte Türk televizyonlarında yayın hayatına devam eden Kore dizileri ve Kore dizilerinden uyarlanan Türk dizileri akımı Türk dizi pazarı ve Türk televizyon kanalları tarafından büyük ilgi görmüştür. Kore dizisi ve uyarlama yapımların arasındaki yarışın artmasıyla birlikte Kore dizileri Türkiye’de yurtdışı popüler kültür ürünü olarak kabul görmüş ve alanını genişletmeye devam etmiştir.

2.3. Türkiye’de ‘Yeni Kore Akımı’ Olarak K-Beauty’nin (Kore Kozmetiği) Yükselişi ve Geleceği

“Kore kozmetiği, Japon sömürgesinden kurtuluş sonrası üretimin başlamasıyla 2005 yılı ortalamasına göre yaklaşık üretim yapan 400 şirketin 370 milyar won²⁹luk büyük bir ticaret hacmine sahiptir.”³⁰ “Detaylıca inceleyecek olursak “1954 yılında Amore Pasific firmasının önceki ismi olan Tepyongyang’ın kuruluşuyla Kore’de kozmetik imalatı başlamıştır. 1990’lı yılların sonlarına doğru Kore kozmetik şirketlerinin sayısı ve tanınırlığı artmıştır. IMF ekonomik kriziyle birlikte pek çok kozmetik markası ürünlerini caddelere kurdukları tezgahlarda ya da alışveriş kanallarında satmıştır. Bu süreçte Koreli tüketicilerin talepleri doğrultusunda kozmetik markası ‘Missha’ kurulmuştur. Daha sonra pek çok kozmetik markası türemiştir. 2000’lerden sonra kalite ve ucuz fiyattan taviz vermeyen pek çok Kore

²⁹ KRW (Kore Wonu) kısaltmasıyla anılan Güney Kore para birimidir.

³⁰ Lee, Cong Tee. Kim, Sang Dok Song, Yong Ok. “Kore Kozmetik Ürünlerinin Tarihi Gelişimi” İşletme Tarihi, 24(4) (2009): 158

kozmetik markası ismini duyurmuş ve başarı sağlamıştır. Bilindiği üzere 'Missha' markası Kore kozmetiğinin en bilinen markasıdır."³¹

2000'li yıllarda dünyada etkisini göstermeye başlayan Kore Akımı sayesinde K-beauty (Kore Kozmetiği) hızlı bir şekilde yükselişe geçmiştir. Bu sayede Kore kozmetik ürünleri ihracatı sürekli artış göstermektedir. "Çin başta olmak üzere Japonya ve Güney Doğu Asya'da Kore kozmetik ürünleri ihracatının artmasında Kore akımı büyük etkindir. Kore Akımının yayılmasıyla pek çok yabancı; Kore dizileri, filmleri ve televizyon kanallarında izledikleri Koreli ünlülerin saç stili, cilt bakımı ve kullandıkları makyaj malzemelerini K-beauty (Kore Kozmetiği) olarak adlandırmıştır. Kore Kozmetiğinin adını duyurmasıyla Kore makyaj malzeleri Asya sınırlarını aşarak Avrupa, Amerika ve Orta Doğu'da ilgi görmeyi başarmış, Kore'yi ziyaret eden turistlerin mutlaka satın aldığı Kore akımı kültür ürünü haline gelmiştir."³²

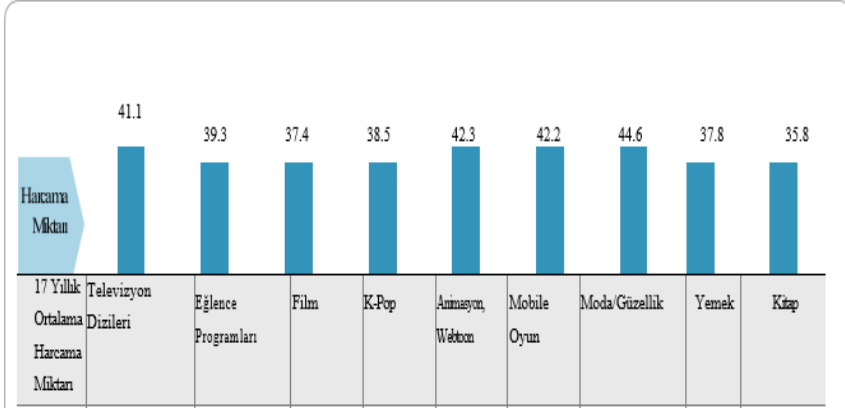
Yurtdışında Hallyu (Kore Akımı) 'ya ilgi duyan kişilerin Hallyu (Kore Akımı) ürünlerine dair beklentisi, kullanım alanı, değişimini anlamak ve Kore Akımının devam ettirilebilme potansiyelini ölçebilmek için farklı merkezlerde fanların ilgisini ve eğilimini ölçmek için gerçekleştirilen "2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye" raporunda en çok göze çarpan kısım Kore kozmetiğinin hızlı yükselişi olmuştur.

³¹Lee, Gyong Cin. "Uluslararası Ticaret Ağı Bakımından Şirket Rekabetlerinin Güçlenme Süreci: Kore Kozmetik Ürünleri Merkezinde" Kore Ekonomi ve Coğrafya Topluluğu Dergisi, 16(4) (2013): 597-612

³² Yu, Hye Gyong. "Vietnamlı Kadınların Algıladığı K-beauty (Kore Kozmetiği) ve Kore Kozmetik Ürünlerinin İmajı" Marka Dizayn Bölümü Dergisi, 39 14(3) : 221

Ek 6- Türkiye’de En Çok Harcama Yapılan Ya da Zaman Harcanan Ürünler³³

Soru: Genellikle Hangi Hallyu (Kore Akımı) Ürününe Zaman Ya da Para Harcarsınız?

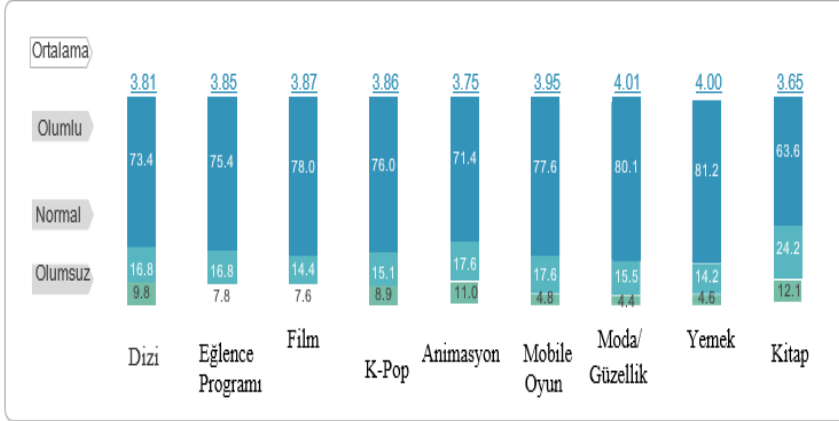


Türkiye’de Kore dizileriyle başlayan Kore Akımı daha sonra K-Pop (Kore Popüler Müziği) vb. Hallyu (Kore Akımı) ürünleriyle yerini sağlamlaştırmıştır. Şu sıralar bu rüzgâr kozmetik ürünleri ve saç bakım ürünlerini kapsayan ‘K-beauty’ yani Kore kozmetiğine dair ilgi ve kullanıcıların artmasıyla esmektedir. Kore kozmetiği kullanıcılarının artışı “2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu”nda Türkiye’de ‘en çok harcama yapılan ürünler’ kısmında Hallyu (Kore Akımı) ürünleri başlığı içinde ‘moda/ güzellik’ %44,6’lık oranla birinci olmuştur. Sabah gazetesinde moda ve güzellik üzerine köşe yazıları yazan İdil Demirel, “Kore denildiğinde ilk akla gelenin K-Beauty (Kore Kozmetiği) olduğunu söyleyerek hemen hemen serin bir rüzgâr halinde esen Kore kozmetiğinin gücünü ve popülerliğini vurgulamıştır. Ayrıca Türkiye’de satılan Kore kozmetik markalarını internet üzerinden satan sayıları detaylıca tanıtmıştır.”³⁴

³³ 2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye

³⁴ Demirel, İdil. “Kore Dalgası Türkiye’yi de Etkisi Altına Aldı.” Sabah Gazetesi 29 Kasım 2017

Ek 7- Türkiye’de Hallyu (Kore Akımı) Ürünlerinin Bıraktığı İzlenim³⁵
Soru: Hallyu (Kore Akımı) Ürünlerini Ne Kadar Seviyorsunuz?



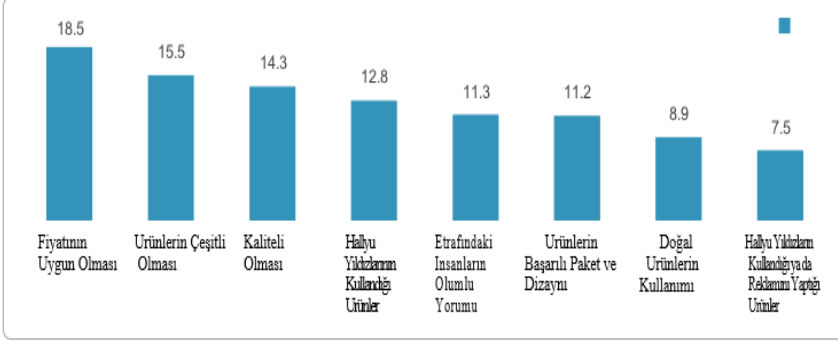
(5puan – 1,2 puan: Olumsuz-3 puan: Normal- 4,5: Olumlu)

Öncelikle, Hallyu (Kore Akımı) ürünlerinin bıraktığı izlenimin sorulduğu kısımda ‘moda/güzellik’ seçeneğinin %80,1 gibi yüksek bir oranla seçildiği ve popülaritesinin yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye’de Hallyu (Kore Akımı) ürünleri içinde ‘moda/güzellik’ popülaritesi ve yükselişinde ‘etrafındaki insanlardan öğrenme’ seçeneği %51,4’le en yüksek cevap olması yukarıdaki tabloyla uyuşan bir durumdur. Bu sebeple Türkiye’de ‘moda/güzellik’ alanı Hallyu (Kore Akımı) ürünleri içinde günümüzde en çok ilgi gören ve Hallyu (Kore Akımı) kullanıcılarının en çok ilgi gösterdiği ve zaman harcadığı alan olarak yükselişe geçmiştir.

³⁵ 2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye

Ek 8- Türkiye’de Kore Kozmetiği/ Moda Popülerlik Nedeni³⁶

Soru: Sizce Kore Kozmetiği/Modasının Popüler Olmasının Nedeni Nedir?



(Cevap veren kişi sayısı: 1000, Oran: %)

“2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye” de ‘moda/güzellik’ alanında popülerlik unsurları içinde %18,5 ile fiyatının uygun oluşu, %15,5 ile ürünlerin çeşitli ve tasarımlarının farklı oluşu, %14,3 ile kaliteli oluşu, %11,2 tasarım başarısı, %8,9 doğal nemlendirici malzemeler kullanması gibi ürünün özelliklerini ön planda tutan şıkların yanı sıra Hallyu (Kore Akımı) yıldızlarının kullandığı ya da reklam filminde oynadığı ürünler seçeneği de %12,8 ile azımsanamayacak derecede yüksektir. Burada fiyatının ucuz olması Türk kullanıcılar tarafından en yüksek cevap olarak verilse de Türk tüketiciler genellikle Loreal Paris, Avon, Lancome, Clinique, MAC, Olay, Oriflame, Urban Decay, Revlon, Maybelline, The body shop gibi Amerika, İsveç, Finlandiya, Fransa ve İngiltere’den ithal kozmetik ürünleri kullanmaktadır. Aslında Türkiye’deki fiyatlar göz önüne alındığında Kore kozmetik ürünleri ucuz sayılmasa da şuana kadar pahalı ithal kozmetik ürünler kullanan Türkler açısından düşünüldüğünde Kore kozmetik ürünleri diğer ithal kozmetik markalara göre ucuz kabul edilebilir.

Ayrıca bugünlerde Türkiye’de; gazetelerde, güzellik dergilerinde ya da internet bloglarında K-Beauty (Kore Kozmetiği)’nin aktif bir şekilde tanıtılması ve K-Beauty (Kore Kozmetiği)’yi olumlu değerlendiren içeriklerin çoğalmasıyla Kore kozmetiğine duyulan ilgi artmıştır. Özellikle bloggerlar ve vloggerların artmasıyla Kore kozmetiği daha çok insana ulaşmaya başlamıştır. Bu kişiler Kore kozmetik ürünlerini çeşidi, özellikleri, faydası ve kullanımı açısından derinlemesine inceleyerek tanıtan memnuniyetini,

³⁶ 2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye

memnuniyetsizliğini ve favori ürünlerini onları takip eden kitleye ulaştıran kişilerdir. 24 Nisan 2018'de moda ve güzellik üzerine uzman olan 'Elle' dersinde yayınlanan 'Güzelliğe K-Beauty Update'i' yazısı Kore güzelliklerinin özelliklerini 'cam gibi cildi pürüzsüzleştiren ürünler', 'yeşil çay gibi doğal ürün kullanımı', 'peeling ve maskeyle meydana gelen mucizevi değişim' gibi başlıkları vurgulayarak Kore kozmetik ürünleri aracılığıyla gençleşerek kısa sürede sağlığına kavuşan cilde sahip olunabileceğini anlatmaktadır. Ayrıca 25 Şubat 2017'de K-Beauty (Kore Kozmetiği) 'ye dair Türkiye'de öne çıkan bloglardan biri olan Justinbeauty'de yayınlanan "Neden K-Beauty (Kore Kozmetiği)?" yazısında Kore kozmetik ürünlerinin popüler olma nedeni olarak Koreli kadınların kusursuz cildi, Kore kozmetiğinin kendine has tarzı, doğal malzemeleri kullanması, çeşitli ürünler, harika dizayn ve paketleme, mükemmel sonuç ve faydalarını vurgulamaktadır. Bu durum "2018 Yılı Yurtdışında Kore Akımının Etkisine Dair Araştırma Raporu-Türkiye" de yer alan 'moda/güzellik' anketi popülerlik sebebiyle birebir örtüşmektedir.

Şuana kadar Türkiye pazarına giriş yapan Kore kozmetik markaları içinde 2012 yılında Türkiye'ye ilk adım atan firma Missha olmuştur. Türkiyenin büyük şehirlerinde Missha'nın 15 mağazası açılmıştır. 2013 yılında müşterilerin daha rahat ulaşabilmesi için web sayfasının (<http://missha.com.tr>) açılmasıyla birlikte Türkiye'de güven kazanmış firmalar arasına girmeyi başarmış ve her geçen gün ürün yelpazesini genişleterek müşteri memnuniyetini arttırmaktadır. Ardından 2014 yılında Etude House ve The Face Shop, 2015 yılında Holika Holika markası Türk pazarına giriş yapmıştır. Holika Holika markası Armada Avm, Watsons mağazaları ve online alışveriş sayfası (<http://holikaholika.com.tr>) aracılığıyla satılmaktadır. Türkiye pazarına giriş yaparak başarıya ulaşan Missha örneğini gören Skinfood markası da 2017 yılında Türkiye'ye giriş yapmıştır. Ürünlerini internet sayfasında (www.skinfood.com.tr) Watsons mağazalarında ve Skinfood mağazalarında (Skinfood Atasehir Watergarden, Skinfood Optimum AVM) satışa sunmaktadır. Bu markaların dışında Tiara Gold, A'pieu, Eglips, Natural Republic gibi Kore markalarını online alışveriş sayfalarından almak mümkündür. Ayrıca Türkiye'nin önemli kozmetik şirketlerinden biri olan ve Türkiye'nin büyük şehirlerinde mağazaları bulunan Sephora markasında Tony Molly, Dr. Jart, Laneige gibi Kore kozmetik ürünlerini almak mümkündür. Türkiye'de sadece makyaj ürünleri değil çeşitli güzellik bakım ürünleri satan Watsons ve Gratis mağazalarında da Kore kozmetik ürünlerini görmek mümkündür hatta Watsons'da ayrıca oluşturulmuş bir K-Beauty (Kore Kozmetiği) alanı bile vardır. Kore ürünlerini mağazalardan temin etmek isteyen müşterilerin talebi doğrultusunda böyle

bir bölüm oluşturulmuştur. Gratis mağazasında ise sadece Kore maskeleri satılmaktadır.³⁷

Fakat Türkiye'de büyükşehirlerde yaşamadığın sürece Kore kozmetik ürünlerini mağazalarda bulmak oldukça zordur. Mağazadan yapılan alışverişlerde fiyat karşılaştırması yaparak ürünü daha ucuza almakta mümkündür. Çeşitli ürünlerin sık sık indirimine girdiği internet sayfalarının fazla oluşu Türk tüketicileri internetten alışveriş yapmaya yönlendirmektedir. Türkiye'de 20'den fazla online alışveriş sayfası vardır en önemlileri; Limonian, Justinbeauty, Korendy, Koreden Kozmetik ve My Korea Store'dur. Kore güzellik ürünlerini satan offline mağazalar ve online alışveriş sayfalarının artışı Türkiyede K-Beauty (Kore Kozmetiği)'nin gücünü ve önlenemez yükselişini göstermektedir. Fakat online alışveriş konusunda en büyük sorun sipariş verilen ürünün genellikle Kore'den teslim edilmesi durumunda ortaya çıkan yüksek kargo fiyatları ve kargoda yaşanan gecikmelerdir. Bu sorunları aşmak için diğer sitelerin de Limonian gibi Kore kozmetik ürünlerini Kore'den toplu ithal ettikten sonra satışa sunması müşterilerin ürüne ulaşmasını kolaylaştıracaktır.

Türkiye'de K-Beauty (Kore Kozmetiği)'nin popüleritesi ve şaşırtıcı bir şekilde tüketim kabiliyetinin artışına dikkat çekmek istenilmesinin en önemli sebebi Türkiye'de Hallyu (Kore Akımı) ürünleri içinde K-Beauty (Kore Kozmetiği)'nin en yüksek tüketim/ harcama marjına sahip olduğu gerçeğidir. 1 yıl önce bu konu yüzdelik oranda değerlendirildiğinde %51 gibi bir orana tekabül ederken önümüzdeki süreçte beklenen oran %61,1'dir ve bu oran Hallyu (Kore Akımı) ürünleri arasında öngörülen en yüksek oran olma özelliği taşımaktadır. Üstüne üstük Türk kozmetik pazarı uzun süre boyunca Avrupa ve Amerika'dan ithal edilen pahalı ürünlerle iç pazarda sirkülasyon sağlamayı başarmıştır. Fakat günümüzde Türkiye'de Kore kozmetiğine ilginin hızla artması ve başarı basamaklarını teker teker tırmanmasındaki en büyük etken Kore kozmetik ürünlerini kullanan Türk kullanıcıların olumlu geri dönüşüdür.

Sonuç olarak Türkiye'de K-Beauty (Kore Kozmetiği)'nin popüleritesi ve kullanımının devamlı artış göstermesi beklenmektedir. Çeşitli Kore güzellik ürünlerinin Türkiye pazarına giriş yapabilmesi için iki ülke arasında ticari ve ekonomik anlaşmaların kapsamı genişletilmelidir. Konuyu detaylandırmak gerekirse; Kore güzellik ürünlerinin ithalatı ve pazarlaması, tanıtım ve reklam işleri gibi konularda o ülkeden bir şirketle ya da bazı kuruluşlarla birlikte

³⁷ Watsons'da satılan Kore kozmetik ürünleri olarak Peri Pera, Pure Beauty, Scinic, SNP, Skin food, Welcos, Holika Holika, Tencel 'i saymak mümkündür.

çalışması veya Koreli Kozmetik şirketlerinin de KOTRA gibi bir çatı altında birleşerek devletin desteğiyle Türkiye pazarına giriş yapması Türkiye’de Kore kozmetiği pazarının önünü açacak en önemli adımlardan biri olacaktır. Örneklendirmek gerekirse Kore firmaları devletin yurtdışı desteğini alarak mağazalar açmalı ya da Watsons, Gratis, Sephora gibi Türkiye’deki güzellik mağazalarına Kore kozmetik ürünlerini ihraç etmenin yollarını aramalıdır. Geniş bir yelpazeye sahip Kore güzellik ürünlerinin Türkiye’ye ithal edilmesiyle birlikte tüketicilerin ödediği fiyatlar daha makul seviyelere çekilerek fiyat sorunu da halledilmiş olacaktır. Ayrıca Türk tüketicilerin çoğunlukla Kore güzellik ürünlerini online alışveriş sayfalarından almasının en büyük nedeni bizzat dokunarak alışveriş yapabilecekleri mağazaların yetersiz olmasındandır. Şuan mağazalarda satılan ürünlerin bir elin parmağını geçmeyişi ve miktar olarak yetersiz olmasından dolayı pek çok ürün raflara konulduğu anda tükenmektedir. Kore’deki Olive Young mağazaları gibi çeşitli Kore kozmetik markalarının ürünlerini tek bir çatı altında birleştirerek Türkiye’de satış yapabilecek bir markanın gerekliliği de üzerinde düşünülmesi gereken bir diğer konudur.

3. Sonuç

Bu yazıda Türkiye’de Kore Akımının günümüzdeki durumu ve geleceği, özellikleri ve gelişimi Kore Savaşı (Kan Kardeşi), Kore Dizileri ve K-beauty (Kore Kozmetiği) adlı üç ana başlığa ayrılarak somut verilerden ve literatürden faydalanarak incelenmiştir. Geçmişte Kore Savaşı zamanında temelleri atılan Kore-Türkiye ilişkileri sonrasında Kore ürünleri (araba, telefon, elektronik ev eşyaları) ve Kore Akımı (dizi, film, müzik, kozmetik, moda) kültür ürünleri ile hızlı bir değişim ve gelişim göstermiştir. Geçmişten farklı olarak Kore Akımı kültürü sosyal medyanın gelişimi ve alt kültür anlayışıyla dijital medya dönemi sayesinde Türk izleyiciler arasında hızla yayılarak kendi yerini sağlamlaştırmıştır. Kore Akımı içinde Kore Savaşının ölümsüz Kan Kardeşi anlayışı, Kore dizilerinden dizi uyarlama furyası, K-beauty (Kore Kozmetiği)’nin yükselişi gibi konular üç ana başlık altında toplanarak incelenmiştir. Türkiye ve Kore arasındaki geleneksel bağ Türkiye’de Kore Akımının başlangıcı ve gelişimine yön vermiştir. Her şeyden önemlisi Türkiye’de Kore Akımı içinde Kore dizilerinin öne çıkışı ve bu bağlamda kurulan ilk fan sayfası Korea fans Türkiye’de Kore Akımının yer edinmesi adına son derece önemli bir görev üstlenmiştir. Blog, youtube sayfaları ve çeşitli web sayfalarının internete bilgi sağlamasıyla Türkiye’de K-beauty (Kore Kozmetiği) yükselişe geçmiştir.

Türkiye’de Kore Akımının günümüzdeki durumu ve geleceği için belirleyici olan Kore dizileri Türk televizyonlarında yayınlanmaya devam etmekte hatta Kore dizilerinden uyarlanan pek çok Türk dizisi çekilmektedir. Türk izleyicilerin ilgisini çekmeyi başaran Kore dizileri Türkiye’de rekabet gücüne sahip kültür ürünü olarak kabul görmüş, uyarlama ve orijinal halleriyle Türk televizyonlarında kendine yer bulmuştur. Diğer yandan Türkiye’de Kore Akımı ürünleri içinde K-beauty (Kore Kozmetiği)’nin popülaritesi ve tüketim gücünü arttırarak Türkiye’de süreklilik sağlaması ve daha yüksek bir ivme kazanması beklenmektedir.

Kaynakça

- Altundağ, Pınar. "The Image of Korea in Turkey-A Study among university students who study Korean." *Dil Dergisi* 162 (2013): 25-35.
- Cong, Ce Yun. "Kore ve Türkiye'nin Ekonomik Zekâsı: Kore-Türk Toplumu ve İki Ülkenin Ders Kitaplarında Yer Alan Örnekler Merkezinde." *Akdeniz Bölgesi Araştırmaları*, 14(1): 82.
- Cho, Eunsuk. Banbal, Oktay Gokhan. "The Korean Image in Turkey: Eastern Europe-perceptions and cultural connections, Viennes Contributions to Korean Studies, Vol. Vii, Praesens Verlag (2015): 130.
- Cong, Su Yong. "Japonya'da Hallyu İncelemesi ve Hallyu'nun Hitap Ettiği Kitlenin Kültürel Öğeleri Üzerine Araştırma, Medya, Cinsiyet." 20 (2011): 207-239.
- Cong, Su Yong. Yu, Se Gyong. "Çin ve Japonya'nın Önemli Günlük Gazetelerinde Yayınlanan Popüler Kültür Kore Akımına Dair Haber Analizi, Basın Haber Araştırması" 50 (2013):121-156.
- Cumhurbaşkanı Danışmanı 21. Yüzyıl Komitesi " 21. Yüzyılda Kore ve Koreliler" Nanam Yayınları, (1994): 32-34.
- Demirel, İdil. "Kore Dalgası Türkiye'yi de Etkisi Altına Aldı." *Sabah Gazetesi* 29 Kasım 2017.
- Denizli, Ali. Çevirmen: Lee, Son Mi. "Bir Türkün Gözünden 25 Hariran Savaşı (Orijinal Adı: Kore Savaşı 1950-1953" *Kore Tarihi Müzesi Yayınları*, (2014): 130-137.
- Fırat, Demet. "Küresel Yönde Ters Akış: Asya'dan Doğan Alternatif bir Popüler Kültür." *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)* 3, (2017): 67-74.
- Lee, Cong Tee. Kim, Sang Dok Song, Yong Ok. "Kore Kozmetik Ürünlerinin Tarihi Gelişimi" *İşletme Tarihi*, 24(4) (2009): 158.
- Lee, Gyong Cin. "Uluslararası Ticaret Ağı Bakımından Şirket Rekabetlerinin Güçlenme Süreci: Kore Kozmetik Ürünleri Merkezinde" *Kore Ekonomi ve Coğrafya Topluluğu Dergisi*, 16(4) (2013): 597-612.
- Lee, Nana. "Türkiye'de Kore Akımının Günümüzdeki Hali ve Geleceği: Kore Akımı Fan Sayfası 'Korea Fans' Merkezinde." *Orta Doğu Sorunu Araştırmaları* (2012):172.
- O, De Yong. "6 Orta Doğu Ülkesi Basınında Karşımıza Çıkan Orta Doğu'da Kore Akımı." *Asya Kültür Araştırmaları* 34, 11(4) (2014):167-193.
- Oh, Chong Jin. Chae, Yong Gil. "Constructing Cultural Proximate Space through Social Network Services: The Case of Hallyu (Korean Wave) in Turkey." *Uluslararası İlişkiler* 10 No. 38 (2013): 77-99.
- Son, Sing Hye. "Hallyu Fanlarının Yerel İletişimi ve Global Fan Sayfalarının Özellikleri: Kore İletişim Örneği Yorumu." 10(1) (2012): 45-85.
- Türközü, Sırrı Göksel. "Türkiye'de Kore Akımı ve Korece Eğitiminin Günümüzdeki Durumu" *Kore Dil ve Kültür Dergisi*, 4(1) (2007): 19-33.
- Türközü, Sırrı Göksel. Kahrıman, Merve. "Türkiye'de Kore Rüzgârı, Arka Planı ve Gelişim Yönü." 15. Uluslararası Kore Dili ve Edebiyatı Konferansı Avrupa – Asya'daki Kore Dili ve Edebiyatı Çalışmaları ve Eğitimi, Kayseri 23 Ocak 2014.
- Yalçınkaya, Füsun. "Türkiye'de 33bin Kişinin Hayali." *Sabah Gazetesi*. 05 Şubat 2011.
- Yoo, Jung Suk. "Türkiye'nin Önemli Günlük Gazetelerinde Yayınlanan 'Hallyu' Gazete Yazıları Yorumu" *Uluslararası Kültür Araştırmaları*, 10(2), (2017):24.
- Yu, Hye Gyong. "Vietnamlı Kadınların Algıladığı K-beauty (Kore Kozmetiği) ve Kore Kozmetik Ürünlerinin İmajı" *Marka Dizayn Bölümü Dergisi*, 39 14(3) : 221.

İnternet Sayfaları

- Nasip, "Empress Ki, Çok Yakında TRT'de! + Yerli Kanallarda Yayınlanan Diğer KoreYapımları"
(2018, 10, 24)
- <http://ekrandedektifi.com/kore-dizilerinden-uyarlanan-turk-dizileri/>
<http://guneykoresinemasi.com/haberler/4914-empress-ki-cok-yakinda-trtde.html>
<http://guneykoresinemasi.com/kose-yazilari/1605-turk-dizilerindeki-bu-kore-ruzgari-ne.html>
<http://www.gazetevatan.com/oya-dogan-1196252-yazar-yazisi-kizim-in-tanitimi-vurdu/>
<https://www.kanal7.com/duyurular/kanal-7-yeni-yayin-donemi-basliyor?fbclid=IwAR2OPShevz70nFVrpwP85y5ya7esGefLjZH1GI8VS-DWRjrsKmqLXPBPac>
http://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_01_view.asp?seq=978&page=1&find=&search=
<https://www.korezin.com/2016/09/18/bugune-kadar-kore-dizilerinden-uyarlanan-turk-diziler/>
<http://www.meltemtv.com.tr/?pages%2C1831%2Fkore-dizileri&fbclid=IwAR0kOICX30DG2AEblfmgWt9ivAf8Ukg65uTWsjg75lz2x4Xdho7rxpXGhpg>
<http://muharipgaziler.org.tr/koresavasi/?fbclid=IwAR1JNjyK9kFty7MLhObIfMVchcQQh2sHXM0mvoqTg7HjMY-I0ucj21-W5Fo>
- <https://onedio.com/haber/kore-dizilerinden-uyarlandigini-duyunca-sasirip-kalacaginiz-17-yerli-yapim-774922>
<https://onedio.com/haber/uyarlamak-bizim-isimiz-yeni-sezonda-izlemeye-baslayacagimiz-yepyeni-uyarlama-diziler-786869>
<http://renklitirtil.blogspot.com/2015/08/turk-dizilerine-uyarlanan-kore-dizileri.html>
https://www.wikiwand.com/tr/Denizler_%C4%B0mparatoru
https://www.wikiwand.com/tr/TRT_1_taraf%C4%B1ndan_yay%C4%B1nlanan_programlar%C4%B1n_listesi