T.C.
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

GÜNEY KORE YAPIMLARINDAN UYARLANAN TÜRK TELEVİZYON DİZİLERİNİN KÜLTÜREL BAĞLAMDA KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: MUCİZE DOKTOR ÖRNEĞİ

UZMANLIK TEZİ

FATİH BERKER ÖZDAĞ

ANKARA
TEMMUZ, 2023


RTÜK
RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

T.C.

RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU

GÜNEY KORE YAPIMLARINDAN UYARLANAN TÜRK TELEVİZYON DİZİLERİNİN KÜLTÜREL BAĞLAMDA KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: MUCİZE DOKTOR ÖRNEĞİ

UZMANLIK TEZİ

FATİH BERKER ÖZDAĞ

DANIŞMAN: ÜST KURUL UZMANI

FARUK ASİL

ANKARA

TEMMUZ, 2023

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanlığına,

……..... adlı Üst Kurul Uzman Yardımcısının hazırladığı "Güney Kore Yapımlarından Uyarlanan Türk Televizyon Dizilerinin Kültürel Bağlamda Karşılaştırmalı Analizi: Mucize Doktor Örneği" başlıklı bu çalışma Tez Değerlendirme Komisyonu üyelerince oy birliği / oy çokluğu ile **Uzmanlık Tezi** olarak kabul edilmiştir.

Komisyon Üyeleri	İmza
Başkan …….	……..
Üye ……	……..
Üye ……	……..
Üye ……	……..
Üye ……	……..

ONAY

Bu tez Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Uzmanlığı Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca …/…/20... tarihinde kabul edilmiştir.

Ebubekir ŞAHİN
Üst Kurul Başkanı

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI

Bu tez çalışmasında;

Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,

Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,

Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,

Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,

Sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim..…../…../20…..

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının fikir aşamasında ve oluşum sürecinde kıymetli tavsiyeleri ve tecrübeleriyle bana yol gösteren değerli tez danışmanım Faruk ASİL'e,

Kıymetli dostluklarına sahip olduğum için şanslı olduğumu düşündüğüm tüm arkadaşlarıma,

Hayatım boyunca ilgi ve desteklerini her zaman yanımda hissettiğim sevgili aileme sonsuz teşekkürlerimle…

Ankara, 2023

Fatih Berker ÖZDAĞ

ÖZET

GÜNEY KORE YAPIMLARINDAN UYARLANAN TÜRK TELEVİZYON DİZİLERİNİN KÜLTÜREL BAĞLAMDA KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: MUCİZE DOKTOR ÖRNEĞİ

ÖZDAĞ, Fatih Berker

Uzmanlık Tezi

Tez Danışmanı: Üst Kurul Uzmanı Faruk ASİL

Temmuz, 2023, 128

Kültür, yüzyıllar içerisinde bir ülkede, bölgede veya sosyal bir grup içinde üretilen değerler bütünü olarak hayat bulmakta ve bu bütün dünya üzerinde farklı bölgelerle de paylaşılabilmektedir. Küreselleşmenin günümüz dünyasında etkisinin giderek artmasıyla kültür kavramının daha mikro bir boyutu olan popüler kültür terimi ortaya çıkmış teknolojinin gelişimiyle de küresel düzeyde dolaşmaya başlamıştır. Özellikle son yıllarda büyük bir ivme yakalayan Güney Kore popüler kültürü de ürettiği içeriklerle bu dolaşımın bir parçası olmuş tüm dünyada bir odak noktası haline gelmiş ve oluşturduğu bu yüksek ilgi düzeyiyle literatürde kendine has bir nitelik kazanarak tüm dünyada Hallyu (Kore Dalgası) olarak anılmaya başlamıştır. Güney Kore popüler kültürü, kendi bölgesinde yüksek bir ilgi düzeyi oluşturmayı başardıktan sonra, sistemli politikaları, cezbedici yönleri ve devlet desteğini de arkasında bulmasının etkisiyle küresel düzlemde de yayılmaya başlamıştır. Güney Kore popüler kültürünün etki alanının artmasıyla yayılma fırsatı bulan ve drama olarak da anılan Güney Kore dizileri dünyanın çeşitli ülkelerine ihraç edilmekte, bu ülkelerde yayınlanmakta ve sıklıkla da uyarlama senaryolarla çekilerek yeniden üretilmektedir.

Bu çalışmada ülkemizde orijinali Güney Kore yapımı olan “Good Doctor” isimli diziden uyarlanarak ekranlara getirilen “Mucize Doktor” isimli dizinin hangi tarzda yerel nitelikler eşliğinde kurgulanarak yeniden üretildiği sorgulanmakta ve kültürel bağlam dikkate alınarak iki dizi arasındaki benzerlik ve farklılıkların analiz edilmesi hedeflenmektedir. Dünyanın çeşitli bölgelerinde olduğu gibi ülkemizde de Güney Kore yapımlarına yoğun bir ilginin olduğu görülmektedir ve bu ilgi Güney Kore yapımlarının uyarlamalarının ülkemizde sıklıkla ekrana getirilmesiyle kendini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Hallyu, Popüler Kültür, Küreselleşme, Güney Kore Popüler Kültürü

ABSTRACT

COMPARATIVE ANALYSIS OF TURKISH TELEVISION SERIES ADAPTED FROM SOUTH KOREAN PRODUCTIONS IN A CULTURAL CONTEXT: THE CASE OF THE MIRACLE DOCTOR

ÖZDAĞ, Fatih Berker

Specialization Thesis

Thesis Advisor: Council Expert Faruk ASİL

July, 2023, 128

Culture, comes to life as a set of values produced in a country, region or social group over centuries, and this can be shared with different regions all over the world. With the increasing effect of globalization in today's world, the term popular culture, which is a more micro dimension of the concept of culture, has emerged and has started to circulate at the global level with the development of technology. The popular culture of South Korea, which has gained momentum especially in recent years, has also become a part of this circulation, has become a focal point all over the world with the content it produces, and with this high level of interest it has created, it has gained a unique quality in the literature and started to be known as Hallyu (Korean Wave) all over the world. After the South Korean popular culture managed to create a high level of interest in its own region, it began to spread globally with the effect of systematic policies, attractive aspects and state support. South Korean TV series, also known as dramas, which have the opportunity to spread with the increase in the influence of South Korean popular culture, are exported to various countries of the world, broadcast in these countries and often reproduced by adapting scenarios.

In this study, it is questioned in which style the TV series "Miracle Doctor", which was adapted from the TV series "Good Doctor", originally produced in South Korea, was produced and reproduced with local qualities, and it is aimed to analyze the similarities and differences between the two series, taking into account the cultural context. It is seen that there is an intense interest in South Korean productions in our country, as in various parts of the world, and this interest shows itself as the adaptations of South Korean productions are frequently filmed in our country.

Key Words: Hallyu, Popular Culture, Globalization, South Korean Popular Culture

İÇİNDEKİLER

ETİK İLKELERE UYGUNLUK BEYANI iii
TEŞEKKÜR iv
ÖZET v
ABSTRACT vi
İÇİNDEKİLER vii
TABLOLAR DİZİNİ x
ŞEKİLLER DİZİNİ xi
KISALTMALAR xii
BİRİNCİ BÖLÜM 1
GİRİŞ 1
Problem 2
Amaç 2
Önem 3
Sınırlılıklar 3
Veri Toplama Yöntemi ve Analiz 4
İKİNCİ BÖLÜM
KÜLTÜR VE KÜRESELLEŞMEYE İLİŞKİN KAVRAMLARA GENEL BAKIŞ 5
2.1. Kültür 5
2.1.1. Popüler Kültür 10
2.1.2. Kitle Kültürü ve Kitle Toplumu 14
2.1.3. Kültür Değişmesi 17
2.1.4. Kültürel Yakınlık 18
2.1.5. Hayran Kültürü (Fan Olmak) 20
2.1.6. Yumuşak Güç (Soft Power) Unsuru Olarak Kültür 23
2.2. Küreselleşme 25
2.2.1. Kültürel Küreselleşme 28
2.3. Kültür Endüstrisi 31
2.4. Kültür Emperyalizmi 33
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
GÜNEY KORE POPÜLER KÜLTÜRÜ (HALLYU) VE KÜRESEL KÜLTÜREL DİPLOMASİ 35
3.1. Güney Kore Popüler Kültürünün Ortaya Çıkışı 35

3.1.1. K-Drama 40
3.1.2. K-Pop 44
3.1.3. K-Film 48
3.2. Güney Kore Popüler Kültürünün Küresel Ölçekte Yayılımına Yol Açan Faktörler 51
3.3. Hallyu Dizilerinin Prodüksiyonel ve Anlatısal Yapısı 55
3.4. Hallyu Dizilerinin Türkiye'de yaygınlaşması ve Uyarlama Yapımlar 60
3.5. Güney Kore Kültürü 70
3.5.1. Güney Kore ve Türkiye İlişkilerinin Tarihsel ve Kültürel Arka Planı 72
3.6. Kültürel Diplomasi ve Yumuşak Güç (Soft Power) Unsuru Olarak Hallyu 74
3.6.1. Kore Kültür Merkezleri 77
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
MUCİZE DOKTOR VE GOOD DOCTOR İSİMLİ DİZİLERİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ 80
4.1. Mucize Doktor Dizi Künyesi 81
4.2. Mucize Doktor Dizisinin Konusu 82
4.3. Good Doctor ve Mucize Doktor Dizilerinin Karakterlerine Genel Bakış 84
4.3.1. Ali Vefa / Park Si On 84
4.3.2. Adil Hoca / Choi Woo Seok 85
4.3.3. Nazlı / Cha Yoon Seo 86
4.3.4. Ferman / Kim Do Han 87
4.3.5. Beliz / Yoo Chae Kyung 88
4.3.6. Tanju / Kang Hyeon Tae 88
4.3.7. Kıvılcım / Lee Yoo Won 89
4.3.8. Demir / Han jin Wook 89
4.3.9. Güneş / Jo Jung Mi 90
4.3.10. Başhemşire Selvi / Nam Joo Yeon 91
4.4. Orijinal Yapımda Olmayıp Uyarlama Yapımda Yer Alan Ek Karakterler 91
4.4.1. Damla 91
4.4.2. Doruk 92
4.4.3. Ezo 92
4.4.4. Vuslat 92
4.4.5. Ferda 93
4.4.6. Muhsin Korunmaz 93

4.4.7. Açelya 94
4.4.8. Gülin 94
4.5. Dizilerin Toplumsal ve Kültürel Normlar Açısından Değerlendirilmesi 95
4.5.1. Ali Vefa / Park Si On'a Toplumun Bakış Açısı 95
4.5.2. Ali Vefa / Park Si On ve Nazlı / Cha Yoon Seo'nun Tanışmaları 96
4.5.3. Ali Vefa / Park Si On ve Ferman / Kim Do Han Arasındaki İlişki 97
4.5.4. Ali Vefa / Park Si On ile Babasının Karşılaşması ve Annesiyle İlişkileri 97
4.5.5. Doruk'un Askerliği 99
4.5.6. Nazlı ve Ali Vefa'nın Evliliği 99
4.5.7. Alkol Kullanımının Sunumu 100
4.5.8. Cinselliğin Sunumu 100
4.5.9. Şiddetin Sunumu 101
4.5.10. Kadın ve Erkek Temsilleri 102
4.5.11. Dizinin Günlük Hayatta Yeniden Üretimi: Koronavirüs Öncelikli Yayınları Örneği 103
4.6. Dizilerin K-Dramalarda Hakim Olan Temalar Ekseninde İncelenmesi 104
4.6.1. Hataları Affederek Uzlaşma ve İyiliğin Ödüllendirilip Kötülüğün Cezalandırılması Teması 104
4.6.2. Umut ve Mutlu Son Teması 106
4.6.3. Etik Değerlere Bağlılık, Hiyerarşi ve Saygı Teması 107
4.6.4. Aile Bağlarının Önemi, Kardeşlik ve Dostluk Teması 107
BEŞİNCİ BÖLÜM
SONUÇ VE ÖNERİLER 109
Sonuç 109
Öneriler 117
KAYNAKÇA 120
ÖZGEÇMİŞ 128

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo **Sayfa**

Tablo 1 Türkiye'de Ulusal Kanallarda Yayınlanmış Kore Dizileri 61
Tablo 2 2012-2019 Yılları Arası Türk Televizyonlarında Yayınlanan Kore Dizilerinin Uyarlamaları 66
Tablo 3 Avrupa'da Hallyu İçeriklerinin Popülarite Endeksi 69

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil **Sayfa**

Şekil 1 Good Doctor ve Mucize Doktor Dizilerinin Afişleri 82
Şekil 2 Mucize Doktor Başrolünün Kullanıldığı Covid 19 Öncelikli Yayınları 103

KISALTMALAR

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
APAN	Asya Pasifik Oyuncuları Ödülleri (Asia Pacific Actors Network)
AR-GE	Araştırma Geliştirme Faaliyetleri
Bkz.	Bakınız
BM	Birleşmiş Milletler
KBS	Korean Broadcasting System
KOCCA	Kore Yaratıcı İçerik Ajansı (Korea Creative Content Agency)
KOCIS	Kore Kültür ve Bilgi Servisi
KOFIC	Kore Film konseyi (Korean Film Council)
KOFICE	Kore Uluslararası Kültürel Değişim Vakfı
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SBS	Seoul Broadcasting System
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
TİAK	Televizyon İzleme Araştırmaları Anonim Şirketi
TRT	Türkiye Radyo Televizyon kurumu
TV	Televizyon
Vs.	Vesaire

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Kültür kavramı; insanlığın ilk zamanlarından beri var olan, insanlığın sosyal yaşamındaki kuralları ve insan ilişkilerinde geçerli olan normları belirleyen en önemli kavramlardan biridir. Kültür aynı zamanda belli bir bölgede ortaya çıkıp başka bölgelere de yayılma özelliğine sahiptir. Özellikle günümüzde iletişim teknolojilerinin varlığı küreselleşme sürecini daha aktif hale getirmiş ve dünyanın belirli coğrafyalarındaki kültürel yapılar dünyanın diğer bölgelerine nüfuz etme olanağı bulmuştur. Bu sayede kültürün daha spesifik bir boyutu olan popüler kültür kavramı ortaya çıkmış ve belli bir bölgede var olan kültürler başka coğrafyalarda da tanınır ve bilinir hale gelmiştir. Güney Kore'nin kültürel yapısının izlerini taşıyan ve dünya genelinde Güney Kore popüler kültürü olarak adlandırılan Hallyu da başlangıçta kendi bölgesi olan Asya'da bilinir olsa da zamanla dizileri, filmleri, pop müziği, moda ve gastronomi ürünleri gibi kültür taşıyıcıları, sistemli devlet politikaları ve medya endüstrisinin desteği sayesinde dünyanın diğer bölgelerine yayılmıştır. Hallyu, dünya üzerinde özellikle dizileri, filmleri ve pop müziği sayesinde popüler hale gelmiş, bu ürünler Güney Kore kültürünü yansıtmaları sayesinde Güney Kore için bir kültürel diplomasi aracı olmuş ve küresel çapta Güney Kore'nin tanınırlığını ve bilinirliğini artırmıştır. Güney Kore kültürüne olan bu yoğun ilgi ülke imajına da olumlu bir şekilde yansımış ve Güney Kore, küresel düzlemde medya endüstrisinin yükselen değerlerinden biri haline gelmiştir. Hallyu'nun dünya üzerinde hayran kitleleri oluşmuş, dizileri ve filmleri tüm dünyaya olduğu gibi ülkemize de ihraç edilmiş ve Güney Kore popüler kültürüne olan ilgi ülkemizde dizilerinin uyarlamaları şeklinde kendini göstermiştir.

Bu bağlamda çalışmanın birinci bölümünde teze ilişkin problem ortaya konmuş, tezin amacı, önemi, sınırlılıkları, veri toplama ve analiz yöntemi ile ilgili bilgi verilmiştir

İkinci bölümde dünyada son yıllarda oldukça popüler hale gelen ve ciddi bir hayran kitlesi edinen Güney Kore popüler kültürünü açıklayabilmek için öncelikle kültür ve kültüre ilişkin alt kavramlar hakkında bilgi verilmiş, Türkiye ve Güney Kore toplumları arasındaki kültürel yakınlık irdelenmiş, bu kavramın belirli bir kültürün benimsenmesi noktasında önemi ortaya konmuştur.

Üçüncü bölümde Güney Kore popüler kültürü (Hallyu)'nün ortaya çıkışı ve bu kültürün küresel düzlemdeki etkileri incelenmiş, Güney Kore popüler kültür ürünleri (k-drama, k-film, k-pop) hakkında bilgiler verilmiştir. Güney Kore dizilerinin karakteristik yapısı ortaya konmuş, dünyada bir kültürel diplomasi ve yumuşak güç unsuru olarak Hallyu'nun etkisi belirtilmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise Mucize Doktor ve Good Doctor isimli dizilerin içerik ve kültürel ögeler yönünden karşılaştırmalı analizi yapılmış, orijinal ve uyarlama diziler arasında kültürel farklar ve benzerlikler hakkında farkındalık oluşturmak amaçlanmış, analizi yapılan diziler farklı başlıklar altında toplumsal ve kültürel normlar açısından karşılaştırılmalı olarak değerlendirilmiştir. Güney Kore dizilerinin tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de etkili bir popüler kültür aracı olması ve bu dizilerin uyarlamalarının ülkemizde son yıllarda artış göstermesi bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Problem

Güney Kore popüler kültürünün ve bu popüler kültüre ait bir içerik olan ve K-drama olarak bilinen dizilerin dünyada büyük bir yayılma alanı bulması dünya çapında ve ülkemizde Güney Kore kültürel içeriklerine olan ilgiyi ortaya koyar niteliktedir. Güney Kore dizileri ülkemizde hem orijinal versiyonlarıyla hem de uyarlama versiyonlarıyla izlenerek büyük bir takipçi kitlesine sahip olmuştur. Bu yönüyle Güney Kore popüler kültürüne ait içerikler araştırılmaya değer bir alan olarak görülmektedir. Bu çalışmada da bir Güney Kore yapımı olan Good Doctor isimli orijinal dizi ülkemizde Mucize Doktor adıyla uyarlaması yapılan diziyle karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve iki dizi arasındaki kültürel benzerlik ve farklılıklar ortaya konulmaya çalışmıştır. Güney Kore popüler kültürü dünyada ve ülkemizde nispeten yeni bir alan olduğundan ve bu alandaki çalışmaların artmasına katkı sunması açısından bu çalışmanın yapılması uygun görülmüştür.

Amaç

Günümüzde "Küreselleşme" kavramı ile ifade edilen toplumlar arası ilişkilerin etkileri, kültürel üretimler alanında da giderek artmaktadır. Bir ülkede yayınlanan ve popüler olan diziler uyarlama senaryolarla başka ülkelerin televizyon kanallarında da yayınlanabilmektedir. Özellikle son yıllarda dünyada ve ülkemizde etkisi giderek artan

Güney Kore dizileri başlı başına bir popüler kültür ürünü haline gelmekte ve son derece ilgi görmektedir. Bu çalışmada da bu dizilerin uyarlanma süreci orijinali Güney Kore yapımı olan "Good Doctor" isimli dizi ile ülkemizde bu dizinin uyarlaması olarak yayınlanan "Mucize Doktor" isimli diziler ekseninde ele alınmış, farklı bir kültür tarafından üretilen bir içeriğin yerel şartlara ne şekilde uyum sağladığı sorusu, uyarlama ve orijinal dizilerin izlenip söz konusu dizilerin üretim süreçlerinde kültürel unsurların ne şekilde kullanıldığı hususu dikkate alınarak bu yapımların karşılıklı olarak analiz edilmesiyle cevaplanmaya çalışılmıştır.

Önem

Uyarlama senaryolar dünya genelinde sıklıkla uygulanmakta, yerel nitelikler atfedilerek o toplumunun kültürel özelliklerine göre tekrar üretilmektedir. Bu çerçevede düşünüldüğünde orijinal dizilerin başka kültürlere uyarlanarak yeniden üretilmesi bir anlamda kültürlerarası bir köprü vazifesi görmektedir. Ülkemizde Güney Kore dizilerinin birçok uyarlaması bulunduğu dikkate alındığında bu dizilere belirli bir ilgi olduğu açıkça görülebilmektedir. Çalışmamızda, ülkemizde "Mucize Doktor" adı ile yayınlanan uyarlama yapım ve Güney Kore üretimi olan "Good Doctor" isimli orijinal yapım kültürel faktörler dikkate alınarak izlenip analiz edileceğinden uyarlama bir dizinin adaptasyon süreci açıkça görülebilecek, uyarlama senaryoların yerel şartlara ne şekilde uyum sağladığının tespit edilmesi suretiyle gelecek çalışmalara da ışık tutabilecek ve literatüre katkı sunacaktır. Uyarlama dizilerde kültürün önemi ve kültür etkisi sonucu senaryolarda ortaya çıkan farklılıklar ve benzerliklerin kültürler arası etkileşimi şekillendirmesi, toplumlarda kültürel dönüşüm ve değişime yol açması çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Sınırlılıklar

Mucize Doktor isimli dizinin ülkemizde ulusal kanallarda Güney Kore uyarlamalarının yoğun olarak yapıldığı 2012-2019 yılları arasındaki birçok Güney Kore uyarlaması içinden TİAK verilerine göre en çok izlenen yapım olması (Akyol vd., 2020, s.354), dizinin özellikle 03.10.2019 tarihinde yayınlanan bölümünün TİAK verilerine göre

20+ ABC1[1] hedef kitlede ve prime time'da %42.88 izlenme payı ile ulusal kanallarda yayınlanan dizi bazında tüm yapımlar arasından en çok izlenen yapım olması (Fox, 2019), ayrıca dizinin final yaptığı 2021 yılına kadar diziler arasında yüksek izlenme oranlarını devam ettirmesi nedeniyle çalışmamızda Mucize Doktor isimli uyarlama dizi ile orijinal versiyonu olan Good Doctor isimli dizi karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve çalışma bu diziler ile sınırlandırılmıştır.

Veri Toplama Yöntemi ve Analiz

Çalışmada, Mucize Doktor isimli dizinin orijinalinin Güney Kore yapımı olması ve diziler karşılıklı olarak analiz edilirken kültürel bağlam dikkate alındığından öncelikli olarak kültür ve kültüre ilişkin genel ve özel kavramlara, daha sonra da Güney Kore popüler kültürü ve bu popüler kültürün ortaya çıkardığı kavramlara yönelik olarak bir literatür taraması yapılmış akabinde uyarlama yapım olan "Mucize Doktor" ve orijinal yapım olan "Good Doctor" isimli diziler nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi yöntemi kullanılarak tüm bölümlerinin incelenmesiyle analiz edilmiştir. Stone'a göre içerik analizi: "Metin içinde tanımlanan belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma tekniğidir" (Koçak & Özgür, 2006, s.22). Dizilerin analizlerini yapabilmek için öncelikle dizi künyeleri hakkında bilgi verilmiş, dizi karakterleri, dizilerin olay örgüsü ve anlatısal yapıları incelenerek diziler arasındaki kültürel bağlam ortaya konulmaya çalışılmıştır. Diğer yandan diziler toplumsal, kültürel normlar ve K-dramalarda hakim olan temalar ekseninde ele alınmıştır. Çalışmayı gerçekleştirebilmek için orijinal yapım olan "Good Doctor" isimli dizi Netflix isimli dijital platformdan Türkçe altyazılar eşliğinde takip edilmiştir. Uyarlama yapım olan "Mucize Doktor" isimli dizi ise yayınlandığı kanal olan Fox TV'nin resmi YouTube kanalından izlenmiştir.

[1] 20+ ABC1: 20 yaş ve üzeri lise, yüksekokul, lisans ve yüksek lisans mezunu olan; memur, esnaf, teknik personel, nitelikli işçi veya avukat, doktor, mühendis gibi nitelikli uzman mesleki gruplara dahil olan bireylerin oluşturduğu sosyo-ekonomik statüleri temsil eden evren (Türkiye Araştırmacılar Derneği, 2023, https://tuad.org.tr/upload/dosyalar/SES_Projesi.pdf, Erişim Tarihi: 20.01.2023).

İKİNCİ BÖLÜM

KÜLTÜR VE KÜRESELLEŞMEYE İLİŞKİN KAVRAMLARA GENEL BAKIŞ

2.1. Kültür

Kültür, Türk Dil Kurumuna göre altı farklı tanıma sahiptir. Köken olarak Fransızca olduğu belirtilen kültür kavramı; öncelikle "tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin." şeklinde tanımlanmıştır. Türk Dil Kurumu tarafından yapılan; "bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü", "muhakeme, zevk ve eleştirme yeteneklerinin öğrenim ve yaşantılar yoluyla geliştirilmiş olan biçimi", "bireyin kazandığı bilgi", "tarım" ve "uygun biyolojik şartlarda bir mikrop türünü üretme" tanımları ise kültürü ifade eden diğer tanımlardır (Türk Dil Kurumu Sözlüğü, 2022). Oxford Learners Dictionaries'in tanımına göre ise kültür; belirli bir ülkenin veya grubun gelenekleri ve inançları, sanatı, yaşam tarzı ve sosyal organizasyonu anlamına gelmektedir (Oxford Learners Dictionaries, 2022).

Kültür kelimesinin kökü, Latincede tapınmak, tarımda gelişim, korunmak, ikamet etmek gibi birden fazla anlam ifade eden "colere"dir. Latince colonus'tan gelen "ikamet etme" anlamı günümüzde ise "kolonyalizm" şekline dönüşmüştür (Eagleton, 2005, s.10). Oğuz'un, Mejuyev'den aktardığına göre; Dilbilimciler kültür sözcüğünün Latincede ekseriyetle "toprak kültürü" anlamında kullanılan edera-cultura kelimesinden türediğini ifade etmektedir (Oğuz, 2011, s.1). Colere fiilinden türetilen cultura terimi, ilk defa tarımsal faaliyetleri ifade etmekte kullanılmıştır. Romalılar cultura terimini, doğada kendiliğinden yetişen bitkilerden ayırt edebilmek için, insan gücüyle toprağı ekip biçerek yetiştirilen bitkileri isimlendirmede kullanmışlardır. Yine Romalılar, "tarım" kelimesinin ikamesi olarak, "toprağı işlemek" anlamına gelen agri-cultura kelimesini türetmişlerdir. Kültürün bu anlamı günümüze de ulaşmıştır. Bugün biraz farklılaşan bir anlama sahip olsa da tarla, sera ve laboratuvar şartlarında yetiştirilen bitkiler "kültür bitkisi" olarak adlandırılmaktadır. Kültürü, ilk kez insanla ilişkilendirerek, insanın yetiştirilmesi, işlenmesi, eğitilmesi anlamında kullananlar da yine iki Romalı, filozof Cicero ve şair Horatius olmuştur. Cicero,

“cultura animi” terimini kullanarak kültüre insan nefsinin (Grekçe pneuma, Latince anima, Türkçe can) eğitilmesi anlamını atfetmiştir (Özlem, 2012, s.158). Tylor ise, kültürü medeniyet kavramıyla eşdeğer görmüş ve en geniş etnografik bağlamda bakıldığında; İnsanın toplumun bir üyesi olarak alımladığı bilgi, inanç, sanat, töre, yasa, görenek ve diğer tüm kabiliyet ve yatkınlıkların meydana getirdiği kompleks bir bütün olarak tanımlamıştır. İnsanoğlunun inşa ettiği toplumlarda kültür; şimdiye dek genel hatlarıyla anlaşılabildiği kadarıyla insanın düşüncelerinin ve fiiliyatının işleyişini konu alma çabası içerisindedir (Tylor, 2016, s.91). Çeçen’e göre, kültür kavramına her disiplin kendi alanına göre farklı açılardan yaklaşmıştır. Kültür; belirli bir kalıp içine yerleştirilemeyecek kadar büyük sınırlara sahip bir kavramı ifade etmektedir. Bu nedenle kültür üzerine ortak bir tanım belirleyebilmek son derece zordur. Yine de insanlığın oluşturduğu bütün değerler ve çıktıların kültürü meydana getirdiği ekseriyetle kabul edilmektedir (Çeçen, 1996, s.12). Bilgiseven’de kültür, toplumumuzun bize sağladığı sosyal miras anlamına gelmektedir. Geçmiş nesillerden bize ulaşan ve bizim katkılarımızla zenginleşen sosyal nitelikli tüm maddi ve manevi çevre bileşenleri kültürü oluşturur. Bundan ötürü kültür maddi ve manevi olmak üzere iki düzlemde incelenmelidir. Maddi kültürün milletler arasında karşılıklı olarak tüketilmesinde hiçbir beis olmamakla beraber maddi kültür bileşenlerinin birçoğu organizasyonun en iyi hale gelmesine ve işlevlerde uzmanlaşmaya imkân verebilir. Diğer kültürlerin uygun maddi araç ve kolaylıklarına bütünüyle uzak kalan uluslar ise kendileri kültürel olarak geri kalma tehlikesiyle karşı karşıya kalabilir (Bilgiseven, 1991, s.7). Literatürde kültür tanımlanırken maddi ve manevi olmak üzere genellikle iki boyutta tanımlanmaktadır. Maddi kültür insanın temas ettiği elle tutulabilen her türlü materyali kapsamaktadır. Yaşamın tüm alanlarında kullanılan, insanın var ettiği her türlü fiziksel araç gereç maddi kültür kapsamında değerlendirilebilir. Manevi kültür ise maddi kültürün dışında var olan, beş duyu organıyla hissedilemeyen, nesilden nesile aktarılan değerler, inançlar, düşünceler sistemini içine alan yazılı veya yazısız kurallar bütünü olarak anlam bulmaktadır. Gelenekler, görenekler, adetler, yasaklar yazılı olmayan; kanunlar, yönetmelikler gibi toplumsal hayatı düzenleyen hukuki kavramlar ise yazılı kurallar olarak kabul görmektedir (Dikeçligil, 1994, s. 137-138).

Özbek’e göre ise “Kültür bir toplumun tarihsel zenginliğidir. İnsan açısından, içinde yaşadığı dünyada sadece karnını doyurmak yeterli değildir; o, aynı zamanda resim, müzik, felsefe ve din gibi çeşitli ilgi alanlarına da gereksinme duyar. Bu temel kültürel değerlerden yoksun tutulan toplum, topraktan köküyle sökülüp çıkarılmış bir bitki gibi kendini boşlukta hisseder, beslenemez ve yok olur” (Özbek, 2000, s.16).

Latouche'a göre kültür, bireyin ve toplumların iç dünyalarını ve fiziksel deneyimlerini anlamlandırmalarına yardımcı olan değerler, tasarımlar, semboller ve simgeler bütünü olarak görülmekte ve kültürler somut simgelerden, sembollerden ve deneyimlerden meydana gelmektedir. Kabul edilme durumuna göre kültürler, zamanla tüm topluma yayılmak suretiyle toplumların ve grupların davranışlarını, inançlarını, tutumlarını ve değerlerini inşa etme görevini de üstlenmektedir. (aktaran Aktan ve Tutar, 2007, s.2). Malinowski "Bilimsel Bir Kültür Teorisi" adıyla Türkçeye çevrilen eserinde kültürle ilgili olarak "Kültür, özünde araç olan bir aygıttır. İnsan çevresinde ve ihtiyaçlarının giderilmesi sürecinde karşılaştığı özel, somut problemleri onun sayesinde daha iyi çözme durumunda olur." diyerek insanın yaşam serüveninde karşılaşabileceği ve çözmesi gereken sorunları kültür faktörünün yardımıyla daha kolay çözümleyebileceğini belirtir. Bununla beraber insanın ihtiyaçlarını giderebilmesini sağlaması suretiyle kültürün bir araç olduğunun vurgulanması onun insan yaşamındaki işlevsel yönüyle alakalıdır. "Kültür bir nesneler, eylemler ve zihniyetler sistemidir. Bu sistem içerisinde her parça bir amaca hizmet eden bir araç olarak bulunur." Bu savı anlamlandırmak gerekirse kültür; düşünceler, düşüncelerin hayata geçmiş hali olan eylemler ve nesnelerden oluşan bir sistemdir. Düşünceler ve düşüncelerin yol açtığı davranışların bir araya gelmesi yoluyla "kültür" var olur (Malinowski, 1992).

Aktan ve Tutar bilim disiplinleri içinde kültürün, en kapsamlı anlamına sosyolojik boyutta ulaştığını ve buradaki tanımıyla kültürün, "bir yaşam biçimi" olduğunu savunurlar. Sosyolojik bağlamda kültür, bir toplumun kendini kural ve normlarla ortaya koyma biçimidir. Bu anlamda kültür, toplumların gündelik tecrübelerini sergilerkenki tutumları ve davranışlarının, kısaca eylemlerinin bir toplamı anlamına gelmektedir. Kültür bu yönüyle toplumların ve o topluma ait bireylerin yedikleri, içtikleri, yazdıkları, okudukları, sevindikleri, sevdikleri, öfke ve hasret duydukları tüm bileşenlerin toplamıdır (Aktan ve Tutar, 2007). Sosyal bilimlerde kültür, insan toplumunda biyolojik yolla değil, toplumsal vasıtalarla aktarılıp iletilen her şeyi ifade etmektedir. Bazı hayvan bilimciler ilkel davranış kalıplarına sahip olan hayvanların dahi kültürel özellikler gösterdiklerini ifade etseler de kültür insana ve insanlığa ait olan, simgesel ve öğrenilmiş değerler bütününü temsil eden bir terimdir (Marshall, 1999, s.442). Kültür öğrenilmiş ve sosyal olarak miras kalan davranış biçimidir. Tümüyle öğrenilmiş ve sosyal olarak aktarılmış davranışsal kalıplardır. Kültür ait olduğu toplumun sahip olduğu kurallar, gelenekler, geçmişten süregelen adetler, kendilerine mal olmuş değerler ve alışkanlıklardır. Bireylerin birbirleriyle doğru etkileşimde

bulunabilmeleri için önemli olarak değerlendirdikleri her şeydir. Kültür bir yandan birey için anlam ifade eden ve kıymetli olan nesnelerdir (Erdoğan ve Alemdar, 2005, s.22).

Ziya Gökalp, kültürü "hars" kavramıyla ilişkilendirmiştir. Ona göre hars ve uygarlık arasında ortak noktalar olduğu gibi ayrılan noktalar da vardır. Fakat ikisi de sosyal hayatın kapsadığı alandan ayrı düşünülemez. Sosyal hayat ile belirtilmek istenen; dini, ahlaki, hukuki, akli, sanatsal, dilsel, iktisadi ve fenni olmak üzere sekiz hayatın birleşiminden oluşan alandır. Bu sekiz türlü yaşayışın birleşimine hars denildiği gibi uygarlık da denilebilir. Hars ile uygarlık arasındaki ortak yön bundan ibarettir. Hars ulusal bir anlam ifade ederken, uygarlık (medeniyet) uluslararasıdır yani evrenseldir. Hars tek bir ulusun yukarıda ifade edilen sekiz tür yaşantı biçiminin toplamı iken, uygarlık (medeniyet) aynı medeniyet çemberine dâhil olan birden çok milletin sosyal yaşamının birleşimidir. Gökalp bu savını şu şekilde örneklendirmektedir: Avrupa ve Amerika gibi milletler ortak bir Batı medeniyeti kavramı içine dâhildir. Bu batı medeniyetini ise birbirinden bağımsız harslara sahip olsalar da İngiliz, Fransız ve Amerikan milletleri oluşturmaktadır (Gökalp, 2019, s. 26-27).

Güngör'e göre, kültür ve medeniyet bir araya gelerek bir bütün oluşturur. Bu bütüne ait parçalar ise başka bir bütünün bünyesine dâhil olduğu taktirde önceki halinden farklı bir anlam ifade eder. Güngör, bir milletin kültürünün başka milletler tarafından benimsenmesi tezini savunurken modern teknoloji üzerinden örnekleme yapmaktadır. Avrupa veya Amerika tarafından üretilen teknolojik bir metanın bu ülkeler dışında başka bir kültüre ait bölgeye ulaşması durumunda aynı kalmayacağını ve kalamayacağını ifade etmektedir. Burada asimilasyon denilen kavramla karşılaşırız. Yani herhangi bir parça bir bütüne eklemlendiği zaman bütün tarafından absorbe edilmiş olur. Bu bağlamda herhangi bir ulusun kültürüne ait özelliklerin başka bir ulus tarafından bütünüyle benimsenmesi olasılık dâhilinde değildir (Güngör, 1995, s.17-18).

Karakoç kültürü açıklarken kültürün medeniyeti değil, medeniyetin kültürü ihtiva ettiğini ifade etmiştir. Ona göre kültür, medeniyet potasında eriyen bir değerdir. Bir medeniyet varsa o medeniyetin var ettiği bir de kültür vardır. Karakoç bu noktada ulusların bir araya gelerek oluşturduğu ortak bir medeniyet fikrini reddederek Ziya Gökalp çizgisinden ayrılır. Farklı kültürler bir araya gelerek ortak bir medeniyet oluşturmaz. Bir medeniyet var olmuşsa bir de o medeniyete ait olan bir kültürel değerler sistemi var olmuştur. Medeniyet fikrini sadece farklı ulusların bir araya gelerek oluşturduğu bir yapı olarak kabul etmek, medeniyetin anlamını ve kapsamını zedeleyerek içinin boşalmasına sebebiyet verir (Karakoç, 2012, s. 9-10).

Kottak'a göre insanlığın kendine has bir özelliği olan kültürü bütün insanlar içinde bulundukları toplumdan özümseyerek öğrenir. Ona göre kültür "kuşaktan kuşağa aktarılan, kurallı, paylaşılan, simge-temelli öğrenilmiş davranış ve inançları" kapsamaktadır. Her birey, içinde yaşadığı toplumun bir ferdi olduğundan kendi toplumuna ait kültürel özellikleri eğitimli veya eğitimsiz olması fark etmeksizin içselleştirir ve o toplumun kültürel değerlerine sahip olur (Kottak, 2002, s. 58-59).

Kültürel sistemin bireye öğrettiği değerler sadece süreklilik arz etmekle kalmaz aynı zamanda da topluma mal olur. Bu değerler birlikte yaşama bilincine erişmiş topluluklarda yaşayan insanlar tarafından üretilir ve topluluğun tümüne mal olurlar. Bir toplumda yaşayan bireyler tarafından ortaklaşa kullanılan davranışlar, tutumlar, değer ve alışkanlıklar o toplumun kültürünü inşa eder. Yani sosyal bir topluluğun birlikte ortaya koyduğu veya ortak kullandığı alışkanlıklar topluluğun büyüklük derecesi fark etmeksizin ki bu ister bütün bir ulus ister küçük bir köy olsun o topluluğun kültürünü veya alt kültürünü oluşturur (Güvenç, 1979, s.104).

Kültürün tanımları zaman geçtikçe antropoloji başta olmak üzere diğer sosyal bilimler dâhilinde tekrar ortaya konmuştur. İngilizce'de sosyal bilimciler tarafından tespit edilen 160 tanım belirtilmiştir. Bu tanımlar nitelikleri bakımından tasvirci, tarihsel, kuralcı, psikolojik, yapısal ve genetik olmak üzere 6 gruba ayrılmaktadır (Sosyal Bilimler Ansiklopedisi, 1990, s. 429-430):

1- Tasvirci tanımlama, fikir babası olan F. Boas, Tylor'un ortaya koyduğu kültür tanımını tekrar etmektedir: "Kültür bir toplumun sosyal alışkanlıklarının tüm göstergelerini, yaşadığı toplumun tüm alışkanlıklarından etkilenen kişinin tepkilerini ve bu alışkanlıkların belirlediği insan etkinliklerinin ürünlerini içerir." Bu gruptaki tanımlamaların öne çıkan özellikleri kültürün geniş sınırları olan bir bütün olması ve bu sınırların içeriğinin ayrıştırılmasıdır.

2- Kültürü tarihsel bağlamda ele alan bakış açısı, kültüre tek boyutlu bir tanım atfetmekten ziyade kültürü zamansal olarak ele almaktadır. Kültürün geçmişten gelen bir miras veya geçmişten bugüne süregelen gelenekler, görenekler, adetler vb. kapsamında ortaya çıkan yönü bu görüşün temel hareket noktasını oluşturur. En geniş anlamıyla kültür, insanlığın nesilden nesile aktarılan tüm sosyal mirası anlamına gelmekteyken daha mikro boyutta düşünüldüğünde ise daha küçük ve herhangi bir sosyal gruba ait olan bir kültür bu mirasın belirli bir tabakasını oluşturmaktadır.

3-Kuralcı yaklaşıma göre ise kültür belirli bir hayat tarzı, yaptırım gücüne sahip olan kurallar ve bu kuralların ortaya çıkardığı sonuçlar olarak anlamlandırılmaktadır.

4- Psikolojik yaklaşıma göre kültür ilk olarak ihtiyaçlara cevap verme, problemleri çözüme kavuşturma ve dış dünyaya uyum sağlamak ve diğer insanlarla çatışmaktan kaçınmak için edinilmesi gereken teknikler bütünü olarak isimlendirilmektedir. Kısacası kültür insanın toplumsal yaşayışıyla alakalı bir kavramdır. Gündelik yaşamda olaylara veya durumlara verilen tepkileri düzenleyen, istenmeyen davranışları bastırmaya yardımcı olan, bireyin toplum tarafından istenmeyen durumlara düşmesini engelleyen kurallar bütünüdür.

5- Yapısalcı anlayışa göre kültür belirli davranışları inceleyen, onlardan çıkarım yapan ancak kendisi bir davranış olmayan soyut ve kavramsal bir model olarak düşünülmektedir. Bu anlamıyla kültür, "bir grubun tüm veya belirli üyeleri tarafından paylaşılan gizli ya da örtük yaşam biçimlerinin sonucu olan bir sistem" olarak ele alınmaktadır. Bütün bunlara rağmen bazı antropologlar kültürün maddi davranış kalıplarından meydana geldiği tezini savunmaktadırlar.

6- Genetik bakış açısı kültürün ne şekilde ortaya çıktığı ve kültürü ortaya çıkaran etmenlerin neler olduğunu araştırmaktadır. Birçok İngiliz sosyal antropolog kültür yerine "sosyal yapı" kavramını kullanmaktadır. Bunun nedeni toplumu insanların bir araya gelerek oluşturduğu bir yapı olarak, kültürü ise bu yapının ürettiği bir değer olarak görmelerinden kaynaklıdır. Bu bağlamda kültür, topluma miras kalan, toplumun faydalandığı ve gelecek nesillere aktardığı maddi ve manevi değerlerin toplamı olarak ifade edilebilir.

2.1.1. Popüler Kültür

"Popüler" kelimesinin etimolojisi, "populace, popülasyon, public, publication, pub, people" gibi benzer köklere dayanır. Hatta eşanlam olarak common, demos, demokrasi gibi kelimelerle de bağdaştırılabilir. Latince ile Eski Yunanca ekseninde farklılaşan, İngilizce'de kullanılan bu kelimelerin tamamı halk, yaygınlık, ortaklaşacılık, kamu, demokrasi gibi Türkçe karşılıklara sahiptir (Batmaz, 2006, s.19).

Browne'a göre popüler kültür terimi ile genellikle, içinde yaşadığımız dünyanın tüm yönleri anlatılmak istenmektedir. Bu kavramla bizlere miras kalan, hayata geçirdiğimiz ve mirasçılarımıza devrettiğimiz yaşam stili; eylemlerimiz ve eylemlerimizin ötesinde olan iç dünyamız vurgulanmaktadır. Popüler kültür; kitle iletişim araçları, eğlenceler, oyunlar, kahramanlar, törenler, psikoloji, din, yani yaşamımızın tüm manzarası gibi çevremizdeki gündelik dünyamızı da içine almaktadır. Bütün bu değerlerin dağılımı, bilhassa on dokuzuncu yüzyılın ortalarından sonra genelde kitle iletişim araçları vasıtasıyla yapılmaktadır (aktaran Karakoç, 2014, s.248). Popülerin en bilinen anlamı "halka ait olan"

olmasına rağmen bugün bu kavram "birçok kişi tarafından sevilen veya seçilen" anlamında kabul görmektedir (Erdoğan, 2004, s.3). Popüler kültür günlük hayatta var olan baskın kültür olarak kabul edilmektedir. Popüler kültür, yöneten sınıfların kültürel değer ve gelenekleri, kendi baskın ideolojileri bağlamında yeniden biçimlendirerek üretip, tüketici konumundaki bireylere sundukları kültür olarak karşımıza çıkmaktadır. Popüler kültür gündelik hayatı yansıtan kültür demektir. Sınırlı bir perspektiften bakıldığında eğlence kavramında kendini bulur. Daha geniş anlamda bakıldığında ise belli bir hayat stilinin ideolojik bağlamda yeniden üretilmesinin başat unsurlarından biridir (Oktay, 2002, s.39).

Gronbeck'in John Fiske'den aktardığına göre popüler kültür: a) bir toplumun baskın inanç, tutum, mit ve ideolojileri ile direnen veya reformatif inançları vb. arasında bir mücadele alanıdır; b) simge üretici ve tüketicilerinin birbirleriyle karşı karşıya geldikleri arenadır ve c) verili bir bireyin mensup olduğu farklılaşmış alt kültürlerdir (cinsiyet, sınıf, dinsel kurumlar) (Mutlu, 2005, s.367).

Kültür, hazır olarak ulaşılması mümkün olmayan, daima bir süreç içerisinde ilerleyen sosyal bir olgudur. Benliğin bütün anlamları, sosyal ilişkiler, kültürel roller içinde önem arz eden tüm söylem ve metinler yalnızca sosyal olanla ilişki içerisinde var olabilir. Herhangi bir sosyal sistem kendisini yerinde tutmaya, etkisizleştirmeye veya az ya da çok değişime açık hale getirmeye hizmet eden kültürel bir anlamlar sistemine ihtiyaç duymaktadır. Kültür ve onu karşılayan diğer tanımlar toplumsal pratiklerin birbirini takip eden biçimleridir. Kültür, çeşitli sosyal güç formlarının dağıtımının merkezinde yer aldığından dolayı yapısı gereği politiktir. Popüler kültür, sosyal sistem tarafından ekseriyete tabi edilen insanların sosyal sistemin onları etkisizleştirmesiyle hem söylemsel hem de maddi kaynaklardan oluşan çeşitli varyasyonları tarafından var edilir. Bu nedenle popüler kültür özüyle çatışma ve çelişki halindedir. Televizyon, plaklar, giysiler, video oyunları, dil gibi kaynaklar ekonomik ve ideolojik olarak egemen olan gücün varlığına hizmet eder. İçlerinde bu güce hizmet eden argümanları barındırır. Ancak popüler kültürü yaratan güç kaynakları sosyal sistem açısından gereklidir ve bu kaynaklar aynı zamanda sosyal sistem içerisinde farklı statülerde yaşayan insanlar tarafından farklı şekilde algılanır ve kabul edilirler. Eğer kültürel metalar ve kimlikler (popüler kültürün çıktıları) insanların toplumsal ilişkileri ve kimlikleri hakkında kendi algılarını oluşturmalarını sağlayacak veriler içermiyorsa kabul görmeyecek ve popüler olamayacaklardır (Fiske, 1989, s.1-2).

Popüler kültür bir "çabuk kullanım ve hızlı tüketim" kültürüdür. Bu pratik popüler kültürün üretiminin ilk aşamasından son aşamasına kadar mevcuttur. Bu yolla kitlesel üretimin mevcudiyeti ve devamlılığı güvence altına alınır. Popüler kültür olarak var olmuş

bir olguyu tüketiciler bir nevi satın alır ve onu içselleştirerek kullanırlar. Örneğin; fast food tüketim alışkanlığının doğuşu ve dünyaya yayılması bir popüler kültür çıktısı olarak değerlendirilebilir. İnsan bu çıktıyı kullandıkça yayılmasına hizmet eder ve popülerleşme sürecinin tamamlanmasına sebep olur. Popüler ürünün popülerleşme sürecine dâhil olmayan modern insan ise sosyal sistem tarafından dışlanır. Popüler siyasal, ekonomik ve kültürel pazarda emeğiyle üretime ve dağıtıma dâhil olan ve payına düşenle yetinmek zorunda kalan insan, popüler olan metaya sahip olarak aynı zamanda daha değerli ve önemli olduğu bilincine de sahip olur. Popüler kültür, sosyal yapı eşliğinde kendini bu şekilde var etmektedir (Erdoğan, 2004, s.5).

Toplumsal yaşamdaki baş döndürücü değişim önünde olumsuz duygulara ve buhranlara kapılan modern insan, popüler kültür ve onun anlamsal alt yapısına ihtiyaç duymaktadır. Çünkü popüler kültür ve onun arka planı, üzerinde herhangi bir etkiye sahip olamadıkları gerçek dünya karşısında popüler kültürün tüketicisi konumunda olan ve bu kültüre bağımlı olan kesimin yaşadıkları realiteyi, kendi gündelik yaşamları bakımından anlamlandırmaları amacına hizmet etmektedir. Kapitalizmin finansal alt yapısıyla ilişkili olarak, kitlelere tüketimin bir zevk, mutluluk ve prestij unsuru olduğunun öğretilmesiyle modern toplumun imgelerini önemli hale getiren popüler kültüre ait kalıplar, meta fetişizminin de yayılmasına sebep olmuştur (Oskay, 1982, s.185). Popüler kültür kapitalizm sayesinde üretilenleri metalaştırmakta ve içerisinde bulunduğu sistemin toplumsal ve ekonomik ilişkilerine katkıda bulunmaktadır (Hatipler, 2017, s.42). Popüler kültür, kültürel ürünlerin teknoloji eliyle yaratımı ve küresel çapta var olan ve kapitalizmin ana unsurları olarak değerlendirilen üretim-tüketim ilişkileri, üretilen ürünlerin pazarlanması ve dağıtılması şeklinde ilerleyen süreçlere dayanan bir kültür çeşididir. Bu döngünün olmaması durumunda (seri üretim, kitle iletişim araçları vb.) popüler kültürün de var olmasından söz edilemez (Erdoğan & Alemdar, 2005, s.34).

Popüler kültüre elitist ve demokratik yaklaşım olmak üzere iki farklı noktadan bakmak gerekir. Elitist yaklaşıma göre popüler kültür, halkın aşağı kültürü anlamına gelir ve onu sınıfsal bir ayrışma vasıtası olarak tanımlar. Popüler kültüre atfolan bu yaklaşım elitler tarafından olumsuz bir farkı betimlemek veya Pierre Bourdieu'nun deyimiyle "sınırı belirtmek" için kullanılır. Demokratik yaklaşıma göre popüler kültür demokratik bir niteliğe sahiptir. Demokratik yaklaşım, popüler kültürün tüm bireylerin kullanımına ve tüketimine açık olması, toplumdaki her kesimin onda kendinden bir şeyler bulması veya bütün sosyal alanlara dönük içeriklere sahip olmasının, onun demokratik özelliğini ortaya koyduğunu

savunur. Popüler kültürün demokratik niteliği, onun endüstriyel bir niteliğe kavuşmasına yol açmaktadır (Şentürk, 2007, s.26-27).

Günümüzde popüler kültürün taşıyıcı kolonu medyanın bizzat kendisidir. Medya, popülerleşmesine yol açtığı kültürel ürünler vasıtasıyla insanların yaşamlarına dâhil olmuştur. İnsanlara belirli bir hayat biçimini kabul ettirme konusunda hatırı sayılır bir güce sahip olan medya, bunu kullandığı birtakım araçlarla ve oldukça profesyonel bir şekilde gerçekleştirir. Bu yönüyle insanların hayat tarzını belirleyebilmesinden mütevellit önemli bir güçtür. Medyanın ekseriyetle eğlendirici nitelikte ortaya koyduğu ürünleri geniş kitlelere sunmasıyla bu tarz bir popüler kültürü insanların hayatlarına kabul etmesi, popüler kültürün eksikliğinde yaşayamayacakları düşüncesinin oluşmasına neden olmaktadır. Bu kültür artık onlar için temel bir ihtiyaç haline gelmiştir. Medya da bu popüler kültür ihtiyacına olan talebi ürettiği içerikler vasıtasıyla (diziler, spor programları, reklamlar, paparazzi-televole türü programlar, talk-showlar, yarışmalar, filmler vb.) karşılamaya muktedirdir. Popüler kültür bu yolla aslında hiç ihtiyaç duymadıkları içerikleri (sansasyonel haberler, magazinsel olgular vb.) kitle iletişim araçlarını kullanarak popüler kültürün tüketicisi konumundaki kitleye arz etmektedir (Erdoğan & Alemdar, 2005, s.99).

Türkiye'de popüler kültürün yayılımı ise kitle iletişim araçlarının toplumun büyük kesiminde etkinlik ve işlerlik kazanmasıyla mümkün olmuştur. Popüler kültür bu niteliğini "arabesk" kültürünün öncülüğünde kazanmıştır. Arabesk, Türk toplumunda; özellikle kırsal bölgelerden kente olan göçlerin yoğun olduğu zamanlarda büyük bir etkinliğe ulaşmış ve kentleşme sorunlarının ortaya çıkardığı kültürel değişimleri ifade eden ana unsurlardan biri olmuştur. Kırsal bölgelerden kente göçen insanlar kültürel ve ekonomik olarak kent hayatına adapte olma noktasında tecrübe ettikleri zorlukları özellikle arabesk müzikle anlamlandırma eğilimi içerisinde bulunmuşlardır. Fakat zamanla bir müzik türü olmanın ötesinde bir hayat biçimi haline gelen arabesk, kültürel bir donanıma kavuşmuştur. Kırsal nüfusun kentlere yerleşmesiyle beraber kentlerin kültürel ve fiziksel yapısında bir dönüşüm meydana gelmiş, arabesk müzik de zamanla bu göçmen kitlelerin hayat mücadelesini anlatan popüler kültürün simgesi haline gelmiştir. Arabeskin popüler kültürün içerisinde böylesine yer bulabilmesi de büyük oranda kitle iletişim araçlarının yaygın biçimde kullanılmasıyla imkân bulmuştur (Çelik, 2014, s.83).

Popüler kültür, kentlerde yaşayan geniş insan toplulukları içerisinde yaşam alanı bulmaktadır. Popülerlik kazanmış ürünler fabrikalarda seri olarak üretilerek ekonominin ilerlemesine katkıda bulunur. Bu sayede popüler kültür finansal sistemin ayakta kalmasına hizmet eder. Kentlerde yaşayan büyük nüfuslarda insanlar arasındaki ilişkiler niceliksel

olarak fazla olmasına karşın yakın ilişkiler düzleminde zayıftır. Uzmanlaşmış meslek grupları ve bu uzmanlaşmanın getirdiği iş bölümü insanların yaşamlarını sürdürmelerini sağlayan ekonomik sistemi sembolize etmektedir. Daha küçük toplumlarda geçerli olan ve toplumdaki düzeni sağlamak için büyük önem arz eden gelenek-görenekler, ahlaki kurallar gibi sosyal unsurların yerine büyük kentlerde polis, asker, mahkemeler gibi toplumsal düzeni koruyan sistemler mevcuttur. Popüler kültür de böyle bir ortam içinde gelişmekte ve var olmaktadır. Bu bağlamda popüler kültür, kendine has yaşayışı olan daha homojen toplumlardan ziyade daha büyük ve birçok unsurdan oluşan toplumların kültürüdür (Küçük, 2015, s.142).

Son yıllarda yaşanan gelişmelere bakıldığında popüler kültürün yerini küresel kitle kültürüne bıraktığı söylenebilir. Bu değişim, kitle kültürünün medyayı bir imaj oluşturma biçimi ve görsel bir hafıza olarak kullanarak görsel olanı ortaya koymasıyla mümkün olmaktadır. Görsel medyanın ürettiği içerikler küresel kitle kültürünün bir yansıması olarak hayat bulmakta ve bu mevcudiyet, küresel düzlemde var olan toplumların tüketim ve yaşam stillerini, eğitim, sağlık, medya gibi yaşamın diğer alanlarını görsellik üzerinden yeniden anlamlandırmaktadır (Hatipler, 2017, s.42).

2.1.2. Kitle Kültürü ve Kitle Toplumu

Kitle kavramıyla anlatılmak istenen sayısı belirsiz olan insan topluluklarıdır. Bir toplumda kitle iletişimine maruz kalan insan toplulukları kitle olarak adlandırılmaktadır. Fakat bu kavram iki farklı boyutta düşünülmelidir. Finansal anlamda kitle dendiğinde sayısı bilinmeyen tüketiciler anlatılmak istenirken kültürel anlamda ise kültürü tüketen konumda olan ve tüketerek yeniden üretim yapılmasının yolunu açan kitle kastedilmektedir (Erdoğan & Alemdar, 2005, s.40). Kitle kültürü ise kapitalizmle özdeşleşmiş ve kapitalist ekonominin katkılarıyla oluşturulmuş bir kültür çeşididir. Bu noktadan hareketle kitle kültürü, modern dünyanın ortaya çıkardığı kapitalizm, sanayileşme ve bu olguların yarattığı kitle toplumundan ayrı var olamaz (Selçuk, 2011, s. 4135).

Stuart Hall kitle kültüründen bahsederken küreselleşme kavramının yol açtığı kültürel değişimlere önem atfederek kitle kültürü kavramı yerine küresel kitle kültürü kavramını kullanmıştır. Küreselleşme kavramının 1980'lerden sonra yaygınlık kazanmasıyla beraber kitle kültürünü küresel kitle kültürü olarak tanımlaması önemli bir atılımdır. Küresel kitle kültürünün birçok alanında görsel materyallerin etkinliği teknolojik aygıtların da yaygınlaşmasıyla beraber gittikçe artmaktadır. Görsel kültürün görselliğe

dayalı bir dünya düzeni yaratması teknolojik aygıtların da desteğiyle küresel kitle kültürünün itici gücünü oluşturmaktadır. Bu bağlamda TV şovları, diziler, film endüstrisi gibi görsel materyaller Stuart Hall'ın bakış açısına göre görsel kültürün en önemli unsurlarıdır. İnsanlık tarihinde sırasıyla matbaanın, fotoğraf makinesinin, sinemanın, televizyonun ve en nihayetinde internetin ve cep telefonlarının bulunması gibi teknolojik atılımlar görsel kültürün oluşmasındaki dönüm noktalarıdır. Bu buluşlar eşsiz bir hızla gündelik yaşamı etkilemeye başlamıştır (Çakır, 2014, s. 298).

Kitle kültürü, içerisinde bir kitle iletişiminden söz edilebilen modern kitle toplumunun tipik kültürü olarak betimlenen, ticari şirketler ve devlet eliyle üretilmiş ve sanayi toplumunun bir parçası olmuş kültür çeşididir. Bir nevi metalaşmış ve üzerinden kâr elde edilmekte olan kültürdür. Bu kültürel paydaş, hayatın olağan akışının içinde var olan olayların bir parçasıdır. Yani kitle kültürü denildiği zaman gündelik hayatın oluşturduğu metalaşmış bir kültürel düzenden bahsedilmektedir. Bu kültürün toplumdaki değeri pazarlanabilirlik düzeyi ile ilgilidir. Ticari fayda sağlıyorsa değerlidir. Popüler kültür ise henüz bir kitle kültürü haline gelmemiş olan halk kültürü ve halk kültürünün devamı niteliğinde olan kültürdür. Kitle kültürü pazarlanabilirdir ve kapitalist toplumlarda kitle kültürü ticari amaçlara hizmet etmeksizin varlığını koruyamaz. Kültür, kitlelere satılan bir mal niteliğindedir. Popüler bir televizyon programının veya dizisinin izleyicisi, aynı zamanda bu kültürel ürünün tüketicisi konumunda olan potansiyel alıcılardır. Burada herhangi bir estetik kaygıdan bahsedilmeksizin, kültürel ürünün başarısı ulaştığı/satıldığı hedef kitlenin niceliğiyle ölçülmektedir. Bu ticari faaliyetin başarısının geldiği nokta da kitle kültürünü pazarlayanlar ve profesyoneller tarafından ölçülmektedir ve tüketim toplumunun ekonomik gerçekleri bu ölçümün parametrelerini belirlemektedir. Örnek vermek gerekirse Arendt bu ticari faaliyeti kültürün deforme olması olarak değerlendirmektedir. McLuhan'a göre ise toplum ve finansal kaynaklar manipüle edilebilir oluşumlardır ve kitle kültürünü pazarlayan profesyoneller toplumu sadece tüketmek için üreten bir kitleye dönüştürme amacını gütmektedir. Böylece kitleler kültürel ürünleri yalnızca eğlenme amacıyla ve boş zamanlarını değerlendirmek için tüketmektedir. Bunun sonucunda da kitleleri oluşturan bireyler daha çok yalnızlaşmakta bununla beraber kültürel ürünlerin devamına yönelik merak duyguları da kamçılanmaktadır (Erdoğan, 2001, s.17-18).

Stuart Hall kitle kültürünün kendine has özelliklerinden bahsederken özellikle iki nokta üzerinde durmaktadır. Bunların ilki; kitle kültürü Batı merkezlidir. Batının teknolojisi, sermayesi, bu sermayenin tekelleşmesi, tekniklerin ve Batılı toplumlarda özelleşmiş emeğin yoğunlaşması, Batılı toplumların öyküleri ve görselliği küresel kitle kültürünün itici gücünü

oluşturmaktadır. Bu bağlamda küresel kitle kültürü Batı merkezli ve İngilizce konuşan bir kültürün yansımasıdır. Batı, kitle kültürü hegemonyasını kurarken uluslararası düzeyde İngilizce kullanmakta ve bu şekilde diğer ulusları dışlamadan, yumuşak bir şekilde tahakküm altına almaktadır. Kitle kültürünün en önemli ikinci karakteristik niteliği ise homojenleştirici bir kültürel temsil şekli olmasıdır. Diğer kültürleri ötekileştirmeden Batı merkezliliğin potasında eritmektedir. Farklılıkları kabul etmekte, sadece Batı kültürünün başat sembolleri olan İngilizlik ya da Amerikanlığı diğer kültürlere dayatmaya çalışmamaktadır. Bu sayede hem küreselleşmeyi sağlamakta hem de bu küreselleşmeyi sağlayan sistemi ayakta tutan gücün taşıyıcı kolonluğunu üstlenmektedir (Tuncel, 2014, s.140-141).

Kitle kültürüne ev sahipliği yapan kitle toplumunun genel yapısı hakkında bilgi sahibi olabilmek için ise birtakım noktalara dikkat etmek gerekmektedir. İlk göz önünde bulundurulması gereken nokta kitle toplumunun niceliksel olarak büyük olduğudur. Böylesi bir topluluk sanayi devrimi sonrası büyümeye başlamış ve özellikle sanayinin gelişmiş olduğu bölgelerde toplanmıştır. Kentleşme ve kent hayatı kitle toplumu olarak var olmanın en önemli parametrelerinden biri kabul edilmektedir. Günümüzde kentleşme olgusunun ulaştığı nokta mega metropollerin oluşmasına ve sayılarının hızla artmasına yol açmış, nüfustaki artış kısa sürede niteliksel değişimlere de yol açmıştır. Bu sayede kitle toplumunda yaşayan insanların hayat tarzları da değişmiştir. Toplumdaki tek tipliğin kaybedilmesi, kitle toplumu öncesindeki insan topluluklarının birbirleriyle daha yakın ve dayanışma içeren yaşayış biçimlerini değiştirmiş, dayanışma duygusunun güç kaybetmesi, bireyin toplum içinde yalnızlaşarak birey kimliğini kaybetmesine yol açmıştır. Kitle toplumunun var ettiği kitle kültürü, kalıplaşmış ve neredeyse birbirinin aynısı olan zevkler yaratmak suretiyle kitle toplumu insanını standartlaştırmakta ve tek tip bir insan modeli yaratmaktadır. Kitlelerin önemli hale gelişi, 1789 Fransız Devrimi ve 1830'larda Sanayi Devrimi'nin ön ayak olduğu liberal ekonomik düzenin rayına oturması gibi tarihsel dönüm noktalarıyla ilişkilendirilmekte ve kitleler yerleşik toplumsal düzenin garantörü konumunda görülmektedirler. Bu nedenle kitlelerin oluşturduğu ürünler, üzerinde durulması gereken önemli noktalar olarak genel kabul görmektedir. (Özarslan, 1993, s.141-142).

İçinde bulunduğumuz post modern çağda bir ulusun imgelerini ve dünyaya bakış açısını inşa etme görevi kitle iletişim araçlarına aittir ve bu misyon git gide daha da belirgin hale gelmektedir. Buna ilaveten medya, günümüzde, vatandaşların kendi yaşadıkları ülkelerin dışındaki insanlara olan bakış açılarını ve onların zihinlerde nasıl bir imaja sahip

olacaklarını belirleme kapasitesine sahip olan büyük bir güç olarak karşımıza çıkmakta ve bunu da kitle iletişim araçları vasıtasıyla ortaya koymaktadır (Oh & Chae, 2013, s.83).

2.1.3. Kültür Değişmesi

Bir toplumun değişim ve dönüşüm sürecinde kültürün etkisi yadsınamaz bir gerçekliktir. Sosyal bilimler alanı araştırmacıları kültürel alana eğilirken genellikle "toplumsal değişme" ile "kültür değişmesi" olgularını tek bir kavrammış gibi kabul etmeye meyillidir. Bunların biri ötekinin ardılı niteliğinde midir yoksa bu iki kavram birbirini var eden iki farklı olgu mudur sorusuna cevap ararken "sosyo-kültürel değişme" terimini de kullanmaktadırlar. Bu iki kavram arasındaki farka değinirken anlam belirsizliğini bertaraf etmek amacıyla ise "halk kültürü değişmesi" terimi yaygın olarak kullanılmaktadır (Düzgün, 2019, s.63).

Kültür değişmesi kavramının en ayrıntılı tanımlarından birini yapan Malinowski'ye göre kültür değişmesi bir toplumun halihazırdaki düzeninin yani sosyal, maddi ve manevi varlığının bir biçimden diğer biçime dönüşme sürecidir. Bu sebeple kültür değişimi, bir toplumun maddi araçlarının kullanımını ve ekonomisinin temelini oluşturan tüketim mallarını kapsadığı gibi, siyasal varlığını, iç kurumlarını, inanç ve bilgi sistemlerini, eğitim sistemini ve hukuki yapısını da kapsamaktadır. Kültür değişimi, insanlığın kalıcı ve süreklilik arz eden en önemli faktörlerinden biridir. Bununla beraber toplum içerisinde kendiliğinden oluşan dengeler ve güçler tarafından tetiklenebilir veya farklı kültürlerin devreye girmesiyle ortaya çıkabilir. İlk durumda bağımsız evrim biçimini almakta; ikinci durumda ise antropolojide genellikle difüzyon olarak adlandırılan süreci oluşturmaktadır (Malinowski, 1945, s.1).

Antropoloji biliminde kültürün maddi ve manevi yapıları incelenirken hangisinin bir kültürden diğerine daha kolay geçebileceği sıklıkla araştırılan hususlardan biridir. Genellikle maddi kültür unsurlarının, yani inançlardan ziyade bunların somut dışa vurumlarının başka bir kültür tarafından daha kolay ve hızlı bir biçimde kabul gördüğü fikri üzerinde bir ittifak mevcuttur ve bu kabul görüş özünde bir tür öğrenme biçimidir. Bir kültürden diğerine en kolay ve kısa yoldan geçen özellikler iletişimsel boyutu en kolay olanlar, yani kolay anlaşılabilen davranışlardır. Bir toplumda ekmek pişirmekten araba üretmeye kadar kullanılan bütün teknikler kültürün kendisini değil açık ifade biçimini oluşturmaktadır. "Kültür bir inançlar, bilgiler, his ve heyecanlar bütünüdür." bu şekliyle maddi değil manevidir. Örneğin; dini inançlar boyutunda düşünüldüğünde cami, namazdaki beden

hareketleri, dini kıyafetler gibi unsurların arka planındaki hissiyattan haberdar olmayan bir kişi namaz kılan bir insanın spor yaptığı zannına kapılabilir (Güngör, 1995, s.9).

Mümtaz Turhan ise kültür değişmesi kavramını serbest kültür değişmeleri ve mecburi (empoze) kültür değişmeleri olmak üzere iki farklı biçimde değerlendirmektedir:

Serbest kültür değişmesi toplumsal bir grup veya cemiyetin, yabancı bir kültüre sahip başka bir grup veya cemiyetle ilişki kurması halinde hiçbir zorlama altında kalmaksızın maruz kaldığı kültürün bilinen unsurlarını benimsemesi sonucunda yapısında meydana gelen değişimler anlamına gelmektedir. Mecburi (empoze) kültür değişmesi ise ayrı kültürlere sahip iki toplumsal grup veya cemiyetten birinin kendi kültürüne ait bazı özellikleri kabul etmesi için diğerini zorlaması veya baskın bir yönetim gücü veya otoriteye sahip bir kitlenin yabancı bir kültürü veya onun belirli unsurlarını kendi toplumuna zorla kabul ettirmek istemesi durumunda o toplumda ortaya çıkan gelişmeler anlamına gelmektedir (Turhan, 1987, s.51-52).

2.1.4. Kültürel Yakınlık

Kültürel yakınlık, ortak bir kimliğin paylaşılması, aynı gruba ait olma hissi ve iki ülke arasındaki yakınlık derecesi ile alakalı bir kavramdır. Bu sosyolojik kavram zaman içinde iki ülkenin birbiri hakkındaki tutum ve hissiyatının gelişimine imkân sağlayabilir ve bir ülkenin vatandaşları mutlak surette karşılıklı ve kalıcı bir biçimde olmasa da başka bir ülkenin kültürel, toplumsal ve teknolojik başarılarına saygı duyabilir, sempati gösterebilirler. Daha geniş bir çerçevede düşünüldüğünde ortak dil, genetik özellikler, etnik köken ve din gibi kavramlar zamanla değişmeyip sabit kaldığından kültürel yakınlık perspektifini tam olarak yakalayamaz. Burada önemli olan nokta iki ulus arasındaki yakınlık ve ortak duyguların paylaşılma derecesidir (Felbermayr & Toubal, 2010, s.279-280).

Straubhaar kültürel yakınlık kavramını, "bölgesel, etnik, dilsel, dini ve diğer unsurlara dayanan geleneksel kimliklere daha yakın ve daha güçlü olan, ulusal veya yerel olarak üretilen materyaller" olarak ifade etmektedir (aktaran Hoon, t.y., s.9). Kültürel yakınlık, Asyalıların, Kafkasyalıların, Asya Amerikalıların ve daha sonra Kore Dalgası'na maruz kalan diğer Amerikalıların Kore popüler kültürüne yoğun ilgi duymasının sebeplerinden biridir (Hoon, t.y., 2022, s.9).

Kültürel yakınlık, insanların kendi kültürlerinden medyanın yarattığı kültüre sezgisel olarak yönelmelerini sağlayan, çekiciliği olan bir kavramdır. Farklı toplulukların gittikçe daha fazla medya ortamına erişebildiği bir dünyada, izleyici davranışlarını açıklama gücüne

sahip önemli bir teorik yapı olarak ortaya çıkmaktadır. Bununla beraber, çekiciliğine rağmen, başta dil olmak üzere daha birçok ayrık faktörden oluşan özensiz biçimde tanımlanmış bir kavram olmaya devam etmektedir. Diğer yandan, kültürel yakınlık üzerine yapılan çalışmalar medya ürünlerinin tüketim kalıpları üzerindeki etkisinin açık bir şekilde gösterilmesi hususunda yeterli değildir (Ksiazek & Webster, 2008, s.485).

Kültürel yakınlık, kişinin kendi diline, kültürüne, tarihine ve değerlerine mümkün olduğunca benzer kültürel ürünler keşfetme arzusudur. Bu nedenle, insanlar genellikle bazı Avrupa veya Amerikan televizyonlarının, filmlerinin ve müziğinin kozmopolit çekiciliğini sevseler de, tükettikleri medya içeriklerinin çoğunu kendi kültürlerinden veya benzer bir kültürden seçme eğilimindedirler. Bunların yanında dil, medya pazarlarının önemli bir aktörü olmakla beraber medya içeriklerinin ticaretinde güçlü bir doğal engel oluşturmaktadır. Bu noktada Amerika Birleşik Devletleri bu durumun en iyi örneğidir. Amerikalılarının tükettiği medya içeriklerinin birçoğu (TV dramaları, filmler vb.), kültürel olarak benzer içeriklere sahip ülkelerden Büyük Britanya, Yeni Zelanda veya Avustralya'dan gelmektedir. Bununla beraber ABD'de İngiliz pop müziğinin yaygın olarak kabul edildiği düşünüldüğünde Amerikan kültürüne uzak olan diğer kültürlerin müzisyenleri ABD pazarına girmek için İngilizce şarkı söylemek zorunda kalmaktadır. Bu durum aynı zamanda dünya çapında birçok gencin İngilizce müzik dinlemeye daha fazla alıştığı bir eğilime işaret etmektedir. (Straubhaar vd, 2011, s.502)

Dilbilimci Poppe, Türkçe ve Korece'nin Ural-Altay Dil Ailesine dâhil iki dil olduğunu savunmaktadır. Korece ve Türkçe yapısal ve kültürel açıdan birçok benzer noktaya sahiptir. Korece'de Şamanizm, Budizm ve Konfüçyanizm[2]'in etkilerine sıkça rastlanmaktadır. Bununla birlikte Türkçe'de de Şamanizm ve İslamiyet'in etkileri son derece ön plandadır. Kültürel benzerliğe örnek vermek gerekirse küçük çocuklara hitap edilirken Korece'de sevimli ve güzel isimlerin yerine negatif ifadeler kullanılmakta buna karşın Türkçede de 'çirkin' gibi ifadeler kullanılmaktadır. Çocuğu kötü enerjilerden koruma amacıyla kullanılan bu tür hitaplarla iki kültürde de benzer şekilde karşılaşılmaktadır (Türközü, t.y., s.1867).

Dilin yanı sıra, medya içerik tüketicilerini etkileme noktasında espri anlayışı, dilde kullanılan jargonlar, tarihsel ve politik olgular, insan topluluklarının yaşam biçimleri gibi kültüre ve millete ilişkin kavramlar da büyük öneme sahiptir. Ülkeler arasındaki sınırları

[2] Konfüçyanizm: Ağır başlılık, cömertlik, samimiyet, doğruluk ve nezaket, büyüklere saygı gibi ahlaki ilkelerin ön plana çıktığı, adını Çinli bir düşünür olan Konfüçyüs'ten alan değerler sistemidir (İslam Ansiklopedisi, 2022, https://islamansiklopedisi.org.tr/konfucyusculuk, Erişim Tarihi:18.05.2022).

aşan bu tip faktörler, ülkeler arası medya pazarlarının oluşturulmasına yardımcı olabilir. Örnek vermek gerekirse Latin Amerika ülkeleri Amerikan komedilerini ithal etmekteyken, sonraları birbirlerinden komedi şovları ithal etme eğilimine girmişlerdir çünkü İspanyolca konuşan Latin Amerika ülkelerinin kültürel yakınlıkları birbirlerinin espri anlayışını ve gündelik olaylara verdikleri tepkileri anlamayı kolaylaştırmaktadır. Bu durum, ABD'de yaşayıp İspanyolca konuşan ve Meksikalı, Kolombiyalı veya Venezuelalı şovların birçoğuna kültürel açıdan daha aşina olduklarından genellikle bu tür şovları Hollywood içeriklerine tercih eden izleyiciler için de geçerlidir (Ksiazek & Webster, 2008, s.486).

Güney Kore ile Türkiye arasındaki kültürel yakınlık unsurları Türkiye'de Güney Kore'den uyarlanan diziler ekseninde sıklıkla görülmektedir. Güney Kore dramaları; büyüklere saygı, uyumluluk, iyi ahlak, aile bağlarını önemseme gibi etik ve geleneksel değerler ile romantik aşk ilişkileri bağlamında kurgulanmakta ve Türk izleyicisinin bazı hassasiyetleri bu dizilerde karşılık bulmaktadır. Duygu ağırlıklı olan bu dramalar, Türkiye gibi bu değerleri kültürel yapısında barındıran ülkelerde de kabul görmekte, bu durum uyarlanmalarını ve ilgi görmelerini kolaylaştırmaktadır (Kara, 2019, s.111-112).

Kültürel yakınlık tezi Kore popüler kültürünün kabul görmesinde oldukça önemli bir yere sahip olmasına rağmen Kore medya içeriklerinin Batı kültürünü harmanlayan melezleşmiş biçimleri de önemli bir yer tutmaktadır. Kore Dalgası'nın Batı ve geleneksel kültürün bileşenlerini içeren bir yapısı vardır ve bu anlamda çekici bir güç oluşturan Kore popüler içerikleri hitap ettiği kitlenin ihtiyaçlarını yeni ve orijinal formuyla karşılayabilmektedir. Örneğin Tayvan'da Kore Dalgası, içerdiği Batı fikirleri ve Asyalılık değerleri ile başarılı bir ivme yakalamıştır. Tayvanlılar için Hallyu olgusu, kültürel yakınlığa sahip olması ve Batı egemenliğine direnen içerikleri nedeniyle kabul görmüştür. Bir ulus olarak Kore, Batı ve Asya değerlerini başarılı bir şekilde bir araya getirerek küresel kültür alanında önemli bir yer edinmeyi başarmıştır (Kanozia & Ganghariya, 2021, s.222).

2.1.5. Hayran Kültürü (Fan Olmak)

Hayran sözcüğünün kökeni Latince "fanaticus" kelimesine dayanmaktadır ve "fanaticus" kelimesi Oxford sözlüğüne göre "bir tapınağa ait olan, tapınak hizmetlisi, adanmış" gibi anlamlara gelmektedir. Fanatik kelimesinin kısaltılmış biçimi olan fan (hayran) kelimesi ilk olarak 19. Yüzyılın sonlarında gazetecilik alanında profesyonel spor takımlarının (özellikle beyzbol) seyircilerini ve taraftarlarını tanımlamak için kullanılmış

fakat zamanla başka spor dallarında veya diğer eğlence mecralarındaki seyirci kitlesini de kapsayacak şekilde anlamı genişlemiştir. (Jenkins, 1992, s.12)

Hayran kültürü, popüler kültürün bir ürünü olmakla birlikte, bir yandan da toplumda baskın olan kültürel formların bir çeşididir. Ekonomik boyuttan ziyade toplumda var olan baskın kültür biçiminden arta kalan boşlukları doldurma noktasında bir yol gösterici; adeta bir tür kültürel emek biçimi olarak düşünülebilir. Hayran kültürü, toplumda var olan kültürel eksikliği doldurmanın yollarını sunmaktadır. (Lewis, 2002, s.33)

Jenkins'e göre hayran olmak ve hayranlık (fandom) bir programın düzenli takipçisi olmanın ilerisinde, programın işleyişi ile ilgili kendi hayalinde oluşan duygu ve düşünceleri başkalarıyla paylaşmak, bu ortak ilgiyi paylaşan öteki hayranların meydana getirdiği bir topluluğa katılma yoluyla ve bir topluluğa ait olma içgüdüsüyle hareket ederek izleme alışkanlığını kültürel bir etkinliğe dönüştürebilmektir (Jenkins, 2006, s.41).

Fiske'ye göre hayran kültürünü oluşturan bir hayran üretkenliği vardır ve bu üç kısma ayrılmaktadır: Bunlardan ilki olan semiyotik üretkenlik, kültürel ürünün sembolik kaynaklarından meydana gelen sosyal kimlik ve sosyal deneyim vasıtasıyla yeni anlamlar yaratmayı kapsamı altına almakta ve içselleştirilmiş değerler var etmektedir. İkinci üretkenlik biçimi ifadesel üretkenliktir ve bu tür, sözlü kültür içinde birtakım anlamlar üretilmesi anlamına gelmektedir. Üçüncü tür üretkenlik biçimi ise metinsel üretkenliktir ve burada hayranlar için önemli olan hayranı oldukları kültürel meta için metinsel kodlar üretmek ve bunu yaygınlaştırmaktır. Fakat bu kodlar büyük topluluklar için değil daha minimal hayran grupları için üretilirler bu sebeple de ticari kaygılardan uzak tutulmaktadırlar (Fiske, 1992, s.37).

Günümüzde hayran kültürü; katılımcı, üretken, kendine has bir altyapısı ve kullanıcı ağı olan bir toplu yapıyı temsil etmektedir. Hayran (fan) tanımlaması dâhilinde dizi takipçilerinin birer hayran sıfatına sahip olarak kültürel içeriklere olan bağlılık ve aidiyet hisleri internetin yoğun kullanımıyla beraber ortaya çıkan fan sayfalarının varlığıyla daha da pekişmektedir. Hayranlar tarafından bizzat oluşturulan bu sayfaların etkili bir şekilde kullanılması sonucu hayran kültürü sisteminin varlığı ve sürekliliği tesis edilmektedir (Yazıcı, 2019, s.109).

Güney Kore popüler kültürü ekseninde düşünüldüğünde Hallyu fanları, Hallyu ürünlerini hayatlarının bir parçası haline getirmelerinin akabinde hayranlık düzlemine ulaşmakta ve daha sonra internet ve sosyal medya araçları vasıtasıyla küresel akışa dâhil olmaktadırlar. Bunun sonucunda küresel hayran kitlesinin bir parçası haline gelen hayranlar Hallyu kültürünün aktarıcısı konumuna da gelmekte, benzer davranış kalıplarını ve düşünsel

tepkileri göstermektedirler. Diğer yandan farklı kişisel özelliklerdeki insanlar üzerinde aynı tür etkilere yol açabilmesi Hallyu'nun önemini gözler önüne sermektedir. K-drama, K-pop, K-tourism, K-food, K-fashion, K-beauty gibi markalar Hallyu yapısının ürettiği popüler ürünler olarak karşımıza çıkmaktadır. K-dramalardan etkilenen kitleler dizinin çekildiği bölgeleri ziyaret ederek K-tourism olgusunun oluşmasına da sebep olmuşlardır. Bu yüzden K-drama hayranlığı, K-pop hayranlığı, K-food hayranlığı biçiminde sıralayabileceğimiz bu alt kültürler, Hallyu'nun tüm ürünlerinin birbirlerini destekleyen yapısından ayrı düşünülemez (Asa, 2019, s.83).

Hayran kültürünün bir başka boyutu olan sosyal medya platformlarında yaşatılan hayranlıkta, hayranlık duyulan varlıkla zamansal ve mekânsal mesafe ortadan kalkmakta hayranlık olgusu coğrafi ve kültürel sınırları aşacak biçimde ortaya çıkmaktadır. Özellikle Güney Kore popüler müzik kültürü (K-pop) hayranlığı da birçok engeli (cinsiyet, dil, yaş vb.) aşarak küresel çaptaki hayran topluluğunu "biz" duygusu ile beraber popüler bir beğeni altında toplamaktadır. Bu platformlarda hayranlar hiçbir engelle karşılaşmadan birbirleriyle etkileşime girebilmektedir (Keskin & Binark, 2021, s.161).

Hayranların dizilere olan tutkusu çoğu zaman en sevdikleri yapımların internet ortamında fan kulüplerini oluşturmaları, yapımcılara dizilerin senaryolarını kendi istedikleri şekilde değiştirmeleri konusunda baskı uygulamaları ve gazete, dergi ve poster haline getirerek izledikleri dizilerin parodilerini üretmeleri şeklinde açığa çıkmaktadır. Bu hayranlar dizilere olan yoğun tutkularından dolayı dizilerin DVD'leri ve spin-offları konusunda satış garantili bir pazar oluşturduklarından, yapımcılar hayranların hassasiyetlerini göz ardı edememektedir. Dizilerin yayınlandığı kanallar ve dizi yapımcıları hayranlarla sık sık toplantılar düzenleyerek bazılarının dizilerin küçük bir bölümünde oynamalarına dahi izin vermekte hayranların memnuniyeti için her türlü çabayı göstermektedir (Shim, 2008, s.24).

Kore popüler kültürünün diğer bir deyişle Hallyu fenomeninin dünyanın birçok bölgesine ulaşması ve küresel çapta yayılan bir unsur olmasının en temel sebebi bu popüler kültür yapısını hızlı ve sürekli olarak tüketen evrensel bir hayran kitlesinin varlığıdır. Bu kitleler kültürel yapıları, dini ve milli değerleri, ırkları tamamen farklı olmasına rağmen, Kore popüler kültür ürünlerinin başlıca tüketicileri olmaları ve bu durumun sonucunda doğal olarak bu yapının reklamına ve pazarlanmasına hizmet ettiklerinden dolayı Kore'yi bir marka yapma yolunda büyük katkılarda bulunmaktadır. Farklılıkların ötesine geçen bu sistem, Güney Kore popüler kültürünün küresel arenada var olmasına ve Güney Kore hükûmetinin Hallyu üzerindeki sistematik çabalarına katkı sunması açısından Güney

Kore'nin kültür endüstrisini, ülke imajını ve yumuşak gücünü başarıya ulaştırma yolunda çaba gösteren büyük bir sistemdir. Hallyu'nun dünyanın birçok bölgesine yayılmak suretiyle etkili bir duruş kazanması ve bu sayede bünyesine kattığı hayranlar, bilinçli veya bilinçsiz şekilde Hallyu'yu sahiplenerek Güney Kore'nin amaçlarına hizmet etmektedirler (Asa, 2019, s.82).

2.1.6. Yumuşak Güç (Soft Power) Unsuru Olarak Kültür

Yumuşak güç, hiçbir zorlamada bulunmadan veya finansal kaynaklara başvurmadan sempati kazanma yoluyla istenileni elde etme kabiliyetidir. Bir ülkenin sempati kazanabilme, diğer bir deyişle yumuşak güce sahip olabilme potansiyeli ise kültürünün, siyasette geldiği noktanın ve uyguladığı politikalarının cazibesiyle doğru orantılıdır (Nye, 2004, s.9).

Yumuşak güç, kaba güç kullanımından farklı olarak askeri ve ekonomik parametrelerin ilerisinde farklı nüfuz ve çekim alanlarını ifade eden bir kavramdır. Kültür, eğitim, sanat, yazılı ve görsel medya, film, şiir, edebiyat, mimari, yüksek öğretim, sivil toplum kuruluşları, bilim ve teknoloji altyapısı, turizm, ekonomik iş birliği platformları ve diplomasi gibi yumuşak gücü temellendiren birçok unsur mevcuttur. Bu unsurların birleşmesinden doğan yumuşak güç, bir ülkenin sosyal altyapısını ortaya koyma kabiliyetine sahiptir. Yumuşak güç, bir ülkenin askeri ve ekonomik gücü gibi zorlayıcı güç unsurlarının ötesinde ortaya koyduğu değerler bütününü içine almaktadır. Askeri ve ekonomik güç gibi kaba güç unsurları yumuşak gücün varlığını teminat altına almamaktadır. Nye'ye göre Kanada, Hollanda ve İskandinav ülkeleri gibi ülkeler zayıf askeri ve ekonomik güçlerine oranla ürettikleri değerler ve teknolojik, eğitimsel altyapılarının varlığı nedeniyle uluslararası arenada başarılı bir pozisyonda bulunmaktadırlar (Kalın, 2011).

Yumuşak güç sadece nüfuz etme gücüne sahip olmak değildir. Yumuşak güç, yalnızca ikna etmekten ya da insanları argümanlarla harekete geçirmekten daha fazlasıdır ve bu, onun önemli bir özelliğidir. Yumuşak güç aynı zamanda bir cazibe noktasıdır ve kitleleri cezbederek genellikle istediğini yaptırma gücüne sahiptir. Basitçe açıklamak gerekirse, davranışsal olarak yumuşak güç çekici güçtür. Yumuşak gücün kaynakları ise bu cazibeyi yaratan donelerdir. Yumuşak güç faaliyetinin arzu edilen politika sonuçlarını yaratıp yaratmadığı belli durumlarda kontrol edilmelidir çünkü yumuşak gücün yarattığı çekim başkalarının tercihlerini belirlemede tek dayanak noktası değildir. Bir ülkenin yumuşak gücü öncelikle üç kaynağa dayanmaktadır: kültürü, siyasi değerleri ve dış politikaları. Kültür, bir

toplum için anlam yaratan değerler ve pratikler bütünüdür. Bu değerlerin ve pratiklerin tezahürü noktasında ise elitlere hitap eden edebiyat, sanat ve eğitim gibi yüksek kültür ürünleri ile kitlesel eğlenceye özgülenmiş popüler kültür gibi birçok çıktı bulunmaktadır (Nye, 2004, s.6-11).

Yumuşak güç uygulamasında hedef, hiçbir zaman yumuşak güç uygulanan unsuru ötekileştirmek veya ortadan kaldırmak olmamakla birlikte hedef unsurun algılarına ve düşünsel alanına yönelerek hedef unsurun dikkatini çekebilmektir. Bu bağlamda hedef unsura yönelik uygulanan yumuşak güç faaliyeti, hedef unsurun duygularını ve düşüncelerini istenilen şekilde değiştirebilmek noktasında değerler ve politikalar üretilebilme kapasitesinden geçmektedir. Hedef unsurlara yönelik gerçekleştirilen yumuşak güç faaliyeti hedef unsurlarda davranış değişikliğine yol açabilecek düzeyde etkili olabilmeli ve hayranlık uyandırabilmelidir. Böylece hedef unsurlar yumuşak güce sahip olan uygulayıcının çizdiği eksende bir yörüngeye oturabilecek ve yumuşak güç faaliyeti amacına ulaşabilecektir (Özel, 2018, s.21).

Yumuşak güce sahip olan ülkelerin bu güce sahip olmasını belirleyen şartlar tarihsel var oluş noktasında meydana gelmektedir. Ülkelerin siyasi yapıları yumuşak güçlerini etkilemekte fakat siyasi yapıları ortaya çıkartan kültürel süreçler kısa zaman dilimlerinde farklılık göstermemektedir. Ülkelerin siyasi ve sosyal geçmişleri de yumuşak güç potansiyellerinin ortaya çıkmasında büyük bir öneme sahip olmaktadır. 1900'lerin başlarından itibaren uluslararası alanda kitle iletişim araçlarının bilinirliğinin artması toplumların yumuşak güce olan alakalarını yüksek noktalara taşımıştır. Yumuşak gücün en büyük uygulayıcıları içerisinde ise STK'lar (Sivil Toplum Kuruluşları), çok uluslu şirketler ve sosyal medya mecralarıyla beraber her çeşit bilgi iletişim teknolojisi yer almaktadır (Ünalmış, 2019, s.139).

Bir ülkenin kültürü evrensel değerlere sahip olup, uyguladığı politikalar başka toplumların değerlerine ve hedeflerine saygılı olduğu zaman, diğer toplumlar açısından hatırı sayılır bir cazibe noktası yaratarak, arzu edilen sonuçlara ulaşma ihtimalini artırmaktadır fakat sınırlı bir bakış açısına ve sınırlı bir dünya görüşüne sahip olan toplulukların yumuşak güç oluşturma ihtimali çok daha zayıftır (Nye, 2004, s.11).

Nye'de yumuşak güç unsurunun sağlamlığı çekicilik oluşturabilmek ve farklı olanı ötekileştirmemekle doğru orantılıdır. Bu iki özelliğe sahip olan, istediğini yaptırabilme gücüne sahiptir. Yumuşak güç uygulanırken zorlama, tehdit veya aldatma yoktur. Bir ülkenin değer yargıları, kültürel yapısı, zenginliği gibi kurumlar diğer ülkelere çekici gelip benzer değerlere sahip olma güdüsü yaratabilir. Yumuşak güç bu noktada aslında kendi

değerleriyle aynı doğrultuda uzanan değerler yaratabilme kabiliyetidir. Yumuşak gücün meşru niteliğe sahip olması oldukça önemlidir çünkü bir ülke öz değer ve hedeflerini başka ülkeler nezdinde meşru bir zemine oturtabilirse istediği sonuçları alma noktasında zorlanma ihtimali azalır. Sert gücün uygulanma zemini baskı kurma, yaptırım uygulama gibi zorlayıcı eylemler iken, yumuşak gücünki değerler, kültür, sosyal ve siyasal bağlamda üretilen politikalardır. Yumuşak güç bu doneleri kullanmak suretiyle gündem yaratmakta ve oluşturduğu cazibeyle hedeflerini kendi tarafına çekmektedir (Çavuş, 2012, s.25).

Geçmişten bugüne, Batı ve Amerikan kültürünün hegemonyası altında olan sinema endüstrisini de içine alan görsel ve işitsel medya ürünleri, gelişen ve yaygınlaşan iletişim teknolojileri sayesinde küresel çapta oldukça büyük bir yayılma alanı bulmuştur. Fakat 2010'lardan itibaren Asya'dan doğan Güney Kore Popüler Kültürü'ne ait içerikler bütün dünyada yayılmaya başlamış ve Güney Kore'yle özdeşleşen müzik ve dizi-film endüstrisi uluslararası platformda Güney Kore'nin yumuşak gücünün yükselişe geçmesine yol açmıştır. Amerikan film endüstrisi Hollywood, uzun yıllardır sektörde hakim konumda olduğundan sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde değil bütün dünyada ilgiyle takip edilmiş ve popüler bir kültür alanı oluşturmuştur. Bu sayede Amerikan ekonomisi, endüstri ürünlerinin tüm dünyaya ihracı sayesinde önemli miktarda finansal gelir elde etmiştir. Hollywood'un büyük bir hızla popülerleşmesi tüm dünyada film yıldızlarının hayat tarzlarına olan ilgiyi artırmış ve kitleler onlar gibi yaşamak, onlar gibi tarz edinmek istemişlerdir. Hollywood'la beraber Amerikan fast food yeme içme kültürü ve yaşam tarzı da tüm dünyaya yayılmış, ABD, ekonomik ve askeri gücünü içeren sert güç unsurlarının yanında Amerikanlaşmanın yol açtığı yumuşak güç unsurlarının sayesinde otoritesini bütün dünyaya hissettirmiştir. Fakat 2000'lerle beraber Amerikan popüler kültür unsurları etkisini yitirmeye başlamış ve yeni güç odaklarıyla karşılaşmıştır (Ankara Kriz ve Siyaset Araştırmaları Merkezi, 2022).

2.2. Küreselleşme

Küreselleşme kavramının popülaritesine ve bu hususta literatürün oldukça geniş olmasına rağmen kavramın mutlak bir tanımı bulunmamaktadır. Kavramla ilgili yapılan tanımlama sayısı çok fazla olduğundan yeterince doğru anlaşılamama tehlikesiyle karşı karşıya kalmıştır. Küreselleşme kavramı birçok disiplinde belli fikirler, görüşler, politikalar, olaylar, teknolojiler, kurumlar gibi olguların küresel düzlemde kolaylıkla ulaşılır hale gelmesini veya dünya çapında ulusal kimliklerin, ekonomilerin ve sınırların deşifre

olmasıyla sosyal yaşamın birçok kısmının küresel süreçler tarafından yönetilip dünyanın ekonomik anlamda birleşerek tek bir bütün haline gelmesini ve küresel çaptaki toplumların birbirlerinin alışkanlıklarını edinme süreci olarak tanımlanmaktadır. Bu görüşle beraber küreselleşme süreci, kültürel düzeyde tek bir küresel kültürün oluşmasını, diğer bir deyişle toplumların kendi kimliklerinin ve farklılıklarının bilincinde olarak bunu ifade etmelerini, fiziksel ve zihinsel sınırların ortadan kalkarak dünyanın daha küçük bir hale gelmesiyle ulusal değil uluslararası bir kültürün oluşmasını ve dünyanın tek bir mekan olarak algılanma bilincinin artış sürecini tanımlamak için de kullanılmaktadır (Tutar, 2000, s.17- 18).

Küreselleşme, birçok araştırmacı açısından ekonomik bir olgu olarak kabul edilse de küreselleşmeye yalnız iktisadi açıdan yaklaşmak kavramın idrakını zorlaştırmaktadır. Çünkü küreselleşmenin yalnızca ekonomik bir süreç olmadığı, bu sürecin sosyal, kültürel ve politik değişkenleri içerdiği de açıkça görülmektedir (Kıvılcım, 2013, s.3).

Küreselleşme kavramı her alanda sıklıkla karşımıza çıkması sebebiyle kapsama alanı oldukça geniş bir kavramdır. Ekonomik, politik, kültürel ve ideolojik boyutlara sahip bir süreçtir. Bu nedenle tek bir geçerli tanımını yapmak oldukça güçtür. Hammond ve Grosse'ye göre küreselleşme; "Ülkeler arasındaki engellerin minimum düzeye inmesiyle birlikte sermaye, işgücü hareketliliği ve ekonomik faaliyetlerin artması, işletmeler arasında artan rekabet, serbestleşen ekonomi ve dünya genelinde tamamen aynı olan tüketici zevkleri ve talepleri oluşmasıyla birlikte dünya genelinde çok büyük bir teknoloji gelişim sürecidir." Küreselleşmede bir başka dikkat edilecek husus "entegrasyon" kavramıdır. IMF küreselleşmeyi mal, hizmet ve sermaye piyasalarının ekonomik entegrasyonunun artması olarak tanımlamaktadır. Yani genel bir bakışla dünya ekonomisinin entegrasyonudur. Küresel sermayeye sahip şirketlerin ekonomik davranışlarına, ulus devletlerin ekonomik, finansal ve kültürel faaliyetlerinin katılımıdır. Dünya genelinde sınırların ortadan kalkması, ticaretin serbestleşmesi, popüler kültürün yayılması, finansal kaynakların aktarımı gibi durumlar küreselleşmenin çok boyutlu bir kavram olmasının sebebidir. Fakat bütün bunlar olurken teknolojik gelişmeler göz ardı edilemez. Çünkü bu kaynakların dünyaya yayılabilmesi için, yani küresel bir dünyadan bahsedebilmek için teknolojik atılımların mevcudiyeti şarttır. Çok uluslu şirketler faaliyet gösterdikleri alanlarda ürettikleri mal ve hizmetleri küresel çapta yayabilmek için teknolojinin varlığına gereksinim duymaktadır. Gerek medya sektöründe faaliyet gösteriyor olsun gerek taşımacılık, lojistik alanında gerekse elektronik mal ve hizmetler üretiyor olsun, bütün üretimlerinin dağıtımını yapabilmek için teknolojik altyapıya gereksinimleri vardır. Teknoloji, küreselleşme sürecinden ayrı düşünülemez. Aynı zamanda teknolojik gelişmeler entegrasyon sürecini

oluşturan önemli unsurlardır. Küreselleşme zorlayıcı bir sistemdir. Büyük veya küçük mal ve hizmet üreten kısacası üretim yapan hiçbir birim çemberin dışında kalmamakta mutlaka bir şekilde sisteme dâhil olmaktadır. Küreselleşme, işletmelerin bir tercihi değil küresel sermayenin bir zorlamasıdır (Akdağ ve Arklan, 2014, s.288).

Küreselleşme kavramı, 20. yüzyılın son döneminde meydana gelen ve bu yüzyılın büyük çaptaki değişmelerini tanımlamak için sürekli müracaat edilen kavramların başında yer almaktadır. İçinde bulunulan çağın önemli bir aktörü haline gelip, büyük sosyal değişimleri açıklamak için kullanılması gereken olmazsa olmaz bir kavram haline gelmiştir. Çok kısa sürede şöhretini artırarak neredeyse tüm insanlığın haberdar olduğu bir genel geçerliğe kavuşmuştur. Kâinatı şekillendiren temel düşünceleri kapsayan mühim bir kavram olarak kullanım alanı bulmuş ve çok büyük bir literatürün oluşmasına ön ayak olmuştur (Şen, 2008, s.148).

Gittikçe küçülen dünyada toplumların mevcudiyetlerini idame ettirebilmeleri, milletlerarası platformda güçlü olmayı ve toplumu meydana getiren bireylerin küresel değerleri ve değişiklikleri dikkate alarak adım atmalarını gerekli hale getirmektedir çünkü küreselleşme ekonomik olmasının yanı sıra siyasal, kültürel ve insani bir olgudur (Çalık & Sezgin, 2005, s.56).

Marshall McLuhan 1964 yılında Gutenberg Galaksisi isimli kitabında teknolojinin ve bilginin hızlı bir şekilde yayılmasının dünyayı nasıl küçülttüğünü açıklamak amacıyla "küresel köy" kavramını kullanmış ve bu kavramın uzantıları olan internet, akıllı telefonlar ve sosyal medya gibi yeni iletişim teknolojileri ve bu teknolojilerin kullanılmasına ev sahipliği yapan yeni medya doktrini hakkındaki görüşleri günümüzde hala geçerliliğini korumaktadır. Teknolojik atılımlarla gelişen kitle iletişim araçları daha fazla kişiye ulaşarak, dünyadaki gelişmelerden çok uzak coğrafyalarda yaşayan insanların eş zamanlı olarak bilgi sahibi olacağını bu sayede dünyanın küresel bir köy durumuna geleceğini ifade etmiştir. McLuhan'ın küresel köy tezi teknolojik atılımlarla büyüyen medyanın insanlığı birleştirdiği düşüncesi üzerine inşa edilmiştir. Telgrafın bulunuşundan sonra dünyada bir teknoloji çağı atılımı başlamış ve insanlığı bir araya toplayan yegâne güç teknoloji olmuştur. Bireysellik kültürü teknolojinin yayılmasıyla beraber önemini yitirmiş ve global köyün oluşmasına hizmet etmiştir. Global köy ekseninde zaman ve mekân kavramları değersizleşmiş, her olayın aynı anda olup bittiği yeni bir dünya düzeni ortaya çıkmıştır. Global köy tezinde ön plana çıkan nokta tüketim kültüründe meydana gelen değişimdir. Nitekim küresel boyutta insanlar artık aynı ürünleri tüketmekte, aynı markaları kullanmaktadırlar. Bu bağlamda küresel tüketim kültürü, teknolojinin ortaya çıkarttığı bir meta haline gelmiş, global köyler

de zamanla büyüyerek global kentlere dönüşmüş, bu kentlerin yöneticisi konumuna gelen büyük sermaye sahipleri de dünya ekonomisine yön verme gücünü kendilerinde bularak insanların tüketim alışkanlıklarını değiştirmiş ve insanları seri tüketime adapte olan başat unsurlar haline getirmişlerdir (Varol & Varol, 2019, s.145-146).

Marshall McLuhan, global köy tezinde başta televizyon olmak üzere iletişim teknolojilerinin dünyayı birbirine benzer değer ve düşüncelere sahip global bir köy haline getirdiğini bu global sistemin tenkit edilmesini değil güçlü bir şekilde destek olunması gerektiğini iddia etmiştir. Fakat gelişen küresel ekonomi ve kapitalizmin gidişatı bu hususta McLuhan'ın tezini çürütmüş ve sistem küresel dünyada insanlar arasında önemli ekonomik farklıklar doğmasına yol açmıştır (Oskay, 2000, s.216).

Bu sistemde medya ise zaman ve mekâna dair algılarımızı devamlı olarak manipüle etmekte ve küresel ekonomi teknolojik değişimlere bağlı olarak çok uluslu bir nitelik kazanarak sürekli el değiştirmektedir. Birçok mesaj ve söylem teknolojik gelişmelere bağlı olarak dolaşmakta, dünyanın her yerinden gelen enformasyon sürekli olarak birikmektedir. Bu yoğun küresel dolaşım, aslında birbirinden bağımsız olan kültürlerin birbiriyle kaynaşarak hibritleşmesine, diğer bir deyişle melez kültürlerin meydana gelmesine ve yeni kültürel kalıpların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (İçli, 2001, s.168).

2.2.1. Kültürel Küreselleşme

Kültürel küreselleşme, dünyanın belli bir bölgesinde üretilen enformasyon, meta ve imgelerin milletler, bölgeler ve insanlar arasındaki kültürel farklılıkları tek tipleştirme amacında olan küresel bir akışı temsil eden; küresel ekonomik düzen, iletişim ve bilgi teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmelerle yakından bağlantılı bir biçimde oluşan, bununla birlikte hem homojenleşmeyi hem kültürel tek tipleşmeyi, hem de kültürel kutuplaşma ve çeşitliliği bir arada var edebilen kompleks bir süreçtir. Kültürel ürünler yerel geleneklere ve algılayış biçimlerine uyum sağladıkları taktirde daha kolay yayılma eğilimindedir ayrıca bu ürünler yabancı kültürlerin zorlamaları sonucu ortaya çıkabilir. Kültürün algılanış biçimleri, manevi değerler ve yaşam tarzları toplumlarda; etnik, dini veya ulusal hareketleri tetikleyen kültürel tepkilerin oluşmasına sebep olabilir (Heywood, 2011, s.147).

Küreselleşmenin kültürel boyutunu ele alan teorisyenler ve uygulamacılar arasında iki farklı yaklaşım mevcuttur. Bunlardan ilkine göre küreselleşme başlangıç noktası ve nihai hedefleri belli homojen bir süreç olarak görülmekte iken ikincisinde ise küreselleşme heterojen, kültürler arası bir süreç olarak ele alınmaktadır (İçli, 2001, s.164).

Kültürel homojenlik tezi evrensellik bağlamında tek bir kültürün özelliklerinin baskın olması anlamına gelmektedir. Bu kavram küreselleşen medyanın yerel kültürlere etkisini ifade etme noktasında anlam kazanmaktadır. Kültürel homojenleşme; başlangıcı ve sonu belli, doğal süreçlerle gelişmeyen, önceden planlanmış ve zaman zaman zorlama ve baskıyı içeren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Emperyalizm, kültürel hegemonya, batılılaşma gibi olgular bu görüşün dayanak noktasını oluşturmaktadır. Batı'nın eğlence kültürü, yeme-içme alışkanlıkları, giyim kuşamı gibi kültürel yönleri küresel kültürün homojenleştirici tarafını ifade etmektedir. Dünya çapında etkin olan şirketlerin ortaya koyduğu stratejiler ve kapital sistemin desteği de kültürel homojenliği yaygınlaştırmaktadır. Batılı ülkelerin dışında kalan ülkelerin batının yarattığı değerlere ve ürünlere olan ilgisinin kullanılmasıyla kapitalizm ruhu yükselme alanı bulmaktadır. Bu şekilde oluşturulan tüketim kültürüne olan ilgi yalnızca ticari kazanç ve ihtiyaçların doyurulmasını sağlamamakta aynı zamanda batıya ait değerleri ve düşünce biçimlerini de ithal etmektedir. Küresel kültürün homojenleşmesi tezinde Batı'ya ait olan değerlerden kastın Amerikan kültürü olduğu görüşü yaygın kabul görmektedir. Küresel kültürün üretilmesinde iletişim teknolojileriyle beraber haber ajansları, müzik ve film endüstrileri, oyun ve yazılımı içine alan bilişim sektörü ve sosyal medya mecraları gibi kaynaklar etkin konumdadır. Bu kaynaklar vasıtasıyla Amerikan kültürü ve yaşam tarzı etkin bir biçimde aktarılmaktadır (Ölçekçi, 2020, s.152-153).

Friedman'a göre çok kültürlülüğün farklı bir versiyonu olan "küyerelleşme" (glokalizasyon) kavramı da küreselleşmenin kültürel etkilerine homojenleşme perspektifinden bağımsız olarak heterojen yönden dikkat çekmektedir. Bu bakış açısına göre, yerel kültürel özellikler muhafaza edilerek küreselleşmenin gerçekleştirilebilmesi mümkündür. Yerel kültürlerin birbirleriyle ilişkisi ve yerelle küresel olanın birbiriyle kaynaşması sonucu küreselleşme süreci etkinleşmektedir. Kültürlerin birbiriyle doğal yollardan etkileşiminin mümkün olduğu ve bu sayede küreselleşmenin meydana gelebileceğini savunan bu görüşe göre, küreselleşme sürecini var eden; aktarılan kültürel normların kabul görmesi, toplumların bu kültürel normları benimsemesi, kendi algılayışlarına göre yeniden anlamlandırmalarıdır (aktaran Ölçekçi, 2020).

Kapitalist ekonomilerin tarihsel gelişimi kültürler, kimlikler ve yaşam stilleri açısından önemli doneler içermektedir. Ekonomik etkinliklerin küreselleşmesi, günümüzde bir kültürel dönüşümle ve kültürel küreselleşmeyle bağlantılı bir süreçtir. Evrensel kültürler bu şekilde üretilmekte ve bu süreç uzun zamandır gelişme göstermektedir. Kültür endüstrisinin arka planında hayat tarzlarının, kültürlerin ve tüketici davranışlarının küresel

çapta birbirine benzer hale gelerek dünyanın kültürel bütünleşmesine ön ayak olacakları yönünde bir inanış bulunmaktadır. Bu ortak kültür inancı ve dünya bilincinin oluşmasına yardımcı olan; Dallas, Batman (Yarasa Adam) ve Disneyland gibi başarılı popüler kültür ürünlerinin varlığıdır (Morley & Robins, 1997, s.155).

Jin'e göre günümüzden 20 yıl öncesine kadar küresel kültürün dağılımı ekseriyetle Batılı toplumlardan Batılı olmayan toplumlara doğru tek yönlü olarak TV programları, müzik, film ve diğer popüler kültür ürünleri üzerinden olmaktayken günümüzde K-pop (Kore pop müziği), neredeyse Batı kültürünün temsilcisi konumunda olan New York, Paris gibi merkezlerde dinlenmektedir. Özellikle dijital iletişim teknolojilerinin dünya çapında yaygınlaşması bu duruma ön ayak olmuştur. 2010'lu yıllarda K-pop fanları ve bu müzik türüne sempati besleyenler Kore menşeili TV programları ve reality showlarını da takip eder olmuşlardır. Hatta yakın çevrelerinin de K-pop tarzı ile ilgili paylaşımlar yapıyor olması da bu popüler kültürü keşfetmelerini sağlamıştır (aktaran Ümit, 2021, s.10).

Kore Dalgası gibi yeni kültürlerarası akışlar, popüler kültürün Batı merkezli doğasına meydan okurken, küreselleşmenin daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasına da katkıda bulunmaktadır. Birçok araştırma Doğu ile Batı arasındaki kültürel akışın doğasını eleştirmekteyken, kültürel yakınlığın önemini göz önünde bulundurarak, Batılı olmayan uluslar arasındaki kültürel alışverişe de eğilmek gerekmektedir. Kore Dalgası'nın yayılmasıyla ilgili özellikle önemli olan bir nokta da dijital teknoloji sayesinde yerel kültürlerin artık dünyanın uzak köşelerine bile gidebilmesidir. İnternet ve uydu TV gibi yeni medya platformları, Kore kültürünün Orta Doğu, Avrupa ve ötesindeki pazarlara yayılmasında hayati öneme sahip araçlardır. Asyalılar arası kültürel yakınlık, Kore kültürünün yurtdışına yayılmasında da önemli bir rol oynamıştır. Bu alanda yapılan çalışmalar, Asya izleyicilerinin Kore kültürüyle Batı kültüründen, hatta Japon kültüründen daha fazla özdeşleştiğini göstermiştir. 1990'ların sonlarından itibaren Kore dramaları Asya televizyon izleyicileri için yeni "modaya uygun" kentsel seçenek olarak Japon dramalarından daha fazla ön plana çıkan seçenekler olmuştur. Diğer yandan Koreli araştırmacılar, Kore popüler kültürünün yayılımına ön ayak olarak hem küresel hem de yerel pazarlarda kültürel melezleşmeyi ön plana çıkarmaktadır. Böylece 1990'lardan itibaren Kore popüler kültürü giderek küreselleşmiş ve Koreli müzik efsanelerinden "Seo Taeji and Boys" isimli grup rap, metal ve rock gibi müzik türlerini tanıtarak ve bunu Koreli gençlerin ihtiyaçlarına ve hassasiyetlerine uyarlayarak kültürel bir atılım yaratmıştır. Seo Taeji'den itibaren de bu melez hip hop kültürü Kore sınırlarının ötesine yayılmıştır. Kore popüler kültürü, Batı modernitesinin cazip yönlerini Asyalı değerlerin oluşturduğu Asyalılık olgusuyla doğru oranlarda birleştirerek kitleleri etkilemeyi başarmıştır. Bu yapı, Kore

Dalgası'nın tabanında gerçekleşmiş ve Kore, yabancı kültürleri kendi bünyesine almış, dönüştürmüş ve başlı başına gelişmiş bir kültürel yapı meydana getirmiştir. Kore popüler kültürü sadece Kore'nin değil, çeşitli kültürler arasındaki iletişimin sonucu olan adaptasyonun ürünüdür. Bu bağlamda Kore Dalgası farklı kültürlerin birleşmesine ve iletişim kurmasına izin veren bir fenomen olarak kabul görmektedir (Korean Culture and Information Service, 2011a, s.97-98).

2.3. Kültür Endüstrisi

Horkheimer ve Adorno'nun Aydınlanmanın Diyalektiği isimli kitabında kültür endüstrisi kavramı ilk defa kitle kültürü kavramının yerine kullanılmıştır. Horkheimer ve Adorno, kitle kültürünün kendiliğinden oluşan ve halk sanatının modern haliymiş gibi kabul edilen görüşlere karşı çıkmaktadır. Kültür endüstrisi kendiliğinden oluşan değil bilinçli bir şekilde üretilen kültürdür. Tüketime müsait olan ve popüler olma potansiyeline sahip her ürün, programlı bir şekilde üretilmektedir (Adorno, 2011, s.109).

Kültür endüstrisi, tüketicileri kendi sistemine adapte etmektedir. Sisteme dâhil olan kitleler asıl tüketici olmalarına rağmen sistem açısından birincil değil ikincil plandadır. Bu kitleler kültür endüstrisinin metaya dönüştürüp hazır tüketime sunduğu ürünler sayesinde sistemin bir parçası haline gelmektedir. Kültür endüstrisinin kuruluşunda da en önemli faktörlerden biri kâr elde etme amacı olduğundan bu amaç sistemin ideolojisinin temel noktası haline gelmiş ve her koşulda atılması gereken en önemli adım olmuştur. Fakat kültür endüstrisinde endüstriden kasıt üretim süreci değil, kültürel malın standartlaşması sürecidir. Örnek vermek gerekirse; Western filmleri dünya çapında popülerliği olan filmlerdir ve tür olarak çoğu kişi tarafından bilinmektedir. Bu tür, artık kültür endüstrisinin dayattığı popüler bir ürün haline gelmiştir. Bir yandan da bu endüstri, yarattığı popüler kültür dalgasıyla insanları bir nevi bağımlılaştırmakta, gerçeklik algılarını yıkma noktasında son derece etkili olabilmektedir. İnsanların filmlerde gördükleri ünlü karakterlere özenerek onlar gibi olmak istemeleri ve onlar gibi davranarak dünyadaki sorunların çözülebileceğine inanmaları kültür endüstrisinin yarattığı başat dezenformasyonlardan biridir (Adorno, 2003, s.76-84).

Baudrillard'a göre tüketim, bir ideolojik değerler ve iletişim sistemi ortaya çıkarmaktadır. Bu sistemi oluşturan güç ise medyadır. Finansal güce sahip olan bir seçkinler grubunun elinde olan medya, kitleleri tüketmeye teşvik ederek yeni değerler ve kimlikler üretme noktasında önemli bir gücü temsil etmektedir (Baudrillard, 1997, s.90). Kültür endüstrisinin oluşmasında kapitalizm oldukça önemlidir ve uluslararası piyasanın arz talep dengesi kültür endüstrisi için önemli bir yere sahiptir (Krogh, 1999, s.258).

Birçok araştırmacıya göre kültür endüstrisinin eş anlamlısı kabul edilen kitle kültürü kavramı kapitalizmin doğuşu ve endüstrileşmenin hayatın her alanına yayılmasıyla ortaya çıkmıştır. Kapitalist sistemde her şey bir tür kâr etme aracı olduğundan kültür kavramı da git gide bir metaya dönüşmüş ve insanı gündelik hayatın gerçekliğinden kopartarak eğlenceye odaklamış, gittikçe artan bir tüketim döngüsünün içine sokarak da sistemin sürekliliğini sağlamayı amaç edinmiştir. Böyle bir sistemin içinde kalan insan da yalnızlaşmış ve pasifleşmiştir (Koluaçık, 2017, s.139).

Kültür endüstrisinin bireysel kalıba indirgemeyi başardığı insanın bu yalnızlaşmasını yönlendirebilmesi, bu basmakalıp davranış biçimlerini her zaman yeniden üretmeyi başarabilmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Film yıldızları ve refah düzeyi yüksek yaşamlara sahip olan kişilerin yaşam tarzlarının medyada sunuluş biçimleri sayesinde bu kişilerin yaşam tarzlarına özenen kitleler yaratılmasıyla bireylerin yalnızlaşmadan kurtarıldığına dair sahte bir algı oluşturularak küresel sistemin devamına olanak sağlanmaktadır (Adorno, 2014, s.207).

Bireyin kültür endüstrisinin metalarıyla kültürlendiği hissiyatı kültür endüstrisi sisteminin yarattığı bir durumdur. Böyle bir durumda yani sistemin içerisinde bireyler üretmeyen, pasif bir durumdadır ve ne kadar tüketirlerse o kadar sistemin istediği kültürü içselleştirmekte ve ona sahip olmaktadırlar. Tüketim kültürünün yaygınlaşması kültür endüstrisi sistemi açısından bunun için önemlidir. Birey tükettikçe sistemin öne sürdüğü kültür biçimiyle kültürlenir fakat bir yandan da gittikçe pasifleşir. Tüketici artık sadece sistemin gönderdiği mesajları alan bir alıcı konumundadır. Böyle bir durum sistem tarafından sistemin sürekli gelişmesi ve varlığını devam ettirmesi amacıyla oluşturulmuştur. Kitleler, sistemin kültürel ürünlerini tüketerek geliştikleri zannına kapılsalar da aslında bir yanılsama içerisindedirler (Öngen, 2018, s.6).

Kültür endüstrisi ürünleri her zaman ve her şart altında tüketilmeye hazır ürünlerdir. Toplumun refah seviyesinin azalması, ekonomik veya toplumsal kriz hallerinde dahi bu metalar tüketime sunulmaya devam edecektir çünkü küresel ekonomik sistemi ayakta tutan kolonlar kültür endüstrisi ürünleridir. Endüstri; sinema filmleri, radyo programları gibi toplumun tamamına arz edilebilecek ve kitlelerin beğenisine sunulabilecek içerikler üretmekte, bu sayede kültür endüstrisi sistemi, ulaştığı kitleye kendi amaçları doğrultusunda belli davranış kalıplarını aşılama gücüne sahip olmaktadır (Adorno, 2014, s.170).

Kültür endüstrisi, kitle kültürü ve popüler kültür gibi kavramlardan farklıdır. Kültür endüstrisi, kapital ekonomik sistemin toplumları benimsemeye zorladığı kültürel değerler sistemini temsil etmektedir. Bu bağlamda kültürün kendisi bir endüstriye dönüşmektedir. Bu endüstride kitle kültürü ve popüler kültür kavramları da kültür endüstrisinin potasında

eriyerek tek bir kimliğe bürünmektedir. Kitlelere sunulan endüstri ürünleri, seçkin kitleler tarafından önceden belirlenmekte ve piyasaya arz edilmektedir. Küresel dünya düzeninde ulusların veya daha minimal sosyal grupların kendilerine özgü olan kültürel unsurları (yeme-içme, giyim, konuşma vb.) küresel kapitalist sistemin denetimi altına girmiş ve kitleler böyle bir dünya düzeninin tahakkümü altında kalmıştır. Diğer yandan teknolojinin gelişmesiyle başlayan dijitalleşme hareketleri de giderek toplumları birbirine benzer hale getirmektedir (Alamaslı, 2021, s.41).

2.4. Kültür Emperyalizmi

Kültür emperyalizmi geniş sınırlara sahip olan bir kavramdır. Batı hegemonyası altında oluşan değişim ve gelişimler Batı'nın istediği ve desteklediği argümanlardır. Kültür, dünya topluluklarının yaşamlarını idame ettirmek için oluşturdukları bir değerler bütünüdür. "Bir milletin kültürü o milletin yaşam kaynağıdır. Eğer kültür olmazsa o millet de olmaz." anlayışı kültürün milletlerin varlıklarını sürdürebilmeleri için ne kadar önemli bir kavram olduğunu vurgulamaktadır. Özellikle Soğuk Savaş döneminin sona ermesinden sonra ABD'nin kendi kültürünü dünyaya kabul ettirmeye çalışması kapitalist anlayıştan doğan kültürel emperyalizm davasının önemli bir sonucudur (Çelik, 2013, s.117).

Bilinen anlamıyla emperyalizmden bahsedildiği zaman askeri ve siyasal emperyalizm anlatılmak istenmektedir. Bu bağlamda emperyalizme maruz kalan ülke, işgal veya tahakküm altındadır. 2. Dünya Savaşı sonrası zaman diliminde bu tarz ülkelerin sayısı azalmış, çoğu sömürge ülke bağımsızlığını kazanmıştır. Günümüz koşullarında ise bilinen anlamıyla emperyalizmin ayakta kalması zor görünmektedir. Ekonomik emperyalizm ise maruz kalan ülkenin doğal kaynaklarının, temel ihtiyaç (gıdasal ve hayvansal) ürünlerinin, üretim tesisleri ve piyasalarının denetim altına alınması anlamına gelmektedir. Ülkeler her ne kadar ekonomik emperyalizme karşı önlemler alsalar da küreselleşme bağlamındaki gelişmeler, az gelişmiş ülkelerin ekonomik emperyalizme direnmesini güçleştirmektedir (Yalçınkaya, 2017, s.182).

Kültürel emperyalizm söz konusu olduğunda ise emperyalizm tezine maruz kalan toplumların inançları, gelenekleri, davranış biçimleri ve tüketim kalıpları gibi özellikleri istenildiği gibi şekillendirilerek askeri ve ekonomik emperyalizm araçları kullanılmadan arzu edilen sonuca ulaşılabilmektedir (Arı, 2010, s.380).

Uygarlık tarihi süresince toplumlar her türlü sosyal olayda birbirinden etkilenmiş ve sosyal ilişkiler kurmuşlardır. Bugün küresel düzeyde bir kültürel etkileşimden bahsetmek mümkün olsa da bunun ne kadarlık bir kısmının siyasi ve ekonomik emperyalizm boyutunda

olduğunu tahmin etmek güçtür. Doğulu bir insanın Coca Cola içerek, Hollywood filmleri izleyerek, Nike marka ayakkabı giyerek kökeni Batı kültürüne ait olan ürünleri tüketmesiyle kendi kültürünü kaybettiğini ve Batı kültürünün tahakkümüne girdiğini ifade etmek sınırlı bir bakış açısına sahip olmak anlamına gelecektir. Küresel kapitalist sistem, tüketim kültürü üzerine inşa edildiğinden kitlesel tüketimden kaçınmak birçok kişi için imkân dâhilinde değildir. Küresel sistemde ihtiyaçlar daima dolaşımdadır ve toplumlar bu ihtiyaçları kendi bakış açıları ve değerleri nispetinde satın alıp tüketmektedir. Bu tüketim gerçekleşirken kapitalist devletler ise diğer devletler üzerinde mutlak kapital hakimiyeti, kültürlerini kati suretle değiştirerek değil tüketim kültürünü yerleştirerek kurmaktadır. Kapitalist devletler, üzerinde tahakküm kurdukları toplumlarda inşa edilmiş olan değerleri kendi bakış açılarına göre yeniden üretime sokmakta ve kendi yapılarına dönüştürerek tekrar kullanıma sunmaktadırlar. Örnek vermek gerekirse; fast food zincirleri varlık gösterdikleri ülkelerin yerel yiyeceklerini kendi bünyelerinde harmanlayarak tekrar tüketim zincirine sunmaktadır. Bu şirketler, girdikleri toplumu tümüyle değiştiremeyeceklerinin farkında olduklarından bu tarz bir yapıya ihtiyaç duymaktadır (Tanrıöver & Kirli, 2015, s.140).

Kültürel emperyalizm, tüm insanların hayatını ilgilendiren ve alışkanlıklarıyla iç içe geçmiş bir kavram olarak kabul görmektedir. Kültürel emperyalizm günümüzde kültürel kimliklerin de ortaya çıkmasını sağlamıştır. Kültürel emperyalizmde amaç küresel ölçekte tek tip ve ortak bir kimliğe sahip insan çeşidi yaratmaktır. Bu noktada yemek, giyim, içecek gibi sektörlerde ortak kültürel değerlerin yaratılması kültür emperyalizminin amacına hizmet etmektedir. Bu şekilde yürütülen kültür emperyalizmi sürecinden ortak kültürel kimliklere sahip bireyler ortaya çıkarılmaktadır (Akyol, 2020, s.19).

Kültür emperyalizmi tezi her ne kadar Amerikan kültürünün başat yayılma aracı olsa da günümüzde bu emperyalizm tezi, karşısına çıkabilecek başka güç odaklarının küresel arenada sahne almasına da aracı olmaktadır. Güney Kore popüler kültürü de tıpkı Amerika Birleşik Devletleri gibi kendi içeriklerini üretmekte ve bunu küresel çapta yaymaktadır. Özellikle Kore dramaları, filmleri ve müziği gibi popüler kültür ürünleri son yıllarda oldukça büyük bir yayılma alanı bulmuş ve günümüzde Amerikan popüler kültür ürünleriyle boy ölçüşebilecek seviyeye ulaşmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

GÜNEY KORE POPÜLER KÜLTÜRÜ (HALLYU) VE KÜRESEL KÜLTÜREL DİPLOMASİ

3.1. Güney Kore Popüler Kültürünün Ortaya Çıkışı

Güney Kore hükûmetinin kültür politikalarında 1990'larda, özellikle 1997'de meydana gelen demokratikleşme süreci eşliğinde, önemli bir politika değişikliği ortaya çıkmıştır. Bu değişimle beraber Güney Kore kültür endüstrisi ürünlerine sağlanan destek bir devlet politikası kabul edilerek ülkenin kalkınmasında bir araç olarak ortaya konulmaya başlanmıştır. Bu bağlamda ulus devletlerin geleneksel kültür politikalarından bağımsız olarak Güney Kore hükûmeti; pop müzik, sinema ve televizyon endüstrisi, moda, gastronomi ürünleri, Kore dili ve eğitimi gibi alanların üretimi konusunda politikalar geliştirmiş ve geliştirilen bu politikaları zamanla bir kültürel diplomasi aracı olarak kullanmaya başlamıştır. Bu politika, küresel çapta büyük bir etki yaratmış ve dünya çapında Kore kaynaklı popüler kültür ürünlerinin tüketimi "Kore Dalgası (Hallyu) olarak adlandırılmaya başlanmıştır. "Hallyu" tüm dünyada bir fenomen haline gelmiş, Kore popüler müziğinin (K-pop), Kore dizilerinin (K-drama), Kore film endüstrisinin (K-film) ve bu alanlarda faaliyet gösteren Koreli yıldızların uluslararası arenada büyük bir hayran kitlesine ulaşmasına yol açmıştır. Oluşan bu Hallyu fenomeni uluslararası mecrada yoğun olarak ilgi görmekte ve Kore popüler kültür ürünleri ciddi manada tüketilmektedir (Binark, 2019, s.17).

Joo'ya göre Hallyu, geleneksel Kore kültürünün, Konfüçyüsçü değerlerin, Koreli ve Asyalıların değer yargıları, inanç biçimleri ve davranış kalıplarının, Batılı ve küresel değer ve davranış kalıpları ile bütünleşmiş, Batı değerlerinin Asya'nın değerleriyle, Asya'nın değerlerinin de Batılı bir bakış açısıyla yeniden yorumlanmış ürünü olan hibritleşmiş, aynı zamanda hem küresel hem de yerel değerlere haiz bir popüler kültür olgusudur. Bu olgu etkin olduğu yerlerde ulus ötesi bir kültürel etkileşim alanı yaratmakta aynı zamanda da bir hayran kültürü oluşturmak suretiyle hedef kitlesinin değer, düşünce, davranış kalıplarını etkilemekte hatta yaşam tarzını değiştirebilme veya yeniden biçimlendirebilme gücüne sahip olabilmektedir. Hallyu fenomeni bir yerde Güney Kore'nin Asya'nın ötesinde bir güç, Asya'nın kültürel değerler üretim merkezi haline gelmesine etki eden önemli bir yapı olarak hayat bulmaktadır (aktaran Macit, 2018, s.27).

Dünyada "Kore Dalgası" olarak bilinen kültürel akışın 1990'ların sonlarından bu yana Kore popüler kültürünün uluslararası bilinirliğinin artması sonucunda televizyon dramaları büyük hayran kitlelerinin ilgisini çekmiş, Asya'daki Kore popüler müziğine ve Asya halklarına olan ilginin artmasına sebep olmuştur. Kore popüler kültür içerikleri dünyada hızla yayılmaktadır ve bunun sebebi yalnızca Kore kültürüne olan yoğun ilgi değildir. 1990'ların sonlarından itibaren Güney Kore'nin ilk ticari televizyon istasyonu SBS (Seoul Broadcasting System) hem kablolu yayın yapmaya, hem de bölgesel televizyon yayınlarını gerçekleştirmeye başladığında, Kore'deki diğer yayıncılar sektörde yoğun bir rekabetle karşı karşıya kalmıştır. Birçok yayın içerisinde TV dramaları büyük oranda popüler olmuş, Kore'nin üç ana TV istasyonu her hafta 30'dan fazla TV draması yayınlamaya başlamış ve bu süreçte diğer yayıncılar ve haber medyası bunların reytinglerini yakından izlemiştir. Sektördeki bu rekabet şartları televizyon dizilerinin yapım kalitesini artırmış ve bu gelişmeler komşu ülkelerin, özellikle de Çin'in dikkatini çekmiştir (Jung, 2009, s.69-73).

1997 yılında, Çin Ulusal Televizyonu CCTV (China Central Television) Kore televizyon dizisi olan "What Is Love"ı yayınladığında dizi Çin'de büyük bir popülerliğe ulaşmış ve Çin'deki diğer televizyonlar tarafından defalarca yayınlanmıştır. 55 bölüm devam eden bu aile temalı dizi, genç ve yaşlı nesiller arasındaki ilişkileri Konfüçyüsçü bir bakış açısı eşliğinde ele alarak ataerkilliği ve kuşak çatışmalarını konu edinmiştir. Aile değerlerine yapılan bu vurgu da Çinli izleyicilerde hızlı bir şekilde karşılık bulmuştur. Kore popüler kültürünün hızlı bir biçimde yükselişe geçmesi ve Çin'de büyük yankı bulması, Çin medyasının Kore popüler kültürü için "hanliu" 韩流 (Kore Dalgası) terimini kullanmasına yol açmış, bu noktadan sonra Amerika Birleşik Devletleri de dâhil olmak üzere Kore TV dramaları dünya çapında popülerlik kazanmaya başlamıştır (Jung, 2009, s.73).

Kore dizilerinin Çin'de ve başka ülkelerde etkin bir izleyici kitlesine ulaşmasıyla popülerliğe kavuşan Hallyu terimi başlangıçta yalnızca Kore dizileri için kullanılsa da zamanla başka kültürel içerikler için de kullanılmıştır. Kore Kültür Endüstrisi Değişim Vakfı tarafından yayınlanan rapora göre Hallyu 3 ana döneme ayrılmaktadır. 1997 - 2000'leri kapsayan birinci dönemde Hallyu Çin, Vietnam ve Tayvan gibi ülkelerde tarih sahnesine çıkmıştır. 2000'li yılların başından ortalarına kadar olan ikinci dönemde Hallyu içerikleri online oyunlar, filmler gibi dijital ortamlarda artış göstermiş ve dijital Hallyu olgusu ortaya çıkarak Güneydoğu Asya'ya kadar sıçramıştır. 2000'li yılların ortalarından günümüze kadar devamlılık gösteren üçüncü dönemde ise Hallyu ortaya çıktığı Çin ve Japonya gibi ülkelerde

negatif tepkilerle karşılaşmış fakat kısa sürede bu tepkiler azalmıştır. Hallyu'nun gücü Orta Asya'yı aşmış Amerika, Avrupa ve Güney Amerika'ya kadar yayılmıştır. Hallyu'nun küresel bir fenomen olarak geçirdiği evreler ve ürettiği içerikler zaman zaman değişiklik gösterse de istikrarlı ve başarılı bir yapıya sahip olmuştur. Hallyu'nun küresel pazarlara dâhil olması çizgi film karakterlerinin satışı, ülkeler arası ortak yapımlar ve insan kaynaklarının ihracatı şeklinde de gerçekleşmiştir (Jung, 2019, s.31).

Kore Dalgası'nın etkisi yalnızca eğlence sektörüyle değil birçok sektörle de bağlantılı hale gelmiştir. Birçok genç insan Kore kültürü ve Kore yemekleri de dâhil olmak üzere Kore'ye ait olguları tanıma eğilimi içerisine girmiş ve ciddi bir hayran kitlesi oluşturmuşlardır. Kore popüler kültürünün etkili olduğu ülkelerdeki insanlar, televizyonda gördükleri Kore'deki mekanları ziyaret etmek için Kore'ye seyahat etmekte ve Kore kültürünü daha yakından tanıyabilmek amacıyla Kore dilini dahi öğrenme eğilimi içerisinde olmaktadırlar. Kültür bu anlamda küresel alanı kaplayan melezleşmiş kültürel akımlardan ziyade daha merkeziyetçi bir konuma sahip olmak amacını gütmektedir. Var olan kültürler dünya toplumlarının etkileşimlerinin ürünleridir ve bu kültürler yerleşik hale gelmekten ziyade daima bir değişim sürecinde olma çabasındadırlar. Bu yolla yerel kültürler, küresel kültürlerle bağlantı kurabilecek seviyeye gelebilmektedir. (Pramadya & Oktaviani, 2016, s.89-90).

Hallyu'nun kültürel ve ticari bir olgu olmasının yanında politik bir yönünün olması da dikkat çekicidir. Hallyu fenomeni, Güney Kore hükûmetlerinin planlı ve sistematik bir süreç eşliğinde ortaya koyduğu politikalardan oluşan bir yapı olma özelliğini korumaktadır. Bu politikalar Uluslararası arenada Güney Kore'ye pek çok avantaj sağlamakta, ülkenin tanınırlığını ve bilinirliğini artırmaktadır. Hallyu, etkin olduğu ülkelerdeki kamuoyu algısını Güney Kore lehine etkin bir biçimde yönlendirebilmekte, böylece Güney Kore'nin imajına büyük ölçüde katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda Hallyu, Güney Kore'nin yumuşak gücü, ulusal markası ve diplomatik güç unsurlarını oluşturmaktadır. Hallyu'nun ülke imajına yaptığı katkılar, devlet yöneticilerinin başka yollarla ulaşamadıkları hedefleri gerçekleştirme noktasında yadsınamaz seviyededir (Macit, 2018, s.29).

Sung'a göre Güney Kore hükûmeti popüler kültürün gelişimine yatırım yapmıştır ancak Hallyu planlı bir fenomen değildir ve hükûmet bunu sürdürmek için hazırlıksızdır. Ayrıca Kore medya endüstrisi, ürettiklerini geliştirmekten ziyade kârını maksimize etmeye odaklanmış bunun sonucunda birçok kritik nedenden ötürü Hallyu bir dönem popülaritesinde ani bir değer kaybıyla karşı karşıya kalmıştır. Daha sonra Güney Kore hükûmeti Hallyu'yu Asya'nın ve dünyanın henüz keşfedilmediği bölgelerine yaymanın

önemini fark etmiş ve Hallyu'nun yayılımı artık sadece iktisadi faydalara odaklanmakla kalmamış aynı zamanda Güney Kore'nin ulusal marka imajını yükseltmede kritik bir rol oynayacağı inancıyla uzun vadeli politikalar şeklinde kendini göstermeye başlamıştır (Sung, 2010, s.38).

"What Is Love" isimli Kore dramasının Çin'de popüler olmasıyla beraber "Kore Dalgası" teriminin ortaya çıkması sonrasında 2003 yılında "Winter Sonata" isimli diğer bir Kore dramasının Japonya'nın NHK isimli televizyon kanalında yayınlanmasıyla Hallyu fenomeni Japonya'ya sıçramış ve birçok Japon turistin dizinin çekildiği Chuncheon'da bulunan Namiseom adasını ziyaret etmesine yol açmıştır. Drama ve müzik gibi popüler kültür araçlarıyla güçlü bir temel oluşturan Hallyu, 2010'lardan sonra daha güçlü bir şekilde varlık göstermeye başlamıştır. Kore popüler kültürü Youtube ve sosyal medya ağları gibi global internet platformları vasıtasıyla da tüm dünyada yayılma alanı bulmuş, Kore Dalgası; geleneksel Kore kültürünü, Kore yemeklerini, Kore dili öğretimini, edebiyatını vb. alanları kapsayacak şekilde sınırlarını genişletme başarısına ulaşmıştır. Kore kültür endüstrisi sinema alanındaki en büyük başarılarından birine ise 2020 yapımı "Parasite" isimli filmle erişmiş, en iyi film ve en iyi yönetmen dâhil altı kategoride akademi ödülleri kazanarak K-film'i tüm dünyaya duyurmuştur. Dikkat edilmesi gereken bir diğer önemli nokta K-dramaların Hallyu fenomeni içerisinde en fazla öne çıkan bileşen olduğudur. 2003-2004 yılları arasında yayınlanan "Dae Jang Geum[3]" isimli drama Çin, Japonya ve Türkiye dâhil 91 ülkeye ihraç edilmiş ve bu drama Kore yemeği, tıbbı, modası gibi olgulara dikkat çekmesiyle Kore kültürüne olan ilginin dünya çapında artmasında önemli rol almıştır (Kore Kültür Merkezi, 2022a).

Güney Kore popüler kültürü 90'lı yılların başında uluslararası düzeyde yayılarak önemli başarılar elde etmiştir. Öncelikle Asya'da, daha sonra Amerika, Latin Amerika, Orta Doğu ve Avrupa'nın bazı bölgelerinde yayılma alanı bulmuştur. Hallyu dünya çapında kabul görmüş bir fenomendir çünkü geleneksel değerler konusunda hassas olduğu için Asyalı izleyiciler tarafından kolayca benimsenmiştir. Amerikalılar Hallyu'yu rahatlatıcı ve neşeli buldukları için kabul etmişlerdir. Avrupalılar için ise basit ve romantik ögeler içerdiğinden bir cazibe noktası haline gelmiştir. Ayrıca, Orta Doğululara göre Hallyu cinsel içerikler

[3] Dae Jang Geum (Saraydaki Mücevher) 16. yüzyılda Kore'de Kraliyet Sarayında görev almış olan ilk kadın hekim olan Jang Geum (Cangema) un hayat hikâyesini konu almaktadır. Kadının toplumda hiçbir statüsünün olmadığı bu yüzyılda başına gelen öngörülemez olaylara karşın iradesi ve kararlılığı ile amaçlarına yürümüş olan Jang Geum, yetenekleri ve zekası sayesinde Koreli ilk kadın hekim olmuştur (Koreanturk, 2022, https://www.koreanturk.com/dae-jang-geum-saraydaki-mucevher, Erişim Tarihi:17.08.2022).

barındırmaması açısından değer kazanan bir fenomendir. Müslüman ülkeler genelde Hallyu'yu güvenli olarak değerlendirmişlerdir (Yalçın & Mutlu, 2020, s.108).

Kore popüler kültürünün küresel arenadaki önemli rolü nedeniyle, küreselleşme sürecindeki bu yeni ulus ötesi kültürel akış bünyesinde iki ana konuyu dikkatle ele almak önem arz etmektedir. İlki bu akışta hangi yönlerin dikkate alındığı, diğeri ise önemli aktörlerin kimler olduğudur. İlk olarak, küreselleşmeden bahsedildiği zaman kültürel akışın yönü daima güncel bir konudur. 1990'ların başından bu yana Meksika, Brezilya, Hindistan ve Japonya da dâhil olmak üzere birçok ülke yerel kültürel içeriklerini geliştirmiş ve kendi bölgelerinden farklı yerlere nüfuz etme çabası içerisinde olmuşlardır. Bununla birlikte sınırlı kültürel ürünler üretmekten öteye geçememiş ve bu nedenle kültürlerinin yayılımı, birkaç Batı ülkesine tek yönlü kültür akışı şeklinde olmuştur. Kore Dalgası 1990'ların sonlarında esas olarak Asya bölgesinde ortaya çıktığında, başlangıçta başka kültürlere nüfuz eden karşı kültürel akış yerine Asya ile sınırlı bölgesel bir kültür içi akış şeklinde yayılma alanı bulmuştur. Fakat, dünyanın birçok yerinde Kore Dalgası'nın son zamanlardaki popülaritesiyle birlikte Kore, karşı kültür akışını kısmen gerçekleştirebilmiştir. Kuzey Amerika'dan Avrupa'ya ve Latin Amerika'ya kadar, Kore popüler kültürü, dijital teknoloji içeriklerinin de dâhil olduğu sosyal medya gibi çeşitli platformların yanı sıra kültürel ürünlerin ihracatı yoluyla hızla popülerlik kazanmıştır (Jin, 2018, s.2).

Bu bağlamda Kore Dalgası, yükselişe geçen piyasa şartlarındaki rekabeti ve ekonomik kaygılardan kaynaklanan neoliberal kapitalizmin mantığını yansıtmaktadır. Sonuç olarak, Kore popüler kültürünün yayılması Asya genelinde medya içeriklerinin metalaşmasını büyük ölçüde hızlandırmıştır. Kore'deki ulusal destekli ticari itici güç, Asya bölgesinin medya içeriklerine yönelik taleplerinden faydalanmış ve bu durum aslında Kore'nin kültürel içerikleri için yeni ticaret alanları yaratmıştır. Kore Dalgası, bölge üzerindeki siyasi, kültürel ve endüstriyel etki açısından Asya'da benzeri görülmemiş bir popüler kültür hareketini temsil etmektedir. On yıldan kısa bir sürede, Kore popüler kültürü etkili bir şekilde yayılma alanı bulmuş ve ulus ötesi düzeyde hızla büyüyen ekonomik başarılara ulaşmıştır (Norman, 2010, s.32).

Diğer yandan küreselleşmenin meydana getirdiği kültürel çeşitliliğe direnebilmek amacıyla ülkeler öncelikle taklit ederek daha sonra ise kendi kültürlerine uyarlama yoluyla Batı tarzı medya içeriklerini (özellikle Amerikan) yerelleştirerek kültürel içerikler üretmektedir. Güney Kore yapımları özelinde de aynı yol izlenmiş bazı Güney Kore popüler kültür içerikleri egemen popüler kültüre karşı alternatif bir popüler kültür şeklinde üretilmiş gibi gözükse de; zaman zaman Amerikan içeriklerinin tesiri altında kalmakta, yerel

özelliklerle evrensel özellikleri bir araya getirme amacı gütmektedir. Küresel ve yerel değerler harmanlanmakta, tüketiciler ise bu karma yapının içine kendi kişisel değer yargıları ve yorumlarıyla dâhil olmaktadır (Fırat, 2017, s.68).

3.1.1. K-Drama

Hallyu, Güney Kore popüler kültür ürünlerinin (film, dizi, moda, müzik vb.) ilk olarak Asya'yı daha sonra dünyanın diğer bölgelerini etkisi altına aldığını ifade eden bir kavram olarak kabul görmektedir. Etkinlik gösterdiği coğrafyalar farklı olsa da Hallyu, girdiği her ülkede benzer etkiler yaratmayı başarmış bunu da özellikle televizyon dizileri aracılığıyla gerçekleştirmiş büyük bir fenomen özelliği göstermektedir. Bu bağlamda özellikle televizyon dizileri Hallyu'nun etkinliğini ortaya koymaktadır. (Macit, 2018, s.11). Paquet'e göre Kore dramaları (K-dramalar) genel olarak, Kore televizyonunun popüler ve baskın formlarından biri olan kültürel başarılarını temsil etmektedir. Bu formlar yerel ögeler içermektedir ve sinematografik açıdan değerli niteliklere sahiptir (aktaran Buja, 2017, s. 248).

Kore Dalgası, Türkiye dizi sektöründe telif anlaşması yapılan dizilerin uyarlamaları şeklinde varlık göstermektedir. Orijinal versiyonu Güney Kore olan bu diziler ülkemizde yerelleştirilerek izleyiciye sunulmaktadır. Bölgesel şartlara adapte edilen bu diziler TV platformunda izleyiciyle buluşuyor olsa da, internet ortamında, forumlarda, Kore televizyon kanallarında yayınlanan haftalık dramalar Türkiye'deki hayranlar tarafından neredeyse eş zamanlı olarak Türkçe'ye çevrilmekte ve çok kısa bir süre içerisinde izlenebilir duruma getirilebilmektedir. www.koreanturk.com isimli internet sitesi, Kore'de yayınlanan Justice, Doctor John, Rookie Historian Goo Hae Ryung, When The Devil Calls Your Name ve At Eighteen gibi dizileri yayınlanmasından iki gün gibi çok kısa bir süre sonra Türkçe altyazılı olarak izleyicilerine sunmaktadır. 1990'lı yılların sonundan itibaren özellikle Asya ülkelerinde başta Çin, Hong Kong, Japonya olmak üzere Vietnam, Singapur, Hindistan, Malezya, Tayvan, Tayland, Endonezya, Filipinler ile İran ve Orta Doğu ülkeleri bunların yanı sıra ABD ve Kanada'da da Kore dizilerinin izlenme katsayısı bir popüler kültür olgusuna dönüşerek sürekli olarak artış göstermektedir. Bu kültürel olgu da "Hallyu" olarak isimlendirilmektedir. 1990'lardan başlayıp 2000'lere dek uzanan K-dramaların ortak anlatısal özellikleri; romantik aşk ilişkileri ve bu aşk ilişkilerinin platonik özellikte olması, bunlara ilaveten K-dramalarda Kore kültürünün, toplumsal yapının, kadın-erkek ve aile ilişkilerinin özünü oluşturan Konfüçyanist ahlak anlayışının bol miktarda var olması olarak

ortaya konabilmektedir. Bilhassa dramalarda aşık erkek karakterleri canlandıran Koreli oyuncuların gittikçe feminen bir yapıya bürünen yüz hatlarının yanında erkeksi vücut yapılarına sahip olmaları bu dramaların dünyanın pek çok bölgesinde özellikle genç kızların ve kadınların bu oyunculara olan ilgisini perçinlemektedir (Binark, 2019, s. 118-119).

Bir sistem olarak, Hallyu oyuncuları (yıldızlar) Koreli eğlence şirketleri tarafından özel bir yönetim sisteminde tutulmaktadır. Çağdaş Kore dramaları için oyuncu seçimi, hem Kore içinde hem de dışında başarıya katkıda bulunan en önemli faktörlerden biridir. Satış yöneticilerine göre, Kore Dalgası çerçevesinde ihraç edilen dramaların içeriği ülke tanıtımında son derece önemli bir konu haline gelmektedir. Genellikle, Hallyu içeriklerinin alıcıları ihraç edilen dramanın yıldızlarını dramanın hikâyesinden daha önemli görmüşlerdir. İhraç edilen dramaların ünlü oyuncuları, Kore Dalgası'nın tanıtım aşamasında Asya televizyon pazarının en iyi tanıtım aracı olma görevini üstlenmişlerdir (Norman, 2010, s.175).

Bazı çevrelere göre Kore popüler kültürünün küresel düzlemde yayılımında başrol oynayan ve Kore istilası olarak isimlendirilen K-dramalar özellikle erkek ve kadın başrol oyuncularının tesirinde kalan hayran toplulukları oluşturmaya başlamıştır. Komşu ülkelerin toplumlarının gündelik yaşam tarzlarını etkisi altına alan bu diziler talep gördükleri bölgelerdeki izleyicileri birçok yönden etki altına almayı sürdürmektedir (Asa, 2021, s.59).

Romantik melodramlar, romantik komediler ve dönem dizileri Kore dramalarının 3 ana türünü oluşturmaktadır. Autumn in My Heart gibi orijinal yapımlar romantik dramaların altın çağını oluşturuyorken, günümüzde denizaşırı ülkelere ihraç edilen komedi türleri ve tarihi dönemlere odaklanan yapımlar Kore dramalarının ana unsurlarını oluşturmaktadır. En büyük romantik komedi dramaları My Lovely Samsoon, My Princess, Palace ve The Greatest Love isimli diziler olmuştur. Göz önünde bulundurulması gereken diğer bir nokta da reytinglerdeki yoğun rekabetin giderek daha fazla ön plana çıkmasıdır. Dönem yapımları da her zaman Kore prime time kuşağının önemli bir kısmını oluşturmuş ve 21. yy'ın ilk 10 yılı içinde herhangi bir düşüş eğilimi göstermemiştir. Jewel in the Palace / Dae Jang Geum (Saraydaki Mücevher) örneğinde görüldüğü gibi bu tür dramalar, içerisinde yaşadığımız dünyanın birçok yönü ile geçmiş zamanların egzotik taraflarını ustalıkla bir araya getirebilmekte; yaşam, ölüm, aşk, nefret, umut, hayal kırıklığı, özlem gibi duyguları birbiriyle harmanlayabilmektedir. Dönem dramaları genellikle krallar ve efsanevi savaşçılar gibi tarihin önde gelen şahsiyetlerinin hikâyelerini anlatmaktadır. Ancak Jewel in the Palace'ın başarısından bu yana Hwang Jini ve Slave Hunters gibi dizilerde görüldüğü gibi daha düşük sosyal profillere sahip karakterler de ilgi görmüştür. Hallyu fenomeni 2000'li

yıllardan itibaren Asya ve ötesinde hüküm sürmeye başladığından beri özellikle şu 10 Kore dizisi yabancı hayranlar tarafından oldukça sevilmiş ve yalnızca Kore'de değil yayınlandığı ülkelerde de büyük ses getirmiştir: Jewel in the Palace (2003-2004), Winter Sonata (2002), Autumn in My Heart (2000), My Lovely Samsoon (2005), Jumong (2006-2007), Coffee Prince (2007), Full House (2004), Boys Over Flowers (2009), Iris (2009) ve Secret Garden (2010-2011) (Chung, 2011, s.75-87).

Birçok gözlemciye göre dünya çapında artan hayran sayısı Kore dizilerinin duygusal gücüyle ilişkilendirilmektedir. K-dramalar; aile, romantizm, dostluk, dövüş sanatları, savaş, iş ve aşk ilişkileri temalarını bir arada sunabilme gücüne sahip, cinsellikten ziyade hassas, anlamlı ve duygusal olarak inşa edilen içeriklerdir. İnsan ilişkileri ve toplumsal gerçeklere duygusal düzeyde yapılan yatırım Kore dramalarının ana gücünü oluşturmakta ve kadın izleyicilerin dikkatini bu yöne çekmektedir. Bu dizileri çekici kılan, Asya ülkelerinde nesiller boyunca izleyiciler tarafından samimi bir şekilde benimsenen aile değerleri, geleneksel duygular ve ince davranışlar da dâhil olmak üzere "Asya halklarının hassasiyetlerini" dramatize etmeleridir. Asyalılar, Kore tarih ve kahramanlık dizilerinde geleneksel yapıyı vurgulayan ortak Konfüçyüs öğretisinden ve hayata dair işlenen temalardan hoşlanırken, Batılı izleyiciler Kore dizilerinde canlandırıcı mizahı, fantastik temaları, samimi duyguları keşfetmiş ve sevmiştir. Kore dramaları Meksika, Şili, Peru ve Brezilya'da 2002'den beri yayınlanmakta ve Peru'da özellikle sevilmektedir. My Lovely Kim Samsoon ve diğer birkaç dizi Peru'daki büyük televizyon kanallarında gösterilmiş hatta ülkenin ulusal kanallarından Channel 7, Kore dramalarını prime time'da haberlerin yerine yayınlamıştır. Kore dizileri ayrıca, müstehcen içerikler ve sansasyonel konulara sahip olan pembe dizilere karşı keyifli ve rahatlatıcı bir alternatif oluşturmayı da başarmıştır (Korean Culture and Information Service, 2011a, s.72-74).

Güney Kore dramaları hala birçok Asya ülkesinde Güney Kore popüler kültürünün en ilgi gören unsurlarından biri olsa da, Güney Kore popüler müziğine yani K-pop'a olan ilgi de varlığını yoğun şekilde hissettirmektedir. A Tale of Autumn veya Winter Sonata gibi Güney Kore dramalarını izledikçe, Asya'daki izleyiciler kulağa hoş gelen ve aynı zamanda aşina oldukları film müzikleri aracılığıyla K-pop'la tanışmaya elverişli hale gelmişlerdir çünkü K-pop ezgileri sıklıkla bölgenin sosyal dokusuna daha yakın ve Batı müziğinden daha fazla duygusal notalar içermektedir. Örneğin, Güney Koreli bir pop müzik şarkıcısı olan BoA, 'No.1', 'Valenti' ve 'Listen To My Heart" isimli popüler şarkılarıyla hem Güney Kore hem de Japonya'da rekorlar kırmıştır. BoA aynı zamanda kültürler arası bir simge haline gelmiş ve Güney Kore ile Japonya arasındaki tarihsel gerilimlerin azalması noktasında

önemli bir rol oynayarak iki ülke arasında adeta bir köprü vazifesi görmüştür. Ayrıca Şubat 2004'te Singapur'da düzenlenen MTV Asya Ödülleri'nde 'En Etkili Asya Sanatçısı' ve ’Favori Sanatçı' ödüllerine layık görülmüştür (Ryoo, 2009, s. 140).

Bu noktada Çin'e kıyasla, Japon haber çevreleri Kore Dalgası’yla ilgili farklı bir tutum sergilemişlerdir. Japonya'nın Kore kültürüne ve Kore diline olan ani ve yoğun ilgisi, 1910'dan 1945'e kadar Kore'yi sömürgesi altında yönettiği göz önüne alındığında özellikle dikkat çekicidir. Bu gelişmeler ışığında Kore medyası Japonya ile çok daha iş birliğine dayalı bir yaklaşım gütme yoluna gitmiştir. Kore gazetelerindeki makalelerin Japonya ve Çin hakkında çifte standart uyguladıkları ve çok farklı tutumları olduğu açıktır. Birçok Koreli gazeteci, Kore'nin Çin karşısındaki kültürel kimliği hususunda çok daha yukarıdan bakan ve kendinden emin bir bakış açısına sahip olmuşlardır fakat Japonya’ya karşı daha ılımlı politikalar gütmüşlerdir (Lee, 2011, s.88).

Bu bağlamda düşünüldüğünde uluslararası ilişkileri bozuk olan Japonya ve Güney Kore gibi iki ülke Hallyu gibi kültürel bir fenomen sayesinde ilişkilerini düzeltme eğilimine girmiş ve normalleşme sürecini başlatmışlardır. Hallyu bu noktada bir barış elçisi görevi görmüş ve güçlü bir yapı olarak yoluna devam etmiştir.

What is Love isimli dizinin Çin’de, Winter Sonata’nın Japonya’da popüler olması Kore televizyon dizilerinin Asya bölgesinin ötesinde büyük başarı elde etmesinde önemli rol oynamıştır. Bu başarıyı devam ettiren ise, tarihi bir dizi olan ve sarayda yetim bir aşçıyken zamanla Kral’ın ilk kadın doktoru olmayı başarmış bir insanın hikâyesinin anlatıldığı Dae Jang Geum’dur. İlk defa 2003-2004 yılları arasında ekranlara gelen dizi, İran gibi İslam ülkeleri de dâhil olmak üzere dünya genelinde 87 ülkeye ihraç edilmeden önce Kore’de en yüksek reytinglere ulaşan dizi olmuştur. Kore Kraliyet Sarayı Mutfağı, geleneksel kostümleri ve tıbbi bilgiler gibi geleneksel Kore kültürünün tasvirini ekranlara taşıması ile izleyiciler üzerinde büyüleyici bir etki bırakmayı başarmıştır. 2013’te Like My Love from the Star and That Winter ve the Wind Blows gibi diziler dünya çapında sevilirken; 2016’da Dokkaebi (Guardian: The Lonely and Great God), Moonlight Drawn by Clouds ve Descendants of the Sun gibi diziler de Hallyu’yu yeniden canlandırmışlardır. 2014 yılında Kore’de yayınlanan My Love from the Star'ın bölüm başına 40.000 ABD dolarından Çin'e satılması Kore dramalarının popülaritesinin artmasına yol açmış, bundan sonra Kore dramalarının telif haklarının ücreti Çin'de büyük rakamlara ulaşmıştır. Yine 2016’da yayınlanan Descendants of the Sun isimli dizi popülaritesi nedeniyle Taehu (dizinin Kore’deki kısaltması) Sendromu olarak adlandırılmış ve Birleşik Krallık, Fransa, Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Japonya da dâhil olmak üzere 27 ülkeye satılmış ve 10 milyar

Kore Won (Kore para birimi)'unun üzerinde kâr elde etmiştir. Eylül 2017'de Kore dizilerinin yönetmen ve yapımcıları, bir Fransız drama festivali olan Festival de la Fiction TV'ye onur konuğu olarak davet edilmiştir. Yapımcıları davet edilen diziler; MBC, tvN ve JTBC gibi Kore'deki yayıncı kuruluşların yayınladığı W, Signal ve The Package gibi dizilerdir (King Sejong İnstitute, 2022).

Televizyon dramaları Koreli izleyiciler arasında daima popüler olmuştur ve en yüksek reytinge sahip on televizyon programının 5 veya 6 tanesi genellikle televizyon dramalarıdır. Bu dramalar, sosyal ilişkiler, umutsuzluk, acı, sevinç, başarı gibi duygular eşliğinde sıradan insanların günlük yaşamlarına odaklanarak izleyicilerin eğlence ihtiyacını karşılamaktadırlar. 1990'lardan itibaren dramaların popülerleşmesiyle beraber ticari kazanç olanakları artmış ve özellikle izleyicilerin memnuniyeti yapımcılar için öncelik haline gelmiştir. SBS'nin ekrana getirilen dramaların sayısını artırması ve git gide çeşitlendirilen içerikler sunmasıyla beraber "televizyon drama atağı" olarak adlandırılan bu süreçle yapımcılar içerik üretme yarışına girmişler ve daha önce işlenmemiş konular, iyileştirilmiş senaryolar ve görselliğin etkin kullanımıyla varlık göstermişlerdir. Bu süreçte televizyon dizilerinin kalitesi artarken, basının bir bölümü tarafından da estetikten yoksunluk ve cinselliğin kullanılmaması konusunda eleştiri almışlardır (Shim, 2008, s.23-24).

3.1.2. K-Pop

Güney Kore popüler kültürü Hallyu'nun bir ürünü olan K–Pop son dönemlerde Türkiye'de ve dünya genelinde sıklıkla gündeme gelmekte, bilhassa genç kadın dinleyiciler arasında büyük hayran kitlelerine ulaştığı bilinmektedir. Bu başarıda Güney Kore hükûmetlerinin 1990'lı yılların ortalarından itibaren Güney Kore Kültür Endüstrisi içeriklerine verdikleri çeşitli destekler önemli yer tutmaktadır. Genellikle gençlerin katılımları neticesinde sosyal medya platformlarında çeşitli şekillerde bir araya gelen aktif hayran topluluklarının kurulmasıyla dikkat çeken K-Pop gruplarının ulaştığı nokta, Kore Dalgası (Korean Wave) olarak nitelenen Güney Kore popüler kültürü Hallyu'nun ne derece önemli bir akım olduğunu ortaya koymaktadır. Son zamanlarda BTS, EXO, TWICE gibi K-Pop gruplarının dünya genelinde gençler arasında tırmanışa geçen popülaritesi ve "Parazit (Parasite)" filmi gibi Oscar ödülü kazanan, "Squid Game" gibi Netflix'te büyük başarılara imza atan yapımları ile sivrilen Güney Kore kaynaklı kültürel ürünler Güney Kore'den tüm dünyaya sıçrayan popüler kültür ürünlerinden bir kısmını oluşturmaktadır (Keskin, 2022a, s.784).

1990'ların ortalarında, Kore'de Kore pop müziği olarak ortaya çıkan K-pop "Kore Dalgası" veya "Hallyu" adı altında uluslararası alanda giderek daha fazla ilgi görmeye başlamıştır. "Kore pop" un kısaltması olan "K-Pop" terimi, H.O.T. gibi Koreli pop gruplarının Çinli genç dinleyicileri kitleler olarak kazanmaya başladığı bu dönemde yurtdışında da yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Koreli pop şarkıcıları, büyük eğlence ajansları altında eğitim sürecinden geçerken, K-pop dünyanın diğer bölgelerinde tanınmaya devam etti. 2000'li yılların sonlarında Çin, Japonya ve Güneydoğu Asya bölgelerinin ötesine, Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'ne yayılmaya başlamış ve sürekli artan bir şekilde, küresel çaptaki dinleyiciler üzerinde kalıcı güce sahip bir fenomen olarak etki bırakmayı başarmıştır. Uluslararası izleyiciler arasında en popüler olan K-Pop şarkıları, onları benzersiz ve akılda kalıcı kılan birkaç önemli noktaya sahiptir. K-Pop şarkılarının en yaygın türleri, senkronize biçimde dans eden ve bu dansı tekrarlayan dansçılara sahiptir. Bu tür şarkıların örnekleri arasında Wonder Girls tarafından söylenen "Nobody", Girls Generation tarafından seslendirilen "Gee", SHINee'den "Ring Ding Dong" ve KARA'dan "Mister" örnek olarak gösterilebilir. Yabancı ülkelerdeki hayranların K-pop gruplarının dans videolarını YouTube'a yüklemeleriyle beraber, K-pop hızlı bir yayılma alanı bulmuştur (Korean Culture and Information Service, 2011b, s.10-11).

Lie'ya göre Güney Kore'deki yaratıcı içerik endüstrisinin oluşmasında en çarpıcı örnekler K-pop yıldızlarının oluşum sürecidir. Güney Kore popüler kültür endüstrisinde başı çeken birtakım "şöhret yaratım ajansları" bulunmaktadır. Bunların önde gelenleri SM Entertainment, YG Entertainment, JYP Entertainment, BigHit Entertainment ve Cube Entertainment'tır. (aktaran Binark, 2018, s.43). Kore'de şöhret yaratım modeli Japonların sistemi olan ajans modelini örnek alarak ilerlemiş olsa da endüstriyel bağlamda onu büyük oranda geride bırakmıştır. Ekseriyeti Seul'un Gangnam bölgesinde faaliyet gösteren bu şirketler kadın ve erkek K-pop gruplarının yaratımında uzun yıllar süren ve oldukça yüksek maliyetli Ar-Ge faaliyetlerinde bulunmaktadır. Bu yatırımlar K-pop gruplarında yer alacak olan yıldızların şarkı söyleme, dans koreografileri, dil eğitimi hatta genel kültür eğitimine değin pek çok konuda eğitilmelerini, ideal kadınlık ve ideal erkeklik ekseninde yüz ve vücut yapılarının dahi belli bir kalıp içerisine oturması gibi konuları kapsamaktadır. Dansçıların ve şarkıcıların kostümleri, kamera açıları, koreografilerin tasarımı, görsel efektler sahne ışıklandırmaları gibi faktörler de K-pop sahnesinin bir nevi artırılmış eğlence unsuru olarak değerlendirilmektedir. Bu unsurlar şirketler tarafından estetik açıdan çok iyi bir biçimde harmanlanarak konserlerin süresinin hızlandırılmış gibi geçtiğini seyirciye hissettirebilmektedir. Seyirciler hemen bitebilecek adeta büyülü bir anın içerisinde gibidirler

ve bu anı doya doya yaşamaya çalışmaktadırlar. Şarkıcı ve dansçıların sahne koreografileri de bu hızlandırılmış zaman algısını daha gerçekçi bir hale getirmekte ve bütün bu kurgusal düzlem dinleyici veya seyircilerin K-pop yıldızlarının cazibelerine kapılmalarını sağlamaktadır. Hatta şöhret yaratım ajansları K-pop yıldızlarının kilo kontrollerini sağlamaktan plastik cerrahi masraflarına kadar pek çok konuyla da ilgilenmektedir. Bu yüzden ajanslar ile yıldızlar arasında yıldızların haklarını çok fazla gözetmeyen ve ağır koşullar içeren sözleşmeler imzalanmaktadır. Şarkılar ve koreografiler titizlikle hazırlanmakta şarkılar Kore dilinde olsa da İngilizce kelimeler, Japonca terimler de içermektedirler. Şarkı sözleri güncel popüler söylemleri de barındırmaktadır ve müziklerin oluşturulmasında dünyaca ünlü müzisyenlerle çalışılmaktadır. Piyasada faaliyet gösteren her şirketin YouTube kanalı bulunmaktadır ve piyasaya çıkacak şarkıların teaserları bu kanallardan yayınlanmaktadır. Farklı ülkelerde verilecek konserler için yıldızlar o ülkelerin dillerinde eğitim alırlar ve şarkılar da o ülkelerin dilinde yazılabilir. Hayran buluşmaları önemlidir ve yıldızlar sosyal medya aracılığıyla sık sık hayranlarıyla buluşmaya teşvik edilmektedir. Mesela K-pop'un tanınmış gruplarından BTS ve EXO instagram üzerinden yayın yaparak belli günlerde hayranlarıyla bir araya gelmektedir. Bu bağlamda K-pop yıldızları ve şarkıları için değeri katlanmış meta ürünleri yakıştırması yapılabilir. Yıldızlar yalnızca sahnede değil TV programlarında, reklamlarda, filmlerde ve yarışmalarda da rol alabilmektedirler (Binark, 2018, s.43-46).

K-pop'un zirveye tırmanması 2012 senesinde Güney Koreli şarkıcı PSY'ın bütün dünyada popüler hale gelen Gangnam Style şarkısı ile başlamış, bilhassa YouTube vb. çevrimiçi platformlar aracılığıyla K-pop grupları ve şarkıcıları dünya genelinde büyük fan kitlelerine ve dinleyici gruplarına ulaşabilmiştir. K-pop'a gündelik hayat perspektifinden bakıldığında, K-pop'un bir kültür endüstrisi ürünü olarak genç hayranlarını hayatın stresinden ve problemlerinden azat etme aracı olarak işlev gördüğünü söylemek mümkün olabilmektedir. K-pop grupları ışıltılı sahne performansları, şarkılarının arka planında yer alan mesajlar gibi özellikleriyle genç hayranları üzerinde bir rahatlama etkisi yaratmaktadır. Bu noktada De Certau'nun bakış açısıyla K-pop grupları, oluşturdukları eğlence kalıplarıyla kapital dünyanın birey üzerinde yarattığı problemlerden kaçış noktasında genç bireylerin problemleriyle mücadele etmek amacıyla kullandıkları stratejik bir fenomen olarak var olmaktadır. (Keskin, 2022a, s.787-788).

K-pop gruplarının dünyada özellikle genç dinleyiciler arasında popüler olması tesadüf değildir. K-pop şarkılarının pozitif ve neşeli tonlara sahip olması dinleyicisi olan genç kitleyi de olumlu yönde etkilemektedir. K-pop içerikleri fanları üzerinde pozitif

duygular uyandırarak, bu bireylerin hayatın olumsuz yanlarının getirdiği psikolojik problemleri ve kaygıları yenmelerine katkı sunmaktadır. Polonyalı K-pop hayranları üzerinde yapılan bir araştırmada bir K-pop grubunun hayran kitlesine dâhil olmanın bu kitle içerisindeki bireyleri olumlu etkilediği ve streslerini yenmelerine yardımcı olduğu gibi bulgulara ulaşılmıştır (Trzcinska, 2018, s.104).

K-pop'a ilişkin literatürde var olan bir görüşe göre ise Güney Kore hükûmetleri tarafından bir kültürel diplomasi aracı olarak lanse edilen K-pop kültürünün Güney Kore'ye ait bir kültür ürünü olduğu konusu şaibelidir. Çünkü; Güney Kore'nin kültürel var oluşunun bir sembolü olarak görülen K-pop'un, Güney Kore geleneksel kültürünü büyük oranda etkisi altına alan Konfüçyüsçü değerleri yok saydığını hatta geleneksel değerleri hiçbir şekilde bünyesinde barındırmadığını ifade etmek mümkündür. Ayrıca Güney Kore kültür endüstrisinin ve Kore'nin ihracat başarısının büyük bir örneği olarak kabul edilen K-pop'un zirveye olan yolculuğunun aslında Kore kültürü ve değerlerine ait olan tüm kavramları reddettiğini, bu durumun da K-pop'un Korece kelimelerden ziyade yabancı dildeki kelimeleri ve dünyada genel kabul görmüş olan popüler terimleri içermesinin ortaya çıkarttığını söylemek de mümkün olabilmektedir (Lie, 2012, s.361-362).

K-pop'un Güney Kore hükûmetleri tarafından bir kültürel diplomasi aracı olarak kullanılmasına ise 2018'de düzenlenen PyeongChang Kış Olimpiyatları açılış töreni başlangıcından kapanışa değin K-pop'un Güney Kore'nin kültürel mirası olarak tanıtılması, Güney Kore hükûmetlerinin bu kültürel ürünü uluslararası arenada ne derece desteklediğini ispatlar niteliktedir (Binark, 2019, s.133).

K-pop hayranlığı dünyada çok yönlü ve çok merkezli bir yapıyı temsil etmektedir. Çünkü; K-pop hayranlığı, K-pop'un bağlı olduğu müzik sektörünün bir uzantısı olmaktan ziyade biraz daha özerk bir yapıdır. Farklı yaş, cinsiyet, etnik köken ve milletten hayranların K-pop'tan farklı beklentileri olması doğal ve öngörülebilir bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneklemek gerekirse K-pop'un Tayvan'daki hayranları erkek gruplara ilgi duyarken, Japon hayranlar kadın gruplara ilgi duymaktadır. Bu farklılıktan çıkarılabilecek ana fikir "yerelliğin merkeziyetçiliği" olarak kabul görmektedir. Yani K-pop Güney Kore kültürüne, ekonomisine ve siyasetine sıkı sıkıya bağlı bir kavram olarak kabul görse de dünya çapındaki hayranlar açısından kendi yaşam alanları ve kendi kültürel ortamları çerçevesinde değer kazanmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta aslında hiçbir kültürel ürünün içerisine girdiği ortamın kültürel değerlerinden bağımsız olarak varlığını sürdüremeyeceği gerçeğidir (Choi & Maliangkay, 2015, s.7).

Bütün bu oluşturduğu altyapı sayesinde gittikçe küreselleşen K-pop inşa ettiği kültür endüstrisi sayesinde Avrupa ve Amerika'nın güdümünde olan müzik piyasalarında kendine sağlam bir yer edinmekte ve bu güçlü yapılarla başa çıkabilmektedir.

3.1.3. K-Film

Sinemanın tüm dünyaya yayılmaya başladığı 1900'lü yılların başlarında Kore yarımadası Japon işgaline uğramış, Japonların baskıcı ve otoriter tutumları ve Japon dilinin sosyal hayatta kullanımını şart koşmaları Kore'de sinemanın gelişimini sekteye uğratmıştır. Yerel özelliklere hiçbir yaşam alanı tanımayan Japon totalitarizmi sebebiyle Kore'de sadece itaat kültürünü ön plana çıkartan propaganda filmleri çekilebilmiştir. Bu yüzden ilk Kore filminin hangisi olduğu, ne zaman gösterildiği gibi konular belirsiz olmakla birlikte Koreliler Kim Do San'ın 1919 yılında çektiği The Righteous filmini ilk Kore filmi saymaktadır. Japonların Kore üzerindeki baskıcı tutumu 2. Dünya Savaşı yıllarına kadar sürmüş ve Japonya ancak savaşta yenildikten sonra Kore yarımadasından çekilmek zorunda kalmıştır. Bu da Kore yarımadasının siyasi olarak bölünmesine yani Kuzey ve Güney Kore olmak üzere iki devletli bir yapının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. İki devletli yapı, 25 Haziran 1950'den 1953'e kadar devam eden Kore Savaşı'nın çıkmasına yol açmış Kuzey ve Güney Kore birbiriyle savaşmıştır. 1960 yılında ise Güney Kore'de askeri darbe meydana gelmiş ve bu dönemde yapılan filmler baskıcı ortamın da etkisiyle özgür konu seçimlerine sahip olamamıştır. Yalnızca komedi, dram ve aşk filmleri çekilebilmiştir. 90'lı yıllarda başlayan demokratikleşme hareketleriyle sinema üzerindeki baskıcı tutum ortadan kalkmış Güney Kore filmleri uluslararası sinema gösterimlerine dâhil olmaya başlamıştır. Bu dönemde Samsung, Hyundai gibi dünya devi şirketler sinema endüstrisini destekleme kararı almış ve sektörün hareketlenmesine önemli katkı sağlamışlardır. Fakat yine 90'lı yıllarda sinemada yabancı film kotasının kaldırılmasıyla ülke yabancı filmlerin, özellikle de Hollywood yapımlarının akınına uğramış ve Güney Kore yapımı filmler bir miktar da olsa değersizleşmiştir. 2000'li yıllara gelindiğinde ise sinema endüstrisi yapılan yatırımların karşılığını görmeye başlamış ve sektör büyük atılımlar yaşamıştır. 2003 yılında Park Chan-Wook tarafından sinema tarihine kazandırılan "Old Boy" isimli film Güney Kore Sineması için bir dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Bu film sayesinde Güney Kore Sineması büyük bir uluslararası başarı kazanmış ve tüm dünyada bilinirliği artmıştır. Yine 2004 yılında Kim Ki Duk tarafından çekilen "Time" ve "Samaritan Girl" isimli filmler büyük bir çıkış yakalamıştır. Güney Kore Sineması'nda günümüzde işlenen konular ise insani

duygulara dair konulardır. Gündelik hayatın zorlukları, yabancılaşma, iletişim güçlüğü gibi sosyal temalar da Güney Kore Sineması içerisinde kendisine yer bulabilmektedir (Oylum, 2011, s.28,32).

Günümüzde Güney Kore, Hollywood yapımı filmlerin iç pazarda baskın olmasını engellemeye çalışan ülkelerden biridir. Kore'de 1999 yılında büyük maliyetlerle Hollywood tarzında çekilen ve geniş bir izleyici kitlesine ulaşan "Shiri" isimli filmden beri, Kore Film Endüstrisi yurt içi ve yurt dışında kendisini kabul ettirmeyi başarmış büyük bir sektör haline gelmiştir ve yerel içerikler bugün Güney Kore Film Endüstrisinin yüzde 50'sinden fazlasını meydana getirmektedir. Sinema endüstrisinde kullanılan teknolojinin niteliği, hikâye kurgusu, oyunculuklar, dağıtım kanalları gibi özellikleri sayesinde Güney Kore Film Endüstrisi Asya'nın en iyileri arasında kendine yer bulmayı başarmıştır. Koreli filmler, yönetmenler, film yıldızları uluslararası arenada tanınmakta ve birçok film festivalinden de ödüllerle dönmektedirler. Ayrıca, Koreli prodüksiyon şirketleri milyonlarca dolarlık film projeleri için Hollywood yıldızlarıyla bir araya gelerek küresel bir nitelik kazanmışlardır. Bazı Kore filmleri Çin, Japonya ve Hollywood'a uyarlanarak yeniden çekilmiş ve Koreli oyuncular bu filmlerde sahne almışlardır. Güney Kore Sineması bu sayede Hollywood düzeyinde bir ana akım sinema ekolü olmayı başarma noktasında ilerleyişine devam etmektedir (Korean Culture and Information Service, 2011a, s.79-80).

2000'li yıllarda Güney Kore Sineması Park Chan-wook, Kim Ki-duk, Lee Chang-dong, Kwak Jaeyong, Hong Sang-soo, Bong Joon-ho gibi yeni nesil yönetmenler eşliğinde bir taraftan işlediği temaların sayısını artırırken bir taraftan da Hollywood'un sinema endüstrisinde kendine has tür filmleri üretme konusundaki ustalığını, farklı tür filmleri birbiriyle harmanlayarak yeni bir seviyeye taşıma başarısını gösterebilmiştir (Gündel, 2021, s.1704).

Özellikle son yıllarda tüm dünyayı etkisi altına alan Covid 19 pandemisi döneminde sinema endüstrisinde Hollywood da dâhil olmak üzere önemli değişimler gözlemlenmiştir. Bilhassa dijitalleşmeye ayak uydurma konusunda Güney Kore, dünyanın birçok ülkesine göre daha başarılı olmuştur. Güney Kore yapımı "Parasite" isimli filmin 2020 yılında en iyi film dalında Oscar ödülü kazanması tüm dünyada dikkatleri Güney Kore Sinema Endüstrisi'nin başarısına odaklamış ve bu durum sektör açısından bir mihenk taşı olarak kabul edilmiştir. Güney Kore Sineması'nın böylesi bir başarıyı gösterme noktasında izlediği politikalar ve sektörde ciddi bir var oluş disiplini gösterebilmesi önemli unsurlar olarak

görülmektedir. Özellikle KOCCA[4]'nın alandaki dijitalleşme konusunda ileri görüşlü bir profil çizdiğinin ve buna göre politikalar ürettiğinin altını çizen Prof. Dr. Mutlu Binark, sinema endüstrisinin pandemi koşullarına hızlı bir şekilde uyum sağladığını ifade etmiştir. Ayrıca KOFIC[5]'in pandemi sonrasındaki dünyada sinema endüstrisinin nasıl şekilleneceğini analiz ettiği çalışmaları da bulunmaktadır. Öte yandan pandeminin getirdiği koşullar göz önüne alındığında sadece 2020 yılında Güney Kore'nin üç büyük sinema zinciri CJ-CGV, Lotte Cultureworks ve J Contentree'nin toplam kaybı 877 milyon dolar olmuştur. Sektörün kendine gelmesi amacıyla bu noktadan sonra dijital platformlara özellikle yatırımlar yapılmaya başlanmış, Güney Kore pazarına 2016'da dahil olan Netflix'in peşi sıra Disney+, HBO Max ve Apple TV+ da pazara giriş yaparak rekabet etmeye başlamıştır. Güney Kore Sineması'nın dünyada bilinirliğinin artması noktasında çaba gösteren ve 2011'de 15. Busan Film Festivali'nde Kore Film Muhabirleri Derneği Ödülü'nü alan Darcy Paquet'e göre ise Güney Kore Sinema Endüstrisi'nin başarı kazanması noktasında Kore'nin büyük şirketlerinin yatırım araçlarının, devlet desteğinin ve film yıldızlarının yaratılması politikalarının ötesinde asıl olarak seyirci desteği ve Kore'nin gelişmiş sinema kültürü ön plana çıkmaktadır (Independent, 2021).

Kore Sineması'nın sanatsal niteliklerinin belirleyici unsuru olarak çekim açıları ve adeta bir fotoğraf karesini hatırlatan sahneler ekrana getirilmektedir. Senaryo kurgusu ve sahneler arası geçiş, sanatsal bir atmosfer yaratırken seyirci sinema tekniğinin bu fotografik özelliği sayesinde kendini film karesinin içerisinde yer alıyormuş gibi hissetmektedir. Ayrıca Güney Kore filmlerinde aktör ve aktrislerin şöhretinin filmin kurgusunun önüne geçmemesine dikkat edilmesi filmlerde bir denge ve uyumun yakalanmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca Kore Sineması kendinden önce var olan sinematografik geleneği yeniden kurgulamakta ve alana yeni yorumlar getirme konusunda öncü olmaktadır. Kore sinemasının bu özgün yapısı, dünya genelinde belli bir ilgiyi cezbetmiş ve pek çok ülkenin sinema otoriteleri bu yapıyı kendi şartlarına uyarlama konusunda oldukça istekli olmuştur. Ülkemizde de benzer çalışmalar yapılmış ve orijinali Güney Kore yapımı olan "Miracle in

[4] Kore Yaratıcı İçerik Ajansı KOCCA (Korea Creative Content Agency) Mayıs 2009'da hükûmet tarafından Korean Broadcasting Institute, the Korea Culture & Content Agency ve the Korea Game Agency iştirakiyle Kore içerik endüstrisini denetlemek ve koordine etmek amacıyla kurulmuştur (Korea Creative Content Agency, 2022, https://www.kocca.kr/en/main.do, Erişim Tarihi: 08.08.2022).

[5] Kore Film Konseyi (KOFIC), Kore filmlerinin kalitesini artırmak ve Kore film endüstrisini tanıtmak için kurulmuş bir kamu kuruluşudur (Korean Film Council, 2022, http://www.koreanfilm.or.kr/eng/kofic/intro.jsp, Erişim Tarihi: 08.08.2022).

.

Cell No 7" filmi "7. Koğuştaki Mucize" adıyla uyarlanarak yeniden çekilmiştir (Öztürk, 2022, s.168).

3.2. Güney Kore Popüler Kültürünün Küresel Ölçekte Yayılımına Yol Açan Faktörler

Hallyu ile alakalı akademik çalışmalara bakıldığında; hayranlıkla izlenen televizyon dizileri, filmler ve popüler müzik kültürünün arka planında, Güney Kore hükûmetinin ekonomik kalkınma hedefiyle sistematik bir şekilde yürüttüğü politikaların etkisi büyüktür. Güney Kore kültür ürünlerinin kendi bölgesinde ve daha sonra dünyanın birçok yerinde varlığını hissettirmesiyle yerel ve küresel unsurlar birbiriyle birleşerek yeni bir kültürel fenomenin yayılmasına yol açmıştır (Asa, 2019, s.29-30).

Güney Kore hükûmetlerinin sistematik bir şekilde yürüttüğü küreselleşme stratejileri Asya'yı etkisi altına alan ekonomik kriz yıllarına rastlasa da Güney Kore bu kriz ortamını fırsata çevirmeyi bilmiş, ulusal kimliğini tanıtarak ve geleneksel kültür özelliklerini yeniden programlayarak zamanının popüler kültür ürünlerine eklemlemeyi başarmıştır. Bu kriz zamanlarında Kore kültürünün küreselleşmesini, ülkenin ekonomik kalkınmasının bir aracı olarak görmüş ve bu hedefi gerçekleştirmek için sistemli politikalar yürütmüştür. Örneklemek gerekirse Kore hükûmeti Japonya'dan yönelecek olan kültürel tehditlere önlem olarak 300 kadar kültür enstitüsü açmış ve birçok öğrenciye burs imkânı sağlamıştır. Ayrıca Kore Kültür Bakanlığı kültür ürünlerinin ihracatını ekonomik kalkınmada ilk aşama olarak görmüştür (New York Times, 2005).

Hallyu'nun dünya çapında ulaştığı başarı, konuya ilişkin birçok araştırmanın yapılmasına ön ayak olmuştur. Özellikle üç ana başlığa ilişkin araştırmalar öne çıkmıştır. Bu üç başlık Hallyu'nun açık veya gizli stratejik planların ürünü olduğu tezi üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda ilk başlık olan küreselleşme teorisinde Hallyu kavramının nasıl sistemleştirildiği ve kurumsallaştırıldığı üzerinde durulmaktadır. İkinci teori olan kültürel yakınlık teorisinde ise Asya kökenli izleyicilerin Hallyu hayranlığının ve bu kavramın başarısının ne şekilde gerçekleştiği konusu üzerinde durulmaktadır. Üçüncü başlık olan yumuşak güç teorisinde ise Hallyu fenomeni üretilirken ulaşılmak istenenin ne olduğu ve ülke markalaşmasının nasıl gerçekleşeceği konusu araştırılmaktadır. (Macit, 2018, s.63).

Kore'nin zamanla bölgesel var oluş düzeyinden sıyrılarak küreselleşme çabası içine girmesinde dikkate alınması gereken nokta üzerinde hissettiği Amerikan kültürünün etkisinden kurtulma isteği olarak düşünülebilir. Kore, gittikçe dozu artan Amerikan

kültürünün yol açtığı sonuçlardan kurtulabilmek amacıyla kendisine bir küreselleşme politikası edinmiş, fakat bu küreselleşme stratejisini edinebilmek için bile Amerikan medya yapısından faydalanmak durumunda kalmıştır. Bu durumu açıklayan önemli unsurlardan biri; Kore'nin sinema endüstrisi sisteminde uyguladığı, ağırlıklı olarak Kore filmlerinin gösterimini zorunlu tuttuğu ve yabancı filmlerin gösterimine kota koyduğu ekran kota sisteminin gevşetilmesi gelişmesi olmuştur. Bu düzenlemenin yapılmasını, Kore ile yapacağı Serbest Ticaret Antlaşması görüşmelerini başlatmak için Amerika şart koşmuştur. Bu gelişme üzerine Kore hükûmetinin yeni düzenlemesiyle bir yılda gösterime giren filmlerin 146 tanesinin yerli film olması zorunluluğu 73 filme indirilmiştir (Kim & Jin, 2016, s.5524).

Her şeyden önce Kore popüler kültürü, Batı medya kültürünün, özellikle de Amerikan medya kültürünün ithal edilmesiyle beraber gelişme imkânı bulmuş, Amerikan yapımlarından uyarlanan TV dizilerinin de etkisiyle kendine özgü bir televizyon ve film kültürü oluşturmuştur. Japon kültürü de Kore kültürünü dolaylı olarak etkilemiş, 1945'te sona eren Japon işgalinden sonra, Japonya'nın baskısı ortadan kalksa da Japon kültürü Kore kültürünü en çok etkileyen araçlardan biri olmuştur. Kore popüler kültürü yapı ve içerik olarak Batı tarzından etkilense de, vermek istediği mesajlar noktasında Doğu kültürünün izlerini taşımaktadır. Bu kültürel olarak melezleşmiş yapı, TV, oyun ve müzik endüstrilerini de etkilemiş ve birçok büyük şirket Kore popüler kültür ürünlerini uluslararası alanda pazarlayarak tüm Kore pazarının genişlemesine ön ayak olmuştur (Kim, 2007, s.308-309).

Kore popüler kültür ürünlerinin başarısı Batı ve Amerikan medya kültüründen beslense de, bu başarıdaki en büyük pay Kore kültür ve medya endüstrisine ait olmuştur. Batı ve Amerikan kültüründen devşirilen ürünler Asyalı pratiklere uygun hale getirilerek yeniden üretilmiş böylece etki alanını genişletmiştir. Batı popüler kültür ürünleri direkt olarak ithal edilip aynı şekilde yayınlandığı taktirde bu kadar büyük bir başarı yakalanamayacakken uyarlanarak yayınlanmış, Kore ile benzer yönlere sahip olup Batı ile büyük farklılıklara sahip olan Asya ülkeleri arasında bu sayede popüler olabilmiştir (Ryoo, 2009, s.148).

Kore dizileri ve filmleri aşk, dostluk, büyüklere saygı gibi temaları içinde barındıran ve Asya kültürünün izlerini taşıyan Konfüçyüsçü değerlere sahip olduğu için Asyalı seyirciler tarafından hızlı bir şekilde benimsenmiştir. Bunun yanı sıra Hallyu'nun büyük başarısının arka planında Koreli kültür şirketlerinin serbestleşmesi, hükûmetin destekleyici politikaları, dijital medya teknolojilerinin gelişimi gibi sebepler de yatmaktadır (Jung, 2019, s.58).

Özellikle dizi bazında Güney Kore popüler kültürünün küreselleşmesi, Hallyu'yu bölgesel çapta yaymış olan Winter Sonata dizisinden sonra 80 kadar ülkeye ihracı gerçekleşen "Dae Jang Geum" isimli dizi sayesinde olmuştur. Türkiye'nin yanı sıra Mısır, İran, Suudi Arabistan gibi ülkelere pazarlanan dizi, Hong Kong, Tayvan, Çin gibi ülkelerde de ilgiyle takip edilmiş, dizide geleneksel Kore mutfağının sıklıkla yer almasıyla ve başrol oyuncusu Jang Geum'un fotoğrafının bastırıldığı ürünlerle beraber şöhret kazanmıştır. Singapur televizyonlarındaki gösteriminden sonra ise şehirdeki Kore restoranlarının sayısı altı katına çıkmış, Sri Lankalı izleyiciler arasında da oldukça popüler olan dizi ülkedeki kadınlar arasında ilgi odağı olmuştur. Bu ülkede dizi, modaya ciddi yön vermiş ve ülkedeki kadınlar saç modellerini Jang Geum tarzında yaptırmışlar, onun gibi yemek yapmaya başlamışlar hatta çocuklarına onun ismini vermişlerdir. Jang Geum resimli çantalar, tişörtler, takvimler gibi ürünlerin basılmasıyla ekonomi sektörü de hareketlenmiştir. Bunlarla beraber dizi ülke siyasetine dahi etki etmiş ülkenin başbakanı, Jang Geum'un hayatından örnekler veren bir konuşma yapmıştır. Bu bağlamda dizinin Sri Lanka toplumunu sosyo-kültürel açıdan oldukça etkilediğini söylemek mümkündür (Jinasena, 2014, s.89-90).

Kore'de ciddi bir izleyici kitlesine ulaşan Dae Jang Geum, küresel bir başarı elde etmiş, 2004-2005 yılları arasında Güneydoğu Asya'da En İyi Yabancı Dil Drama Ödülü'nü kazanmıştır. Doğu kültürünü yansıtan ve Koreli bir kadının başarılarını konu alan anlatısal yapısıyla ataerkilliğin oldukça güçlü olduğu Müslüman ülkelerde, özellikle İran'da popülerlik yakalamış ve İran televizyonlarında gösterilerek %86 gibi büyük bir izleyici oranına ulaşmıştır.

İran devlet televizyonu IRIB tarafından Nisan 2007'de yapılan bir ankete göre, Dae Jang Geum izleyicilerin beğenisini %92 gibi yüksek bir oranda kazanmayı başarmıştır. İran'da bilinirliği olmayan Kore, artık bu dizinin ismiyle anılır olmuş ve popülaritesi ciddi oranda yükselmiştir. Dae Jang Geum'un ulaştığı bu büyük başarı daha fazla Kore dizisinin ithal edilmesine yol açmış ve İran'daki reklamlarda ünlü Koreli modeller ve aktörler rol almış ve Kore ürünlerinin ihracatı önceki yıllara oranla yüzde 46,3 artışla 10 milyar dolara ulaşmıştır. Söz konusu dizi ülkemizde de TRT 1'de "Saraydaki Mücevher" ismiyle yayınlanmıştır (Jung, 2019, s.46).

Kore popüler kültürünün dünya çapındaki bilinirliği, Bae Yong-joon (Japonya'da Yon Sama olarak bilinmektedir), Jang Dong-gun, Lee Seo-jin, Kwon Sang-woo, Won Bin, Jang Keun-suk, Lee Byung Hun, Rain, Jun Ji-hyun ve Bae Doona gibi Hallyu film yıldızlarını ortaya çıkarmış, ayrıca bunlardan son dördü Hollywood filmlerinde başrol olarak yer almıştır. Bazı K-film yönetmenlerinin ve oyuncularının günümüzde sahip oldukları

büyük uluslararası şöhret, kısmen Busan Uluslararası Film Festivali (BIFF), Jeonju Uluslararası Film Festivali (JIFF) ve Bucheon Uluslararası Fantastik Film Festivali (BıFan) dâhil olmak üzere Kore'de düzenlenen uluslararası film festivalleri aracılığıyla olmuştur. İlgi çeken konusu ve sağlam kurgusuyla Kore filminin iyi bir örneği olarak uluslararası tanınırlık kazanan Train to Busan, Kuzey Amerika, Güney Amerika, Avrupa ve diğer ülkeler dâhil 160'dan fazla ülkeye satılarak 52 milyon Amerikan dolarının üzerinde hasılata ulaşmıştır. Uluslararası film toplulukları da son zamanlarda Kore filmlerine ve film yönetmenlerine yoğun ilgi göstermeye başlamış ve Batılı eleştirmenlerin dikkatini çeken Koreli yönetmenler arasında Im Kwon-taek, Lee Changdong, Park Chan-wook, Hong Sang-soo, Kim Jee-woon ve Bong Joon-ho gibi isimler yer almış ve hepsi de ciddi başarılara imza atmıştır. Im Kwon-taek'in Strokes of Fire (2002)'ı, Park Chan-wook'un Thirst (2009)'ü ve Im Sang-soo'nun The Taste of Money (2012)'i gibi yapımlar büyük başarılar kazanmışlardır. 2000'li yıllarda Kore filmlerine olan rağbetin artması ve daha fazla Kore filmi çekilmesiyle bu filmler 10 milyondan fazla izleyiciye ulaşmıştır ve bu filmler arasında Ode to My Father (2014), Assassination (2015), Veteran (2015), Train to Busan (2016), A Taxi Driver (2017), Along with the Gods: The Last 49 Days (2017) gibi filmler bulunmaktadır (King Sejong İnstitute, 2022).

Dijital iletişim teknolojilerinde gerçekleşen atılımlarla birlikte küreselleşme olgusunun giderek güç kazanması Herbert Marcuse'nin "Tek Boyutlu İnsan" fikrine dikkat çekmektedir. Kültürel küreselleşmenin araçlarından olan medya sayesinde üretilen kültürel içerikler birbiriyle çokça benzerlik göstermekte, farklı kültürel özelliklere ve coğrafyalara ait olan insanların manevi yönden dahi neredeyse aynı bakış açısına sahip olmasına yol açmaktadır. 2000'li yıllardan itibaren ülkemizde popüler hale gelen Kore Dalgası dizileri de Amerikan kültür endüstrisi ilkeleriyle oluşturulmuş küresel kültür taşıyıcılarından biridir. Bu bağlamda Kore Dalgası, Güney Kore'nin ekonomik kalkınmasına katkı sağlamak amacıyla üretilmiş bir sistem olsa da küresel bir fenomene dönüşmüş, görselliği yücelten estetik unsurları gerek dizilerde gerekse müzik endüstrisinde başarıyla kullanarak özünde kapitalizmin öğretilerini güçlendirmeye hizmet etmektedir (Ümit, 2018, s.329).

Bunların yanında Kore popüler kültürünün gelişmesi ve yayılmasında Hallyu ile ilişkili kuruluşların sayısı yıllık %7 oranında artış göstermekte, üye sayılarında ise %36'lık artış yaşanmaktadır. 2020 yılından itibaren dünya genelinde Hallyu ile ilişkili kurumların sayısı neredeyse 100 milyona yaklaşmıştır. Bunun yanı sıra K-pop gruplarından BTS'nin Güney Kore ekonomisine tek başına yılda 3,6 milyar dolardan fazla katkı sunduğu tahmin edilmektedir. Covid 19 pandemisinden önce Güney Kore'yi ziyaret eden turistlerin yaklaşık

800.000'inin bu gruptan etkilenmeleri vesilesiyle ülkeyi ziyaret ettikleri ve bu sayının ülkeye gelen toplam turist sayısının %7'sine tekabül ettiği tahmin edilmektedir. Güney Kore popüler kültürünün yayılmasının özellikle 2012'lerden itibaren devlet destekli bir politikayla teşvik edilmesi ulusal marka imajının artırılması yolunda önemli bir adım olmuştur. Bu noktada popüler kültür vasıtasıyla bir "Güney Kore markası" oluşturmak yalnızca milliyetçi bir hamle değil, ekonomik faydanın yanı sıra Güney Kore gibi bir devlet için yumuşak güç oluşturulması hususunda da dikkate değer bir durumdur (Ankara Kriz ve Siyaset Araştırmaları Merkezi, 2016).

Kore hükûmetleri Hallyu'yu geliştirmek amacıyla özel bütçeler ayırmışlar ve Ar-Ge çalışmalarında bulunmuşlardır. Kore mutfağı, Kore müziği, aktör ve aktrislerde bulunan Kore makyajı gibi kültürel ürünler televizyonda gösterilen unsurlar olmuştur. Kore hükûmetleri bazı ülkelerde saha araştırmaları yaparak popüler kültür içeriklerini geliştirmek veya bu içerikleri tüketenlerle etkileşime girebilmek için kritik atılımlar yapmışlardır. Kore kültürel içeriklerinin arz edileceği ülkelerin karakteristiğine göre içerikler güncellenmiş ve dönüştürülmüştür. Netflix gibi dijital medya platformlarında var olabilmek için bu mecralar da araştırılmış ve Güney Kore, kültürel ürünleri vasıtasıyla bu alanda da başarılı bir şekilde varlığını göstermiştir (Ökmen & Ökmen, 2022, s.44).

Diğer yandan Hallyu'ya yönelik KOCCA'nın destekleyici faaliyetleri ve medya endüstrisinin içerik üretim stratejileriyle ilgili izlediği yol da önem arz etmektedir. Kore hükümetinin 2006 yılında uygulamaya koyduğu "Media and Cultural Industry Act" (Medya ve Kültür Endüstrisi Yasası / Munhwa Sanup Jeonmun Heoisa) vasıtasıyla televizyonlarda yayınlanan drama içeriklerine destekler sağlanmakta, vergi indirimleri uygulanmaktadır. Güney Kore'nin üç büyük ağ televizyon istasyonu olan KBS, MBC ve SBS'nin ortak oluşturduğu çevrimiçi yayın platformu olan KOCAWA TV, K-dramaları Kuzey ve Güney Amerika bölgesine İngilizce altyazılar ve etkili görseller eşliğinde sürekli olarak yayınlayarak tanıtmakta ve Hallyu içeriklerine yönelik olarak bu bölgelerdeki hedef kitlenin ilgisini cezbetmektedir. Ayrıca YouTube'da faaliyet gösteren "Imagine Your Korea" kanalı K-pop yıldızlarının küresel çapta yakalamış olduğu başarıyı kullanarak Kore'yi turistik bir cazibe merkezi olarak konumlandırmaktadır (Binark, 2019, s.121,154).

3.3. Hallyu Dizilerinin Prodüksiyonel ve Anlatısal Yapısı

Kore yayıncılık sisteminde üç televizyon ağı ve bağımsız (özel) televizyon kanalları başlıca yayıncılar olarak yer almaktadır. Birkaç on yıl boyunca, üç ağ TV istasyonu (KBS,

MBC ve SBS) yayın politikaları nedeniyle sektörde öne çıkarak tüm TV program türlerinin yapımında önemli rol oynamışlardır. Bu yayıncılar Kore medya endüstrisinde günümüzde de başat rol oynamakta ve yayıncılık sektöründe egemenliklerini sürdürmektedirler. KBS; devlete ait bir kamu hizmeti yayıncısı olarak, MBC; bir zamanlar bir kısmı devlete ait olan fakat 1960'lardan itibaren bağımsız bir niteliğe kavuşarak kendi yayın politikalarını benimseyen Kore'nin ikinci en büyük yayın istasyonu olarak ve yayıncıların en yenisi olan SBS ise 1991 yılında kurularak ticari bir televizyon kanalı olarak hizmet vermeye başlamıştır. Kore dramalarındaki ilk dönüm noktası 1990'ların sonlarında uydu ve kablo TV servisleri üzerinden birçok kanalda yayınlanarak gerçekleşmiştir. Çok sayıda TV kanalının varlığı da dizilere olan talebin artmasına yol açmış, arz talep dengesi nedeniyle de televizyon dramaları medya sektöründeki en değerli ticari varlıklar haline gelmiştir. Bunların yanında dönemsel ekonomik şartlar televizyon endüstrisindeki bazı yayınların ekrana getirilişini sınırlarken (eğlence programları vb.) eğitim ve kültür temalı programlar konusunda böyle bir kısıtlama oluşmamıştır. Televizyon yapımları söz konusu olduğunda ticari başarı, yayıncılar için en önemli ölçütlerden biridir ve yapımcılar, reklam verenler için değerli olduğundan ürettikleri içeriklerin geniş demografik profillere sahip çok sayıda izleyiciye hitap etmesini oldukça önemsemektedirler. Çünkü reklam gelirleri Kore'de yayıncılık ekonomisini ilgilendiren önemli hususlardan biridir. 2000'li yılların ortalarından itibaren, Kore'deki bağımsız prodüksiyon şirketleri içerik üretimlerinin büyüklüğünü ve kapsamını hızla genişletmiştir. Bu noktada, Kore'deki küçükten büyüğe çoğu bağımsız prodüksiyon şirketi, TV dramalarını yapılandırmak amacıyla ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte ortak bir prodüksiyon sistemine sahip Olive 9, JH Production, PAN Entertainment, SamHwa Production ve Chorokbaem Media ismiyle beş yapım şirketi eski yapımcılar, yönetmenler ve senaristler tarafından kurulmuştur. Birçok televizyon dizisi kendi yapım maliyetlerini hatta dizi sektörünün kâr beklentilerini yeterli düzeyde karşılasa da reklama dayalı kâr elde edilmesi sektörde rekabetin artmasına ve bir televizyon dizisinin yapım maliyetinin yüksek düzeyde artışına yol açmıştır. 2009 yılında 391 yapım şirketiyle yılda 45.000 saat yayın içeriği üretilmiştir ve bu Corea Drama Prodüksiyon Derneği'nin (CDPA) 2012 yılındaki raporuna göre günde 123 saate tekabül etmektedir. Diğer yandan Kore Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığına kayıtlı 156 bağımsız drama prodüksiyon şirketi bulunmaktadır (Ju, 2017, s. 98-99).

Birçok Kore draması, geleneksel değerlere vurgu yapan aile ilişkileri temelinde hayat bulmaktadır. Bu durum da kültürel yakınlık perspektifinden bakıldığında dünyanın diğer bölgelerindeki Asyalı izleyiciler arasında ilgi görmektedir. Tsinghua Üniversitesi

Gazetecilik Bölümünden Profesör Fan Hong'a göre Kore dramaları sadece Asyalı izleyicilere değil dünya genelindeki izleyici kitlelerine hitap edebilme gücüne sahiptir. Çünkü; Kore dramaları sıklıkla insani değerleri içine alan temaları işlemektedirler. 2005 yılında düzenlenen bir seminerde Fan Hong "Kore dramalarının günlük yaşama dair bilindik konularla ilgilendiğini ve birçok Çinli izleyicinin bu dramaları insani değerleri içine aldığı için tercih ettiğini" ifade etmiştir. Kore dramalarının ana temaları özellikle geniş kitlelere ulaşma potansiyelini elinde bulunduran ve evrensel duygular olan arkadaşlık, aile değerleri ve sevgi gibi duygular olmuştur. Bu faktör Kore'yle bölgesel ortak değerlere sahip olan Çin'in ötesinde dünyanın diğer bölgelerindeki insanlarla da bağlantı kurabilme noktasında önemli bir güce ev sahipliği yapmaktadır. Hong ayrıca, Kore dramalarındaki anlatısal yapının Konfüçyüsçülüğün geleneksel değerleriyle modern izleyicilerin bağlılık gösterdiği Batı materyalizmini ve bireyciliğini etkili bir biçimde harmanlayan bir ruh taşıdığını vurgulamaktadır. Kore dramalarının evrensel çapta kabul görebilmesinin arkasındaki itici güç de bu unsurlardan oluşmaktadır. Yaşlı seyirciler de dramalarda vurgulanan geleneksel değerlere aidiyet hissi duyabilmekte, aile ilişkileri, büyüklere saygı, kardeşler arasındaki sevgi ve bağlılık gibi duygular modern zamanlardaki hızlı toplumsal değişimlere ve Batı bireyciliğinin dayatmalarına rağmen Asya kültürlerinde ortak erdemler olarak yaşamlarını sürdürmeye devam etmektedir (Chung, 2011, s.42-43). Güney Kore dramaları teknolojideki gelişmelerle beraber dünyanın birçok bölgesine ihraç edilmiştir. Prodüksiyonel olarak kamera, ses, ışık sistemleri ve kurgu teknikleri oldukça gelişmiştir. Görsellik en önemli unsurlardan biridir. (Balta, 2019, s.44).

Güney Kore dizilerinin yapımcıları Batılı değerlerin olumsuz yönlerini ekrana getirmeme konusunda hassasiyet göstermektedirler. Hintli izleyicilerin Kore dizilerini Hollywood filmlerindeki cinsellik barındıran sahnelerden farklı olarak daha ahlaka uygun ve aile ile izlenebilir bulması bu hassasiyete dikkat çeken önemli faktörlerden biridir. Ayrıca Hallyu dizilerinin içeriğindeki ahlaki değer vurguları, saf aşk, dostluk ve gönül alma, iffetli olma gibi değerler ve iyi ile kötünün mücadelesinde iyinin mutlaka galip gelmesi durumu dizilerin ana temalarını oluşturmaktadır. Bunların yanında Hallyu dizi ve filmleri etkileyici müzikler içermektedir ve bu müzikler dizi ve filmlerin başarısına destek olmaktadır (Macit, 2018, s.56).

Kore yapımlarının Çin ve Asya ülkelerindeki popülerlikleri genellikle şu ilkelere dayanmaktadır: Yüksek kaliteli gelişmiş kamera çekimleri ve açıları ile Kore TV dramaları geniş çevreler tarafından dünyanın en iyi TV prodüksiyonlarından bazıları olarak kabul edilmektedir. Güzellik algısının ön plana çıktığı çarpıcı sinematografi, değişen mevsimlerde

doğal manzaralar, ilginç binalar, çekici genç aktörler ve aktrisler, etkileyici moda anlayışı ve makyaj, kostümler, vb. hepsi izleyicileri memnun etmektedir. Yoksulluk ve sefalet içeren sahneler bile bir şekilde ilgi çekici bir şekilde yansıtılmaktadır. Asyalılık kimliği ya ultra modern ya da egzotik ve tarihsel ortamlarda modern bir imajla sunulmaktadır. Tüm Asyalı oyuncular, fiziksel özellikleri nedeniyle de Asyalı izleyicilere hitap edebilmektedir. Kore diyalogları altyazılı olarak yayınlandığında, Çince ve Japonca'ya yapı olarak benzemesi sebebiyle de bu durum Asyalı izleyiciler için bir cazibe noktası oluşturmaktadır. Ayrıca Asya kültürünü yansıtan, aileyi merkeze alan, büyüklere saygı, dindarlık, sadakat, kardeş sevgisi, eğitimin kutsallığı gibi Konfüçyüs felsefesi temelli değerler dramalarda sıklıkla işlenmektedir. Asya'da yaygın olan kadercilik görüşü de hikâye kurgusunun temelini oluşturmaktadır. Ayrıca cinsiyetlere yönelik geleneksel tutumlar da iyi yansıtılmaktadır. Kadın ana karakterler genellikle cinsel çekiciliği yüksek oranda perdeleyen mütevazi elbiseler giymektedir. Aralarında duygusal ilişki olan karakterler nadiren öpüşmekte ve bu durum, tüm dizi boyunca yalnızca bir iki kez gerçekleşmektedir. Bunun dışında duygusal ilişkiye sahip olan karakterler arasında cinselliğe dair tek ima, evlendikten sonra bebeklerinin doğumudur. Asya'nın bu bakış açısı ve geleneksel tavrı kültürel ürünlerinin Çin'de ve diğer Asya ülkelerinde başarılı olmasını sağlamasının yanı sıra İslam dünyasına yayılmasına da katkıda bulunan önemli bir faktördür. Kadınlar mütevazı kişiliklere sahip olmalarının yanında güçlü, prensip sahibi, cesur insanlar olarak tasvir edilmektedir. Sık sık ortaya çıkan yüksek sosyete imajına sahip olan kadın karakterler bile prensipli, gururlu ve iyi kalpli olarak konumlandırılmaktadır. Erkekler ise genellikle nazik, romantik, sevecen aşık, koca ve baba olarak tasvir edilmektedir. Kadınların bu modern imajı, uzun süredir erkeklerin egemen olduğu Asya topluluklarında Asyalı kadın izleyicilere hitap etmektedir. Geleneksel Kore Kültürüne olan saygı yeni Western odaklı küresel kültüre adapte olabilmektedir. Yani eski ve yeni uyumlu bir şekilde bir araya gelebilmektedir. Ayrıca Kore dijital içerikleri bölgesindeki Çin ve Japon içeriklerine göre daha ucuz fiyatlarla dünya çapında üretilmekte ve dağıtılmaktadır. Ustaca işlenmiş kurgularıyla izleyicileri etkisi altına alan dramalar akıllıca inşa edilmiş hikâyelerdir. Asya ülkelerinde hiç yayınlanmayan Neighbours, Home and Away, EastEnders ve Coronation Street gibi popüler ve uzun süredir devam eden İngilizce pembe dizilerin aksine Kore dizileri haftalık olarak bir saatlik bölümler halinde yayınlanan ve genellikle 20 bölümden oluşan hikâyeleri konu almaktadır. Birçok Batı tarzı pembe diziden farklı olarak Kore yapımları madde bağımlılığı, eşcinsellik ve evlilik dışı cinsel ilişki gibi sakıncalı konulardan kaçınarak erkek ile kadın arasındaki bağlılık, saf sevgi, fedakarlık, aile bağları, arkadaşlık, hataları affetme ve uzlaşma, iyiliğin

kötülüğe karşı zaferi, trajediler gibi konuları işlemektedirler. Kore dramaları hakikat, iyilik ve güzellik ekseninde evrensel insani değerler tarafından da desteklenmektedir. Hayatta iyilik ve kötülük daima vardır. İnsanlar bu iki kavrama da sahip olan duygusal varlıklardır. İnsan doğasındaki "kötü" nefret, gurur, önyargı, kıskançlık, açgözlülük, kibir, korkaklık vb. duygular olarak tasvir edilmektedir. Bu duygular ihanete, şiddete, hırsızlığa, cinayete, intihara ve güvensizliğe yol açarak acıya, üzüntüye ve nihayetinde yıkıma neden olur. Bu temalar insanlık temelinde evrenseldir. Kore dramaları bu noktada gerçekliği dramatize etmeksizin olduğu gibi sunarak zoru başarmaktadır. Fakat "iyi" daima "kötü" üzerinde galip gelmektedir. İyi insanlar zaman zaman kötü eylemlerde bulunsalar da sonunda pişman olarak iyi işler yaparlar. Kötü insanlar ise doğruyu seçmedikleri taktirde cezalandırılırlar. İnsan doğasındaki "iyilik" sevgi, şefkat, sempati, anlayış, dostluk, sadakat, tutarlılık, saflık vb. duygular olarak sunulmaktadır. Hayattaki tüm bu "iyi" şeyler, "kötü" ile dolu olan yaşamda mutluluğa, rahatlığa, barışa ve uyuma katkıda bulunmaktadır. Kore dramaları maddi güzelliklerin yanında manevi güzellikleri de başarıyla vurgulamaktadır (Hogarth, 2013, s.137, 140).

Kore dizi sektöründeki çalışma koşulları Türkiye şartlarına yüksek oranda benzemekte, diziler ekseriyetle haftalık olarak çekilip yayınlanmaktadır. Haftalık çalışma saatlerinin 52 saate indirilmesi sektördeki maliyetleri artırmıştır. Yakın zamanda Çin pazarında Kore dramalarının çok etkin olmaması sonucu yeni pazarlar aranmaya ve yeni formatlar geliştirme çabası içerisine girilmeye başlanmıştır. Bilhassa Çin'de her türlü içeriğe yönelik denetimlerin artması sonucu bu durumla doğru orantılı olarak artan Kore Dalgası karşıtlığı da drama endüstrisine yapılan yatırımları olumsuz yönde etkilemektedir. Bu sebeple Kore drama endüstrisi Latin Amerika, Orta Doğu ülkeleri ve Doğu Avrupa başta olmak üzere yeni pazarlar arama eğilimi içerisine girmiştir. Japonya pazarında da tekrar etkin olmak amacıyla Tokyo'da KOCCA başkanı Han-Kwan Jin ve Kültür Spor ve Turizm Bakanı Kim Young-Joon'un katılımlarıyla "Kore-Japonya içerikler İş Pazarı Forumu" düzenlenmiştir. Bu etkinlikte Good Doctor, Signal gibi Kore dramalarından yapılan uyarlamaların ve Netflix benzeri isteğe bağlı yayın platformlarının medya endüstrisine etkileri ele alınmıştır. Toplantıda, dramaların hikâye kurgularının iyileştirilmesi, webtoonların (internet tabanlı yayınlanan çizgi romanlar) dramaya çevrilmesi, telif hakları, yeni işbirliği alanları gibi konular üzerinde durulmuştur. K-dramaların popülaritesini kaybetmemesi için yeni içerikler ve formatların üretilmesi, uyarlama senaryolar konusunda farklı ülkelerle iş birliğinin geliştirilmesi, internet ve mobil medya mecraları için içeriklerin yeniden kurgulanması, dizilerde rol alan yıldız oyuncuların dizi üretim ve dağıtım

süreçlerine daha çok katılım sağlaması gibi hususlar Kore dramalarının geleceği konusunda önem arz etmektedir (Binark, 2019, s.130).

3.4. Hallyu Dizilerinin Türkiye'de yaygınlaşması ve Uyarlama Yapımlar

Türkiye ve Güney Kore coğrafi olarak birbirlerine uzak ülkeler olmalarına rağmen tarihsel olarak birçok benzer yönü olan ülkelerdir. Türkçe ve Korece'nin kökeninin aynı dil ailesine dayanması ve her iki ülkenin birbirine oldukça benzeyen kültürel yönlere sahip olması yakın ilişkiler içerisine girmesine sebep olmuştur. Tüm dünyada yayılarak büyük bir başarıya imza atan Kore Dalgası Türkiye'de de belli bir yayılma alanı bulmuştur. Türkiye'de sayıları tam olarak bilinmese de "Kore fanı" olarak bilinen ve bu alana ilgi duyan Güney Kore popüler kültürü hayranlarının hayatlarında bu kültürün izlerine yer vermeleri gibi bir durum mevcuttur (Taşdemir, 2018, s.52).

Ülkemizde Kore popüler kültür ürünleri bilhassa diziler ekseninde çoklu iletişim araçlarıyla sunulmaktadır. Özellikle TRT 1, Fox, Meltem TV gibi ulusal kanallar altyazılı veya Türkçe dublajlı olarak Kore televizyon dizilerinin orijinal veya uyarlama versiyonlarını yayınlamaktadır. Bunların yanında "Yeppudaa" ve "Koreanturk" gibi internet siteleri Kore dizilerinin ve filmlerinin yayınlanmasına ve çevrilerek altyazılarının oluşturulmasına katkı sunan sitelerdir. Kore İletişim Komisyonu tarafından Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri, Ürdün ve Suudi Arabistan gibi ülkelerde yapılan, dizilerin izlenmesinde internet kullanımına yönelik bir araştırmada Türklerin dizilerle ilgili sosyal ağlarda topluluklar oluşturmaktan ziyade dizileri izledikleri çevrimiçi sitelerde dizi videolarının altına yorum yaparak aktif oldukları gözlenmiştir (Khan, 2020, s.118).

Dağıtım kanallarının (internet, uydu, televizyon vs.) oldukça geliştiği günümüzde popüler kültürün ulusal imaj üretiminde oynadığı rol çok büyüktür. Popüler kültür ürünlerinin tüketilmesi kitlelerin zihninde ürünleri tüketilen ülkelerin imajlarının oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Örneklemek gerekirse; Winter Sonata isimli dizi Japonların Kore algısını olumlu yönde dönüştürmüştür. Benzer bir algı ise son yıllarda Hallyu ürünlerinin Türkiye'de yayılması sonucunda da ortaya çıkmaktadır. Ayrıca sosyal medya ağları, Hallyu'nun Türkiye'de yayılımında büyük bir rol oynamakta ve bu ağlar vasıtasıyla Hallyu içerikleri Kore ve Türkiye arasında kültürel bir alan inşa etmektedir. Son zamanlarda gittikçe daha fazla sayıda Türk gencinin Kore filmleri, müziği ve dizilerini takip etmeyi tercih etmesi diğer Batı tarzı içeriklere olan ilgiyi azaltmaktadır. 1990'lardan bu yana yoğun şekilde yaşanan küreselleşme Türk insanını ve Korelileri batılılaşma ve modernleşme yolunda

unuttukları veya ihmal ettikleri değerleri yeniden kazanma yoluna itmiştir. Batılılaşmanın yanında geleneksel değerlerin korunması kaygısı hem Türk hem de Kore halkları için geleneksel değerlerini küresel sistem içinde sürdürmeye çalışan yeni bir melez kültürel form üretmiştir. Her iki ülkenin de sahip olduğu bu yaratıcı melezlik olgusu Kore popüler kültür içeriklerinin Türkiye'de kolayca benimsenmesini sağlamıştır. Hallyu içerikleri Batı ve Asya değerlerini ustaca harmanlayabildiğinden dolayı Türk seyirciler bu yapıda kendi kültürleriyle benzeşen pek çok nokta bulabilmiş ve kendilerini bu yapıya yakın hissetmişlerdir. Bu kültürel yakınlık Hallyu'nun Türkiye'deki başarısında önemli bir rol oynamıştır (Oh & Chae, 2013, s.84).

Tablo 1.

Türkiye'de Ulusal Kanallarda Yayınlanmış Kore Dizileri (Akyol vd., 2020, s.353)

Orijinal İsim ve Türkçe İsim	**Orijinal Yıl**	**Orijinal Bölüm Sayısı**	**Yayınlandığı Yıl**	**Kanal**
Emperor Of The Sea-Denizler İmparatoru-	2004	51	2005	TRT
Princess Hours-Düşlerimin Prensi	2006	24	2008	TRT
Yi-San-Sarayın Rüzgarları	2007-2008	77	2008	TRT
Dae Jang-Geum- Saraydaki Mücevher	2003-2004	54	2008	TRT
Goong S-Zoraki Prens	2007	20	2009	TRT
Jumong-Efsane Prens	2006-2007	81	2009	TRT
Queen Seondeok-Muhteşem Kraliçe	2009	62	2009	TRT
Merchant-Tacir	2001-2002	50	2011	TRT
King's Doctor-Sarayın Doktoru	2012-2013	50	2012	TRT

Tablo 1. (Devamı)

Dong Ji-Sarayın İncisi	2010	60	2012	TRT
Warrior Baek Dong Soo-Savaşçı	2011	29	2013	TRT
The Flower In Prison-Hapishanedeki Çiçek	2016	51	2019	TRT
Splendid Polıtics-Işığın Prensi	2014-2015	108	2019	TRT
King's Daughter-Kralın Kızı	2014-2015	108	2019	TRT
Empress Ki-İmparotoriçe Ki	2013-2014	51	2019	TRT
Dream High-Büyük Hayaller	2011-2012	16	2012	TRT OKUL
Soo Dong Yo Ballad Of Suh Dong-Prensin Şarkısı	2005	55	2012	TRT OKUL
Boys Over Flowers-Yaban Çiçeği	2009	25	2012	TRT OKUL
Merchant-Tacir	2001-2002	50	-	MELTEM TV
Dae Jang-Geum- Saraydaki Mücevher	2003-2004	54	-	MELTEM TV
The Slave Hunters- Köle Avcıları	2010	24		MELTEM TV
Warrıor Baek Dong Soo-Savaşçı	2011	29	-	MELTEM TV
King's Doktor-Sarayın Doktoru	2012-2013	50	-	MELTEM TV
Emperor Of The Sea-Denizler İmparatoru-	2004	51	-	MELTEM TV
Queen Seondeok- Muhteşem Kraliçe	2009	62	-	MELTEM TV
Jumong-Demir Prenses	2009	78	-	MELTEM TV
Hong Gil Dong-Kahraman Hong	2008	24	-	MELTEM TV
Gwanggaeto, The Great Conqueror- Büyük Kral Gwanggeto	2011-2012	92	-	MELTEM TV
The Kingdom Of The Winds-Rüzgarın Krallığı	2008-2009	36	-	MELTEM TV
Princess Ja Myung Go-Prenses Jamyung	2009	39	-	MELTEM TV
The Princess' Man-Prensesin Tutkusu	2011	24	-	MELTEM TV
Yi-San-Sarayın Rüzgarları	2007-2008	77	-	MELTEM TV
Secret Love-Feda	2013	16	2018	KANAL 7
Kill Me Heal Me-Sil Baştan	2015	20	2018	KANAL 7
Kim Book Jo-Sev Beni	2016-2017	16	2018	KANAL 7
Moon Embracing Sun-Bir Tutam Aşk	2012	20	2018	KANAL 7
Queen For Seven Days-Ömre Bedel	2017	20	2018-2019	KANAL 7
The King In Love-Sevda Masalı	2017	40	2019	KANAL 7

Kore televizyon endüstrisi 1990'lardan itibaren dizilerini ihraç etmeye başlamıştır. 2005 yılına gelindiğinde Güney Kore'nin MBC kanalı "Eyes of The Dawn" isimli diziyi TRT'ye satmış ve bu yapım, Güney Kore tarafından Avrupa'ya ihraç edilen ilk dizi olma özelliğini taşımıştır. Fakat dizi televizyon ekranlarında gösterilmemiştir. Aynı kanal "What is Love All About" isimli diziyi ise Hong Kong'un Asya televizyon Şirketi'ne ihraç etmiştir. Ayrıca bu dönemlerde Asya kıtasının birçok ülkesinde medya yapılarının serbestleşmesi Güney Kore'nin dizi ihracatının daha büyük boyutlara ulaşmasına yol açmıştır (Shim, 2008, s.24).

Türkiye'de ilk Kore dizileri, 2005 yılında Kore kamu yayıncısı olan Arirang TV ile TRT arasında imzalanan bir protokolle gösterilmeye başlanmış, ilk gösterilen "Emperor of The Sea" (Denizler İmparatoru) isimli dizi olmuş ve bunu "All in" isimli Kore'de oldukça popüler olan bir program takip etmiştir. Denizler İmparatoru isimli dizi yalnızca yüzde 1,4 reyting oranında kalmış aynı zamanlarda İran'da gösterime giren "Jewel in the Palace" isimli dizi ise yüzde 70 oranında bir reyting seviyesine ulaşırken Türkiye'de gösterildiğinde Denizler İmparatorundan bile az bir başarı yakalayarak yüzde 1,2 seviyesinde kalmıştır. Türkiye'deki yayıncıların ciddi bir pazarlama ve ticari atılımı olmaksızın, Kore dizileri yine de küçük başarılar elde edebilmiştir. Fakat bu başarı seviyesinden dolayı yeni çıkan Kore dizileri umut vaat etmediklerinden başlangıçta çok varlık gösterememişlerdir (Oh & Chae, 2013, s.86-87).

TRT'nin yayınladığı ikinci Güney Kore dizisi olan "Düşlerimin Prensi" isimli romantik diziyle beraber Türk izleyiciler Güney Kore dizilerine daha fazla ilgi göstermeye başlamış, dizinin yaz tatili döneminde ekranlarda gösterilmesi izleyicilerin ekseriyetini meydana getiren öğrenciler tarafından takip edilmesine yol açmış, böylece Güney Kore kültürüne ilgi duyan, araştıran ve öğrenmek isteyen, TRT'de daha fazla Güney Kore dizisi yayınlanması için imza kampanyaları yürüten bir kitle oluşmuştur. Bu diziyle beraber Türkiye'de Güney Kore kültürüne karşı bir farkındalık oluşmuş ve dizi kendi hayran kitlesini oluşturmayı başarmıştır. TRT'nin daha fazla Güney Kore dizisi yayınlaması için seyirciler tarafından kanalla iletişime geçilmiş ve bu çabalar sonucunda TRT Türkçe isimleriyle "Sarayın Rüzgârı", Savaşçı "Muhteşem Kraliçe", "Büyük Hayaller" "Saraydaki Mücevher", "Tacir", "Sarayın İncisi", "Prensesin Şarkısı", "Efsane Prens", "Kral Doktor", ve "Yaban Çiçeği" isimli dizileri de yayınlama kararı almış ve yayınlamıştır. Diğer yandan "Yaban Çiçeği" isimli dizinin özel televizyon kanallarında yayınlanmasından sonra popüler olması ve genel olarak Kore dizilerine olan ilgiyle birlikte Güney Kore pop müziğine, modasına, diline, mutfağına, kültürüne olan ilginin de yükselişe geçmesi özel televizyon kanallarının

bu eğilimi fark etmesine ve birçok Güney Kore dizisinin uyarlamasını yaparak ekranlara getirmesine yol açmıştır. Böylece Hallyu etkisinin Türkiye'de de varlık göstermeye başladığı açıkça görülmektedir (Fırat, 2017, s.69-70).

Kore dizilerine olan beğeninin artması diğer televizyon kanallarını da bu dizilerle ilgilenmeye itmiştir. Meltem TV'de birçok Kore dizisi yayınlanmıştır (Bkz. Tablo 1). Bunlara ilaveten Kanal 7'de 2018 yılından itibaren yayınlanan 'Aşka Yolculuk, 'Sil Baştan' ve bu dizilere göre daha yakın tarihlerde yayınlanan 'Sev Beni', 'Feda' ve 'Sonsuza Dek' gibi diziler peş peşe yayınlanmıştır. Başlangıçta tarihi konularla devlet kanalında yayınlanan diziler daha sonra özel kanalların girişimleri ve telif haklarının satın alınmasıyla farklı türlerde yayınlanmış ve böylece yayınlanan Kore dizisi skalası genişlemiştir (Yoo, 2019, s.31).

Türkiye ve Güney Kore arasında ortak kültürel değerlerin varlığı ve benzer modernleşme süreçlerinden geçmeleri iki ülkenin sağlam bağlar kurmasına yol açmış olan faktörler olarak değerlendirilmektedir. Güney Kore ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş aşamalarının da birbirine benzemesi sonucu bir yandan Batı değerlerini benimserken diğer yandan kendi geleneksel değerlerini koruma hassasiyetleri dizi endüstrisini de etkilemiş Güney Kore dizileri bir yerde bu hassasiyetler üzerine kurulmuştur. Hallyu akımı Türkiye ile Güney Kore arasındaki fiziksel mesafeleri ortadan kaldırarak iki ülke arasında bir köprü vazifesi görmüştür. Müzik, film, dizi gibi Güney Kore kültürel içerikleri tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de özellikle genç nüfus üzerinde büyük bir etki oluşturmuş, izleyicinin ilgisini Batı merkezlilikten Doğu'ya çevirmeyi başarmıştır. Güney Kore, Hallyu içeriklerini bir doğu batı sentezi hassasiyetiyle başarılı bir şekilde birleştirebildiğinden Türk seyircisi kendisini ilgilendiren bazı duyguları bu yapı içerisinde bulmuş ve Kore Dalgası'nı hızlı bir biçimde benimsemiştir (Fırat, 2017, s.70).

Türk televizyon dizilerinin çoğunluğu özgün yapımlardan ziyade yabancı televizyon dizilerinin uyarlamalarıdır. Türk dizileri başlangıçta Amerikan yapımlarından daha çok uyarlanmaktayken günümüzde popüler izlenme seviyelerine ulaşan çoğu dizinin Kore ve Japon dizilerinden yapılan uyarlamalar olduğu görülmektedir. Bu uyarlamalar istenirse orijinale sadık kalınarak yapılmakta istenirse de serbest olarak kurgulanmaktadır. Türkiye'deki uyarlama yapımların giderek çoğalmasının sebeplerinden biri dizi yapımcılarının Türk toplumunun Güney Kore'yle arasındaki ortak manevi değerler, kültürel benzeşme, ahlak yapısı, toplumsal ilke ve kurallar gibi unsurları fark etmeleri ve bu farkındalığa uygun olarak medya içerikleri üretmeleridir. Diğer yandan Kore kültürü ve manevi yapısının İslami kültür ve geleneklere de uygun olması bu durumu perçinlemektedir.

Bu noktada kültürel yakınlık tezinin önemi ortaya çıkmakta ve kabul görmektedir. Uyarlama diziler orijinal Kore dizilerinden çok daha uzun sürmekte ve ilave senaryolarla desteklenmektedir çünkü orijinal Kore yapımları Türk uyarlama yapımlara göre daha kısa olduğundan uyarlama yapımdaki olay örgüsü 10-15 bölüm kadar sorunsuz ilerlemekte sonrasında ise kendi kurgusuna ihtiyaç duymaktadır. Kore dizilerinin ilk uyarlamaları ise 2001 yılında Show TV tarafından başlatılmış ve zamanla diğer kanallar 32'den fazla uyarlama yapım yayınlamışlardır (Khan, 2020, s.118-119).

Türk dizi sektöründe uyarlama yapımların sıklıkla üretilmesindeki temel sebepler; sektörde yeni hikâyelere olan talep, orijinal senaryoların toplumda karşılık bulmayarak veya düşük reytingler sonucu yayından kalkması, uyarlama senaryoların ise hazır halde bulunan kurgusu, karakterleri, olay örgüleri ve mekânsal özellikleriyle yeni bir senaryo ve kurgu üretmeye gerek bırakmama avantajları ve yapımcılar için bu unsurları yeni bir kültürel yapı içerisine serpiştirmenin çok daha kolay olması gibi durumlardan oluşmaktadır. Bu durum uyarlama yapımların üretimini daha büyük bir cazibe noktası haline getirmektedir. Ülkemizde son yıllarda özellikle Güney Kore yapımlarından uyarlanan dizilerin sayısındaki artışın nedeni ise Türk ve Güney Kore toplumlarının benzer yaşayış biçimine, insan ilişkilerine ve ortak manevi değerlere sahip bir kültürel yapıya sahip olmalarından kaynaklanmaktadır (Gündel, 2018, s.215).

Başrollerini Gökhan Alkan ve Zeynep Çamcı'nın paylaştığı ve Güney Kore dizisi She Was Pretty'nin uyarlaması olan Seviyor Sevmiyor isimli dizi 2016-2017 yılları arasında ATV'de yayınlanmıştır. Dizi, 1-11 Ekim 2016 tarihlerinde düzenlenen APAN (Asia Pacific Actors Network) ödül töreninde en iyi uyarlama drama dalında ödül almaya hak kazanmıştır. 2012 yılından beri düzenlenen organizasyonda Güney Kore'nin en prestijli ödülü olan ve yalnızca Asya Pasifik ülkelerinin aktör ve aktrislerine verilen ödülü tarihinde ilk kez Türk oyuncular kazanmıştır. Seviyor Sevmiyor, Kore dizilerini uyarlama yoluyla Türk izleyicisiyle bir araya getirip Kore'nin dünyaya tanıtılmasına yardımcı olduğu için Asia Pasific Özel Ödülü'ne layık görülmüştür (kpopturk, 2022).

Tablo 2.

2012-2019 Yılları Arası Türk Televizyonlarında Yayınlanan Kore Dizilerinin Uyarlamaları (Akyol vd., 2020, s.362)

Uyarlanma İsmi	Yayınlanma Yılı	Bölüm Sayısı	Orijinal İsmi	Orijinal Yayın Tarihi	Orijinal Bölüm Sayısı	Tür	Kanal
Babamın Günahları	2017	4	Two Weeks	2013	16	Dram	STAR TV
Beyaz Yalan	2015	6	Bride Of The Century	2014	16	Romantik Komedi	SHOW TV
Günahkar	2014	7	Nice Guy	2012	20	Dram	FOX
Aşk Yalanı Sever	2016	7	My Girl	2005-2006	16	Komedi	FOX
Mayıs Kraliçesi	2015	11	May Queen	2012	38	Dram	SHOW TV
Hayat Sırları	2017-2018	11	My Father Is Strange	2017	52	Dram	STAR TV
Acı Aşk	2015	13	Bad Love	2007	20	Dram	SHOW TV
Kocamın Ailesi	2014-2015	21	My Husband Got A Family	2012	58	Komedi	FOX
Gülümse Yeter	2016	24	Smile You	2009-2010	45	Komedi	SHOW TV
Aslan Ailem	2017-2018	31	Ojakgyo Brothers	2011-2012	58	Komedi	TRT 1
Aşk Yeniden	2015-2016	60	Love & Secret	2014	102	Romantik Komedi	FOX
Maral En Güzel Hikâyem	2015	17	Panda And Hedgehog	2012	16	Dram	TV 8
Yüksek Sosyete	2016	26	High Society	2015	16	Komedi	STAR TV
Kalp Atışı	2017-2018	28	Doctors	2016	20	Dram	SHOW TV
Dolunay	2017	26	My Secret Romance	2017	13	Romantik Komedi	STAR TV

Tablo 2. (Devamı)

Cennetin Gözyaşları	2017-2018	36	Tears Of Heaven	2014	24	Dram	ATV
Meryem	2017	30	Secret Love	2013	16	Dram	KANAL D
Kızım	2018-2019	35	My Fair Lady	2019	16	Dram	TV 8
Tatlı İntikam	2016	30	Get Karl Oh Soo Jung	2007	16	Romantik Komedi	KANAL D
Hayat Şarkısı	2016-2017	52	Flames Of Desire	2010-2011	50	Dram	KANAL D
Seviyor Sevmiyor	2016-2017	28	She Was Pretty	2015-2016	16	Komedi	ATV
Osmanlı Tokadı	2013	37	Rooftop Prince	2004	20	Komedi	TRT 1
Güneşi Beklerken	2013-2014	54	Boys Over Flowers	2009	25	Dram	KANAL D
Bir Aşk Hikâyesi	2013-2014	36	I'm Sorry, I Love You	2009	16	Dram	FOX
Kiraz Mevsimi	2014-2015	59	A Gentleman's Dignity	2012	20	Komedi	KANAL D
Paramparça	2014-2017	97	Autumn In My Heart	2000	16	Dram	STAR TV
İlişki Durumu Karışık	2015	44	Full House	2004	16	Romantik Komedi	SHOW TV
Kiralık Aşk	2015-2017	69	Can Love Become Money	2012	20	Romantik Komedi	STAR TV
Baba Candır	2015-2017	66	What Happens To My Family?	2015	20	Komedi	TRT 1
No 309	2016-2018	65	Fated To Love You	2004	20	Komedi	FOX
Elimi Bırakma	2018-2019	59	Shining Inheritance	2009	28	Dram	TRT 1
Mucize Doktor	2019-2021	64	Good Doctor	2013	20	Dram	FOX

Bu tabloya ek olarak 2021 ve 2022 yılları içinde TRT'de yayınlanan Kasaba Doktoru (Dr. Romantic), Fox'ta yayınlanan Mahkum (Innocent Defendant) ve Aşk, Mantık, İntikam (Single Cunning Lady) isimli diziler de Güney Kore uyarlamalarının örneklerini teşkil etmektedir (İmre, 2023, s.30).

Hallyu ile ilgili yapılan araştırmalarda Güney Kore dizilerinin izleyici kitlesinin çoğunluğunu oluşturan grubun kadınlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye'de ekseriyeti müslüman kimliğe sahip olan kadınlar bu dizilerde samimi ilişkileri, duygusallığı ve muhafazakâr söylemleri keşfetmiş, bu sayede bu dizilerin esas kitlesini oluşturmuşlardır. Kore dizilerinde rastlanan ve İslami kurallara da uygun olan normlar ve kültürel özellikler Kore dizilerinin Türkiye'de ilgiyle karşılanmasına yol açan etmenler olmuştur. Kore dizilerindeki kadın karakterlerin aile yapısının taşıyıcı kolonu görevini görmesi, ev yaşamını organize eden ve yürüten bir konumda olması gibi durumlar Türk kadın izleyicilerin bu karakterlerde kendilerinden bir parça bulmasına ve bu dizileri ilgiyle takip etmesine sebep olmuştur. Türk kadını Kore kadınıyla kendi arasında benzerlikler gördüğü ölçüde ilgili diziyle bağ kurmuştur. Kore dizlerindeki ilişkiler, insanların birbirlerine davranışları gibi durumlar da bu bağı kuvvetlendiren unsurlar olmuştur. Ayrıca duygusal ilişkiler bağlamında da erkeğin kadını elde etmeye yönelik davranış ve tutumları Türkiye'deki kadın erkek ilişkilerine de benzerlik gösterdiğinden bu duruma katkıda bulunmaktadır (Jung, 2019, s.79).

Türkiye'de uyarlaması yapılan ilk Güney Kore dizisi olan "Temptation of An Angel" 12 Ekim 2009 tarihinde ilk olarak Kore'de yayınlanmış, 21 bölüm yayınlanmasının ardından final yaparak yayından kaldırılmıştır. Dizi Kore'de yüksek bir reyting oranına ulaşmamasına rağmen 17 Ekim 2011 tarihinde Türkiye'de Show TV isimli kanalda "Beni Affet" adıyla uyarlanmış daha sonra Star TV'ye transfer olarak ve içeriğinde birçok değişiklik yapılarak 7 yıl boyunca toplam 1477 bölüm çekilerek ekranlarda kalmayı başarmıştır. Bundan sonra birçok Kore menşeili dizinin uyarlaması yapılarak ekranlara getirilmeye başlanmıştır (Jung, 2019, s.84).

Avrupa ülkeleri açısından Hallyu henüz yeni bir kavram olarak görünse de Türkiye'de çok daha sağlam olarak hissedilmektedir. Özellikle gençler arasında Kore popüler kültür içerikleri hızla yayılma zemini bulmakta ve benimsenmektedir. Türkiye'de Hallyu'nun bu derece etkin olabilmesi iki ülke arasındaki tarihsel süreç ve bu sürecin getirdiği dostça etkileşimle açıklanabilir. Türkiye'nin 1950 yılında Kore Savaşı'nda Kore'ye destek olarak asker göndermesi iki ülke arasındaki ilişkilerin sağlam bir zemine yerleşmesine katkı sağlamış, ayrıca 2002 Dünya Kupasında Güney Kore ile oynanan futbol maçında Güney Kore halkı tarihsel bağlamdan kopmayarak Türk halkına karşı duydukları

sempatiyi ortaya koymuştur. Aradaki büyük coğrafi mesafeye rağmen iki ülke birbirine büyük bir sevgi beslemekte ve Güney Koreliler Türkleri kan kardeşleri olarak nitelemektedir (Fırat, 2017, s.70).

Tablo 3.

Avrupa'da Hallyu İçeriklerinin Popülarite Endeksi (Global Hallyu Trends, 2022)

(%)	K-Drama	K-Pop	K-Film
Fransa	52.2	55.9	54.3
Birleşik Krallık	56.2	59.9	57.9
Rusya	50.0	51.7	52.2
Türkiye	57.2	61.0	63.0

Tablo 3'te görüldüğü üzere KOFICE[6] (Kore Uluslararası Kültürel Değişim Vakfı) tarafından 2022 yılında Hallyu içeriklerinin kullanım alışkanlıkları ve tüketim durumlarını belirlemek amacıyla 18 ülkeden 8.500 Hallyu içerik tüketicisi üzerinde yapılan anket çalışmasında Avrupa Bölgesi olarak belirlenen Fransa, Birleşik Krallık, Rusya ve Türkiye'den ankete katılan kullanıcılar arasında Hallyu içeriklerinden K-drama, K-pop ve K-film popülerliğinin Türkiye'de daha etkin bir konumda olduğu belirlenmiştir.

Uyarlama yani adaptasyon kavramı başlı başına bir değişim ve süreç olgusunu ifade etmektedir. Uyarlama, mevcut bir formatın değiştirilmesi, dönüştürülmesi veya istenilen şekilde kamufle edilmesi sürecidir. Uyarlama yapımlar ortaya konurken değişik bakış açılarıyla ve yeni bir konseptte üretilmektedir. Türk dizilerinde hem edebiyattan hem de yabancı dizi ve filmlerden yapılan uyarlamalara sıklıkla rastlanmaktadır. Türkiye'de televizyon dizilerinin yayınlanmasına 1975 yılında Yeşilçam ile kurulan protokol doğrultusunda 1975 yılında edebiyattan yapılan uyarlamalarla başlanmış ve 1980'lere gelindiğinde Küçük Ağa, Dokuzuncu Hariciye Koğuşu, Çalıkuşu gibi Türk edebi eserlerinden yapılan uyarlamalar ekranlara getirilmeye başlanmıştır. Edebi uyarlamalardan

[6] Kore Uluslararası Kültürel Değişim Vakfı (KOFICE), Kore Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı tarafından görevlendirilen uluslararası kültürel faaliyetlerden sorumlu vakıftır. KOFICE, Kore dışındaki coğrafyaların kültürel unsurlarını Kore kültürel unsurlarıyla bir araya getirmeyi amaç edinmiş olan bir kuruluş olarak varlığını sürdürmektedir. Kore'yi ve dünyayı kültür yoluyla birbirine bağlama vizyonu ekseninde kültürel değişim etkinlikleri, vakıfla ilgili alanlarda uzmanlık gerektiren meslekler için eğitim programları düzenlemekte, dünya çapında kültürel alışverişlerde bulunarak küresel kültürel gelişim misyonunu üstlenmektedir (KOFICE, 2023).

yapılanların haricinde Amerikan film endüstrisinin başat yayılma araçlarından Hollywood tarafından çekilen "Top Gun" filminin uyarlaması 1993 yapımı "Barışta Savaşanlar" isimli film olmuştur. Batı tarzı dizilerin uyarlamalarının ilk örneği ise 2000'li yıllarda "The Jeffersons" adlı diziden uyarlanan ve başrollerini Haluk Bilginer ve Türkan Şoray'ın paylaştığı "Tatlı Hayat" isimli dizi olmuş, bu aşamadan sonra Japonya ve Güney Kore gibi Asya ülkelerinden alınan yapımlar uyarlanarak Türk dizi sektörüne hızlı bir biçimde kazandırılmaya başlanmıştır. The Man from Nowhere isimli Güney Kore yapımı olan filmin Adını Feriha Koydum: Emir'in Yolu ismiyle Türkçe dizi uyarlaması çekilmiş ve 13 bölüm kadar yayınlanmıştır. Türkiye'de özellikle son yıllarda ekranlara getirilen yapımların çoğunun Güney Kore uyarlaması olmasının tek sebebi Hallyu'nun küresel çaptaki başarısı olarak değerlendirilmemekte, Türkiye'nin Güney Kore ile kültürel yakınlığı ve Kore popüler kültürünün özellikle gençler arasında ilgiyle takip ediliyor oluşu da önemli bir sebep olarak görülmektedir. Bütün bu faktörlerin bir araya gelişi, Türk dizi sektöründe Kore uyarlamalarının devamlılığını sürdürmesi olarak kendini göstermektedir. Kore uyarlama yapımlarından biri olan Mucize Doktor ise TİAK verilerine göre 2012-2019 yılları arasında ülkemizde en çok izlenen dizilerden biri olmuş ve uyarlama yapımlar kategorisinde ciddi bir başarı yakalamıştır (Akyol vd., 2020, s.354).

Yapımını MF Yapım'ın, yurt dışı dağıtımını Madd Entertainment'ın üstlendiği Mucize Doktor, Arjantin'in en çok izlenen özel televizyon kanalı olan Telefe'de Dr. Milagro adıyla yayınlanmış, 15,53 reyting oranıyla aynı gün ekranlara getirilen Arjantin-Şili maçından daha fazla izlenerek zirveye yerleşmiştir (Fox, 2020).

3.5. Güney Kore Kültürü

Korelilerin geleneksel değer yargıları arasında kolektivizm, otoriteye saygı, gelenekçilik, geleneksel aile görüşü, kadercilik gibi anlayışlar hakimdir. Aileyle, toplumla ve başkalarıyla ilişkilerinde uyumlu olmak, örf ve adetlere saygı duymak gibi kavramlar Korelilerin dünya görüşleri arasındadır. Kore toplumunda toplumcu yapı, bireysel ve içine kapanık birey modelinden daha önemli ve saygı duyulan bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Toplumun ilerlemesi ve refahı en önemli ölçütlerden biridir. İtibar, onur, büyüklere saygı, ataerkil yapı gibi unsurlar Korelilerin ana değer yargılarını oluşturmaktadır. Geleneksel değerler eşliğinde erdemli bir yaşam tarzı Kore'de en önemli hususlardan biri olup materyalist bir dünya görüşü hiçbir zaman önem görmemiş; hümanizm, toplumdaki temel kıstaslardan biri olmuştur. Otorite kavramı ve özellikle aile içerisinde büyüklere saygı,

çocukların veya kardeşlerin birbirleriyle ilişkilerinin saygı temelli olması bunların yanında İslamiyet'teki kader anlayışına benzer şekilde Korelilerin de kader inancının olması hayat tarzlarının temelini oluşturmaktadır. Bu değerler 20. yy'ın ortalarına kadar özenle korunmuş olsa da zamanla dünyada başlayan sanayileşme, kapitalleşme ve en nihayetinde küreselleşme gibi süreçlerin gerçekleşmesi tüm dünya ülkelerini etkilediği gibi Kore'yi de etkilemiş zamanla bir nebze de olsa geleneksel değer yargıları zayıflamış ve Batı yaşam tarzının getirdiği Batılı değerler etkili olmaya başlamıştır (Geol vd., 2021, s.90).

Güney Kore'nin toplumsal yaşamına etki eden kurallar bütünü MÖ 551 – MÖ 479 yılları arasında yaşamış ve öğretileri sadece Kore'yi değil tüm Asya'yı etkilemiş olan filozof Konfüçyüs'ün öğretilerinde özetlenmektedir. Toplumsal ilişkiler bu öğretiler bağlamında duygusal yönleriyle ortaya çıkmakta ve yürütülmektedir. Toplumda ötekine iyi davranmak iyi ruh hali olarak ifade edilmekte ve bu yapılarak barışçı ve rahat bir ortamda yaşamak özendirilmektedir. Hiyerarşi, toplumda önemli olmakla beraber saygı temelli hayat bulmakta toplumsal statü, yaş, cinsiyet gibi kavramlarla ilişkili olarak etik değerler bağlamında yaşam alanı bulmaktadır. Korelilerin toplumsal yapıya olan saygısı kolektivizm ekseninde yalnızca kendi toplumsal çıkarlarını önceleyerek değil, kendi toplumlarının dışındakilere de saygı ortamı yaratarak oluşmaktadır (Kutanis & Tülin, 2010, s.69-70).

Korelilerde misafirperverlik kavramı, bir araya gelip akşam yemeği yeme, alçakgönüllülük, sadakat gibi kavramlar önemlidir. Dışarıda yemek yenileceği vakit Türk toplumundaki gibi hesabı ilk teklif eden kişinin ödemesi gibi durumlar mevcuttur. Sıcakkanlı insanlar olduklarından ve saygı kavramını çok önemsediklerinden komşuluk ilişkilerinde ve diğer toplumsal ilişkilerinde de yardımsever ve şefkatlidirler. Birinin sıkıntısı olduğu zaman bir araya gelip çözmeye çalışmaktadırlar. Bununla birlikte her ne kadar Batılı değer yargıları ülkelerine girse de Koreliler geleneksel yapılarını korumayı başararak modern bir aile yapısı benimsemeyi başarmış toplumlardan biri olmuştur. Kadının iş hayatına dâhil olması, baba figürünün ailenin lideri olması, karı koca eşitliği, ev işlerinde ortak sorumluluklar alınması, kız ve erkek çocuklar arasında bir ayrımın olmaması, aile bireyleri arasında güven esaslı ilişkilerin kurulması gibi hususlar Korelilerin dünya görüşlerini yansıtmaktadır. Kore toplumu farklı dil, din, ırk, toplumsal yapı gibi unsurları hoşgörü ile karşılamakta ve toplumun her katmanındaki bireylere eşit davranmayı düstur edinmiş bir toplum olarak öne çıkmaktadır. Yaptıkları teknolojik atılımlarla da herkes için yüksek bir refah seviyesini arzulamakta ve bunun için çabalamaktadırlar (Geol vd., 2021, s.88-90).

3.5.1. Güney Kore ve Türkiye İlişkilerinin Tarihsel ve Kültürel Arka Planı

Kore ve Türkiye; tarihi, siyasi ve kültürel alanda benzer deneyimler yaşayan, tarihsel bağlamda dil, geleneksel değerler ve kültür alanlarında ortak paydalara sahip olan iki toplum olarak ön plana çıkmaktadır. Bu benzerlikler Altay mirası olarak nitelendirilmekte, bu nitelendirmeyle geleneksel Asyalılık değerlerine vurgu yapılmaktadır. Hem Güney Kore hem de Türkiye kendi bölgelerinde güçlü birer devlet olmaları ve demokratik niteliklere sahip olmaları açısından da benzer özellikler göstermektedirler. Ayrıca Kore popüler kültürüne olan yoğun alaka sadece popüler kültür içerikleri sayesinde değil aynı zamanda ortak Altay mirası, dil, kültür, Kore Savaşı'na katılım gibi sebepler sayesinde de mümkün olmuştur. Bu duygusal ve manevi bağ Hallyu'nun dünyanın diğer bölgelerine nazaran Türkiye'de yayılmasında avantajlı bir ortam oluşturmuştur. Bu sayede Türkiye'de Güney Kore popüler kültürüne olan direnç düşük olmuş ve bu popüler kültür kolayca benimsenebilmiştir (Oh & Chae, 2013, s.86).

Türkiye, Kore Savaşında Kore'ye 15.000'den fazla asker göndermiş, bu askerlerin 3000'den fazlası yaralanmış veya hayatını kaybetmiştir. Bu sayı Amerika'nın gönderdiği asker sayısından sonraki en yüksek sayı olma özelliğini taşımaktadır. Türk askeri bu savaşta ciddi fedakarlıklar göstermiş ve üstüne düşeni en iyi şekilde yapmıştır. Aynı zamanda 2002'deki Dünya Kupası organizasyonunda Güney Kore'nin Japonya karşısında Türkiye'yi desteklemesi gibi etmenler de Kore ile Türkiye arasında güçlü bağlar kurulmasına yol açmıştır. Bunların dışında iki ülke arasındaki siyasi ve diplomatik ilişkiler vesilesiyle 2011 yılında Ankara'da kurulan Kore Kültür Merkezi'nin Kore kültürüyle ilgili çeşitli faaliyetler gerçekleştiriyor olması da Türkiye'nin Kore'yle ilgili olumlu imaj geliştirmesine katkıda bulunmaktadır (Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi, 2017).

Kore Savaşı 25 Haziran 1950'de Kuzey Kore'nin 38. paralel sınırını ihlal etmesiyle başlamış üç gün içinde başkent Seul'ün güneyine kadar uzanmıştır. Kuzey Kore'nin savaşa girmesinin temel nedeni yarımadayı cebir yolu ile birleştirme arzusu olmuş, Güney Kore tarafında saf tutan ABD ise BM güçlerinin oluşturduğu 15 ülke eşliğinde Kore'ye asker gönderme kararı almış ve savaşın bölgesellikten topyekûn bir savaşa dönüşmesine sebep olmuştur. Üç yıl kadar süren savaşın ardından taraflar belirli bir sonuç elde edememiş, savaşı sonlandırsalar da günümüzde resmi bir barış antlaşmaları bulunmamaktadır. Savaşta şehit olan Türk askerlerinin anıt mezarları Busan'da BM Anıt mezarlığında bulunmaktadır. Türk askerlerinin Kore Savaşı esnasındaki fedakârlığı ve azmi Kore-Türkiye ilişkilerinin gelişmesinde büyük bir rol oynamış ve iyi ilişkiler günümüze kadar sürmüştür. Savaşta yetim

kalan çocuklar için Türk askeri, bir girişimde daha bulunmuş ve Suvon şehrinde Ankara Okulu'nu açmıştır. Bu girişimler Türklerin Korelileri kan kardeşi olarak, Korelilerin ise Türkiye'yi kardeş ülke olarak görmeleriyle sonuçlanmış, iyi ilişkiler gelecekte ortaya çıkacak olan Hallyu akımının Türkiye'de sağlam bir zemine tutunmasına ön ayak olmuştur. Ülkemizde 27 Ekim 2017 yılında vizyona giren "Ayla" filminin Kore savaşı sırasında yetim kalan bir kız çocuğunun Türk bir astsubay tarafından evlat edinilmesini anlatması ve çok fazla izlenerek gişe rekoru kırması Türkiye'de Kore Savaşı sırasında Güney Kore'yle kurulan bağların ne denli güçlü olduğunu gösterir niteliktedir (Yoo, 2019, s.25-26).

1973 yılında Güney Kore'deki Hankuk Üniversitesi bünyesinde Türkoloji, 1989'da ise Ankara Üniversitesi Dil, Tarih ve Coğrafya Fakültesi'nde Kore Dili ve Edebiyatı Bölümleri açılmıştır. 1975 yılında İstanbul'da Kore Ticaret Merkezi'nin açılmasıyla Samsung, Goldstar, Hyundai gibi Kore markaları ülkemize giriş yapmış ve ticari ilişkiler gelişmeye başlamıştır. Ayrıca Türkiye ve Güney Kore arasında 4 Ağustos 1972'de imzalanan Kültür Anlaşmasıyla da iki ülke arasında karşılıklı ziyaretler yapılması, sporcu, bilim adamı, müzisyen, sanatçı ve çeşitli konularda uzman olan isimlerin karşılıklı olarak değişimi, kültür sergileri açılması ve faaliyetler düzenlenmesi gibi konularda uzlaşıya varılmıştır. Buna ilaveten 23 Ağustos 1971 yılında Ankara ve Seul kardeş kentler ilan edilmiştir (Taşdemir, 2018, s.55).

Kore, kültürel içerik üretimlerinin yanında teknolojik atılımlarıyla da dikkat çeken bir ülkedir. Türkiye'de henüz Kore Dalgası ismi duyulmadığı zamanlarda Türk Halkı Kore'yi Kore Savaşı, 2002 Dünya Kupası'nda cana yakın tavırları ve 1988 Seul Olimpiyatlarının düzenlenmesi vesilesiyle tanımıştır. Seul Olimpiyatları sonrasında Kore ve Türkiye arasındaki ekonomik ilişkilerin yoğunlaşması ve ikili ticaret atılımlarıyla beraber Kore, Türkiye'de fabrikalar açmaya başlamıştır. Özellikle otomobil ve mobil telefon ürünleri Türkiye pazarına girmiş ve Kore teknolojik atılımlarıyla da tanınan ve güven veren bir ülke statüsüne kavuşmuştur. Samsung, LG, Hyundai ve KIA markaları Türkiye'de büyük satış başarıları elde etmiş, Kore markaları Türkiye pazarında sürekli olarak başarısını ve popülaritesini artırmayı başarmıştır (Yoo, 2019, s.27).

1971 yılında Kore Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı bünyesinde kurulan Kore Kültür ve Bilgi Servisi (KOCIS), Kore kültürünü tanıtmak ve dünyaya yaymak amacıyla kurulmuştur. Korea.net isimli internet sitesi Kore hükûmeti tarafından yönetilerek, Kore'yi ve Kore kültürünü internet yoluyla dünyaya tanıtma amacına hizmet etmektedir. Birçok dilde faaliyet gösteren site Kore'nin kültürel gelişmelerini, sosyal ve siyasi olaylarını, sanatla ilgili gelişmelerini vs. takip etmek isteyenler için önemli bir kaynak konumundadır. Sosyal

medyayı da etkin kullanan site canlı yayınlar yaparak da dünyanın pek çok bölgesine ulaşmaktadır. Bu etkileşim Kore Dalgası olarak özetlenen Kore popüler kültür içeriklerinin diğer toplumlar tarafından sempatiyle karşılanması ve benimsenmesi yolunda önemli bir araç olmuştur. Özellikle Türkiye'de Kore Savaşı'ndan dolayı Güney Kore'yle kurulan tarihsel ve duygusal bağlardan ötürü bu ülkeyle karşılıklı olarak bir sevgi ve saygı ortamı mevcuttur. Kore Dalgası Türkiye'de dirençle karşılaşmamış, televizyonlarda birçok Kore dizisi yayınlanmış ve Türk halkı tarafından ilgiyle takip edilmiştir (Akpınar & Özdemir, 2022, s.23).

3.6. Kültürel Diplomasi ve Yumuşak Güç (Soft Power) Unsuru Olarak Hallyu

Kültürel diplomasi kavramı temel olarak kamu diplomasisinin bir alt dalı olarak değerlendirilmektedir. Kamu diplomasisi daha genel bir kavramken kültürel diplomasi onun daha spesifik bir yönünü ortaya koymaktadır. Kamu diplomasisi, devletlerin dış politikalarında güttükleri amaçlar ve bu amaçlarını gerçekleştirmek için diğer ülkelerin kamuoylarını etkilemek amacıyla uyguladıkları yöntemler olarak özetlenebilmektedir. Günümüzde klasik diplomasi araçlarının geçerliliğini yitirmeye başlaması sebebiyle kamu diplomasi araç ve yöntemleri önem kazanmış diğer ülkelerin sempati ve desteğini kazanmak değerli bir hale gelmiştir. Dünya genelinde modernleşme ve demokratikleşme süreçlerinde meydana gelen atılımlar uluslararası kamuoyunu devletlerin ilişkilerinde etkin bir konuma getirmiş ve bu kitlenin önem seviyesi kritik derecede yükselmiştir. Kamu diplomasisi kavramı, devletlerin değişen küresel siyaset biçimine cevap olarak bu sürece uyum sağlamak amacıyla üretilmiş olan yöntemler bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Kamu diplomasisi, klasik diplomasi kavramına toplum ve kültür seviyesinde de yeni bir boyut kazandırmış, devletler artık sadece devletler nezdinde diplomasi faaliyeti yürütmeyip, o devletlerin halkına da hitap etmeyi görev edinmiş ve kültürel düzlemde bir dizi faaliyet yürütmeye başlamışlardır. Klasik diplomasi sürecinde önemsiz olan kamuoyu ve halklar, süreçteki sivil boyut olarak ortaya çıkmış ve önem kazanmıştır. Bir ülkenin dış politikada ulaşmak istediği çıkarları gerçekleştirmek amacıyla sadece diplomasi faaliyeti yürütülen ülkenin yöneticilerinin değil sivil unsurlarının da ikna edilmesi gerektiği gerçeği açıkça görülmektedir. Bu sayede küresel çapta yeni ve etkili bir siyaset biçimi oluşturulmaktadır. (Ankara Kriz ve Siyaset Araştırmaları Merkezi, 2022).

Kamu diplomasisi, stratejik bir araç olmasının yanı sıra hükûmetlerin çalışmalarından sivil toplum kuruluşlarının faaliyetlerine, kültür sanat etkinliklerinden spor

organizasyonlarına kadar yabancı ülkelerin toplumlarıyla yapılan iletişim faaliyetleriyle beraber kamu diplomasisini yürüten ülkenin imajının, itibarının ve uluslararası kamuoyunda bilinirliğinin artırılması gibi durumları amaçlamaktadır. Ülkeler, kamu diplomasisi vasıtasıyla bünyesinde barındırdıkları oluşumları ve yapıları dünya kamuoyuna etkili bir biçimde aktarabilmektedirler (Göksu & Ökmen, 2019, s.249).

Kültürel diplomasi ise kamu diplomasinin önemli bir kolunu oluşturmakta ve bir ülkenin yumuşak gücünü inşa etmektedir. Ayrıca bu kavram sanat, eğitim, teknik, bilim gibi unsurlarla beraber ülkelerin itibarını yükseltmek ve diğer uluslarla ortak paydalar oluşturmak olarak da ifade edilebilmektedir. İletişim ve halkla ilişkiler disiplinlerinin ikna edici ve etkileşim içeren doğasının geleneksel diplomasi kavramının içine eklemlenmesiyle alışılageldik diplomasi süreçleri değişmiş ve dönüşmüş, diğer toplumları kültürel, siyasal ve toplumsal düzeyde etkileyebilmek uluslararası ilişkilerde başlıca hedefleri oluşturmuştur. ABD merkezli Kültürel Diplomasi Enstitüsü, kültürel diplomasiyi, "İlişkileri güçlendirmek, sosyo-kültürel iş birliğini sağlamak, ulusal çıkarları geliştirmek ve benzeri amaçlar için kültürün ya da kimliğin düşünceler, değerler, gelenekler ve diğer yönlerinin değişimine dayalı etkinlikler bütünü." olarak tanımlamıştır. Kültürel diplomasi, ulusların kendi kültürel özelliklerini bir iletişim aracı olarak kullanarak kendilerini tanıtmaları şeklinde de açıklanabilmektedir. Kültürel kaynakların iyi bir tanıtım politikasıyla bilinirliğinin artırılması ve bu sayede diğer ülkelerin kamuoyunu yönlendirme gücü kültürel diplomasiyi tanımlayan diğer ifadelerdendir. Uluslararası arena kültürel diplomasi sayesinde kültürel ürünler kullanılarak istenilen şekilde yönlendirilebilir ve sevk edilebilir bir mecra olmaktadır. Bir ülkenin meydana getirdiği kültürel ürünler ihraç yoluyla uluslararası arenayı kontrol edebilmekte ve gücü nispetinde kültürel değişimlere de yol açabilmektedir. Kültürel ürünlerin ihraç edilmesiyle, bu ürünleri ihraç eden ülkenin diğer ülkeler nezdinde politikaları daha sempatik bulunmakta, kültürel ürünler devlet müdahalesi ve desteğiyle daha sağlam bir şekilde faaliyet alanı bulmakta ve işlerlik kazanmaktadır (Yağmurlu, 2019, s.1184-1189).

Hallyu, bir Güney Kore markası, kültürel diplomasi aracı ve kültürel bir güç olarak Güney Kore'nin uluslararası imajı ve prestijine katkı sağlamaktadır. K-pop özelinde kültürel diplomasi sıklıkla kullanılmakta, K-pop starlarının dünya turneleri ve K-pop'un kültürel diplomasiyi temsil eden önemli bir güç olması sayesinde Güney Kore hükûmet politikaları Hallyu vasıtasıyla başarıya ulaşmaktadır. Güney Kore hükûmetlerinin Hallyu'yu destekleyen politikaları sayesinde başarılı bir kültürel diplomasi süreci yürütülmüş ve küresel pazarlarda Hallyu vasıtasıyla uzun vadeli amaçlara ulaşılmıştır. K-pop gruplarından BTS'nin Güney Kore için en iyi kültürel diplomasi araçlarından biri olduğuna dair en iyi

örnek grubun organize edilen bir törenle devlet başkanı Moon Jae In tarafından "Gelecek Nesiller ve Kültür için Özel Başkanlık Elçisi" olarak atanmaları ve söz konusu törende gruba diplomatik pasaportlar verilmesidir. Bu olayın akabinde grup üyeleri devlet başkanıyla birlikte BM Genel Kurulu'na katılmış ve genel kurula hitaben bir konuşma yapmışlardır. Konuşmada Covid 19 salgınından sonraki dünya için pozitif mesajlar vermişler ve 1 milyondan fazla kişi tarafından canlı olarak takip edilmişlerdir. (Keskin, 2022b, s.105-106).

Kültürel diplomasi ile yumuşak güç arasındaki temel ilişki kültürel diplomasiyi oluşturan araçların kültürel özellikteki yumuşak güç araçları olmasıdır. Yumuşak gücü sağlayan kültürel araçlar sinema filmleri, müzik klipleri, televizyon dizileri, edebi eserler gibi araçlar olarak düşünülebilmektedir. Kamu diplomasisinde kullanılan araçların her zaman yumuşak güç bağlamında değerlendirilmesi mümkün olmasa da kültürel diplomasi araçları yalnızca kültürel özellikler taşıdıklarından dolayı yumuşak güç unsurları olarak değerlendirilmeleri çok daha mümkün olmaktadır. Kamu diplomasisi yürütülürken bir ülkeye yaptırım uygulanması, yardımlar yapılması gibi sert güç olarak nitelendirilebilecek kültür dışı araçlar kullanılma ihtimalinden dolayı kamu diplomasisi kültürel diplomasiye göre daha geniş ve daha genel bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda düşünüldüğünde Hallyu'nun başlangıçta olmasa bile zamanla Güney Kore'de bir devlet politikası haline gelmesi kültürel diplomasi faaliyetlerinin dolayısıyla yumuşak güç kullanımının en somut örneklerinden birini oluşturmaktadır (Avşar vd., 2022, s.60-62).

Bir ülkenin kültürü o ülkenin yumuşak güç unsurlarından birini oluşturmaktadır. Yumuşak güç kavramının en önemli fikir babalarından biri olan Joseph Nye, yumuşak gücün politik olgular, dış politika ve kültür gibi unsurlardan oluştuğunu ifade etmektedir. Bir ulusun kültürü onun diğer uluslara cezbedici gelmesini mümkün kılan en önemli araçlardan biridir (Yağmurlu, 2019, s.1187). Askeri ve ekonomik gücün meydana getirdiği, zorlama ve şiddete dayalı olan sert güç kavramının aksine bu yollara başvurmayan, kültürel araçlar kullanarak amacına ulaşmaya çalışan güç çeşidi yumuşak güç olarak adlandırılmaktadır. Medya, ürettiği kültür endüstrisi ürünleriyle (film, dizi vb.) etkili olmak istediği ülkelere girmektedir. Bu kültürel ürünler yumuşak güç uygulamayı hedefledikleri toplumların üzerinde ne kadar etkili olurlarsa yumuşak gücün etkisi de aynı oranda artmaktadır. Bir ülkenin gerek kültürü gerekse siyasi ideolojisi yumuşak güç aracılığıyla tatbik edildikleri toplumlarda ikna temelli olarak başarılı olabilmektedir. Özellikle ABD, kendi kültür ve ideolojisini hem kendi ülkesinin insanlarına hem de yabancı ülkelere benimsetme konusunda oldukça başarılı ve bu alanda öncü bir ülke olmuştur. Hollywood, Amerika'ya yönelik

algıları değiştirme ve imaj yaratma konusunda oldukça etkili bir araçtır (Göksu & Ökmen, 2019, s.255-256).

Güney Kore de bir yumuşak güç politikası uygulamış ve büyük oranda da başarıya ulaşmıştır. Yumuşak gücün temel unsurlarını oluşturan kültür, sanat, eğitim, edebiyat gibi değerler yerinde ve etkili kullanılarak yumuşak gücün uygulanmasında bir çekim merkezi olarak kurgulanmaktadır. Bilhassa eğlence sektörünün ve popüler kültürün kullanılmasıyla cezbedici hale getirilen kültürel unsurlar, yumuşak gücün etkinliğine ciddi katkılarda bulunmaktadır. Güney Kore, kültürü bir araç olarak kullanarak finansal gücünün gelişimine de katkıda bulunmuş, ekonomik gelire ve ülke imajına katkı sunduğundan dolayı hükûmetler kültürel ürünlerin gelişimini daimi olarak desteklemişlerdir. Güney Kore'nin filmleri, dizileri, pop müziği gibi unsurlar insanlarda çekicilik oluşturduğundan, bunlara maruz kalan kitle zamanla Güney Kore'ye ait olan her metayı beğenme ve benimseme eğilimi içerisine girmiştir. Hallyu, kültürel yakınlık tezinin sağladığı avantajları kullanarak önce kendi bölgesi olan Asya'da etkinliğe ve bilinirliğe kavuşmuş, daha sonra ününü bölge sınırlarının ötesine taşıma başarısını göstermiştir. Böylece başarılı bir Kore imajı oluşturulmuş ve yumuşak gücün sağladığı imkanlar Güney Kore hükûmetleri tarafından akıllıca kullanılarak bir ülke markası yaratılmıştır (Keskin, 2022b, s.108-110).

3.6.1. Kore Kültür Merkezleri

Kore Kültür Merkezleri, Güney Kore adına kültürel diplomasi faaliyeti yürüten kurumlar olmalarının yanı sıra diğer ülkelerle ilişkilerin sağlıklı olması açısından da önem arz etmektedirler. Kore Kültür Merkezlerinde Kore yemek yarışmaları düzenlenmekte, Kore dilinin öğretimi yapılmakta, Kore film ve dizileri merkezlerin bulunduğu ülkelerde haftanın bazı günlerinde ilgililere izletilerek yakın ilişkiler tesis edilmeye çalışılmaktadır. Türkiye'de başkent Ankara'da bulunan merkezde de benzer etkinlikler düzenlenmekte, Kore kültürüne ve Kore Dalgası'na olan ilgi sıcak tutulmaya çalışılmaktadır. Kore Kültür Merkezleri, Kore kültürüne olan ilgiyi canlı tutmaya çalışırken K-pop gruplarının performanslarından da yararlanmaktadır. Örneğin 2017 yılında Güney Kore'den gelen bazı K-pop grupları Ankara'da bir konser vererek izleyici kitlesine ulaşmış ve büyük bir etkinlikle hayranlarıyla bir araya gelmişlerdir (Keskin, 2022b, s.107).

Kültürel hareketliliği çoğaltmak ve Kore'nin kültürel tanıtım organizasyonunu kuvvetlendirmek amacıyla Güney Kore hükûmeti katkılarıyla açılan Kore Kültür Merkezleri 2009 yılından itibaren Avustralya, Endonezya, İspanya, Filipinler gibi ülkelerde kurulmaya

başlanmış, 2011 yılına gelindiğinde de ülkemizde açılmıştır. Kore Kültür Merkezleri Hallyu fenomenini yaymak amacıyla çalışmalar yapmakta, uzmanlık ve marka temelli faaliyetler yürütmektedir. Kore Kültür Merkezleri Hallyu'nun genişlemesine büyük katkı sağlamış, merkezler bulundukları ülkelerde K-pop yarışmaları, fanların bir araya geldiği organizasyonlar ve kültür festivalleri gibi faaliyetler düzenleyerek Kore Kültürü ve Kore markasının yayılımına büyük destek olmuşlardır (Taşdemir, 2018, s.59).

Kore Kültür Merkezi, Kore ile Türkiye arasındaki kültürel paylaşımı artırmak ve iki ülke ilişkilerine katkı sunmak amacıyla 13 Ekim 2011'de Kore hükûmeti eliyle Ankara'da kurulmuştur. Sergi ve gösteri salonları, seminer odaları, K-pop odası, kütüphane, Kore gastronomi odası, Taekwondo salonu gibi sosyal birimleri bulunan bu merkez ziyaretçilerine Kore kültürünü tanıtmakta ve kültürel diplomasi faaliyetleri yürütmektedir. Geleneksel Kore enstrümanları, geleneksel Kore giysileri, Kore dili, Kore savunma sanatı (Taekwondo) gibi Kore kültürüne ait unsurlar merkezde meraklılarına gösterilmekte ve öğretilmektedir. K-pop'a ilişkin özel ders saatleri bulunmakta, bunun yanında kültür sergileriyle de merkez, faaliyetlerini yürütmektedir. Kore Kültür Merkezi'ne ek olarak Kore dili öğretimini sağlamak amacıyla da Ankara, İstanbul, Bursa ve İzmir gibi şehirlerde Sejong Hakdang enstitüleri kurulmuş olup bu yapılar da kültürel aktivitelerin yayılmasına hizmet etmektedir. Merkezde Kore ile alakalı tarihi ve bilimsel birçok konferans verilmekte, Korece konuşma müsabakaları ve K-pop festivali gibi faaliyetlerde bulunulmaktadır. Bütün bu etkinlikler Türkiye'de özellikle dizilerle birlikte başlayan Kore Dalgası'nı sürdürmek ve sağlamlaştırmak amacıyla planlanmakta ve uygulanmaktadır. Merkez gerek Kore'deki gerekse Türkiye'deki üniversitelerle iş birliği içinde bulunarak karşılıklı öğrenci değişimlerine katkı sunmakta bu yolla iki ülke arasında eğitim alanında da iş birliği ve yardımlaşma ortamı oluşturulmaktadır. Türkiye'deki Hallyu ilgisi ve desteğini sürdürmek amacıyla merkez bir yandan da popüler Hallyu dizilerinin oyuncuları ve K-pop yıldızlarının Türkiye'deki hayran kitlelerini ziyaret etmeleri için çaba göstermekte ve bu yolla Hallyu'ya olan ilgiyi canlı tutmaya çalışmaktadır. Merkez, Kore Savaşı gazileri için de özel etkinlikler düzenlemekte bu yolla da iki ülke arasında kurulan manevi ve dostane bağlar güçlü tutulmaya çalışılmaktadır (Kore Kültür Merkezi, 2022b).

Literatüre bakıldığında Güney Kore popüler kültürünün oldukça başarılı ve genel kabul görmüş bir fenomen olduğu açıkça görülebilmektedir. Bu yapı, sistemine dâhil olduğu ülkelerde büyük etkiler yaratmış, o bölgelerin kültürel yapılarını dahi etkilemeyi başarmış, bütün bunları yaparken doğduğu ülkenin imajını inşa etmiş ve bir marka olmasını sağlamayı başarabilmiş bir fenomen olarak karşımıza çıkmaktadır. Her güçlü yapı gibi Hallyu da

kendine has değerler üretmesinin yanında bu değerleri zor kullanmadan, yumuşak güç araçlarıyla ve kültürel diplomasi vasıtasıyla diğer ülke ve bölgelere kabul ettirmiş, günümüzde artık eskisi kadar etkili olmayan askeri güç ve ekonomik yaptırımlar gibi sert güç unsurlarının ötesine geçmeyi başararak, akıllıca kurgulanmış bir sistemle kültürü bir araç olarak kullanarak çağa ayak uydurmayı başarmış ve bilgi çağı olarak adlandırılan modern dünyada kendine ciddi bir yer edinmeyi başarmıştır. Her ne kadar Japonya gibi Asya'nın bazı bölgelerinde tarihsel etkilerden dolayı bir dizi tepkiyle karşılaşsa da özellikle Türkiye'de hiçbir dirençle karşılaşmamıştır. Gelecekte bu durumun Hallyu fenomenini Avrupa'ya açılan önemli bir köprü konumunda olan ülkemizin avantajlarından faydalanma noktasında başka bir boyuta taşıyacağı ve Güney Kore'nin kültürel yapısını yaymada daha etkili bir noktaya ulaştıracağı düşünülmektedir. Hali hazırda kendisi de önemli bir dizi ihracatçısı olan ülkemiz, Hallyu'nun orijinal senaryoları ve kuramsal yapısından beslenerek kendi sistemini iyileştirme noktasında önemli adımlar attığı taktirde medya sistemi içinde ve kültür endüstrisinde daha başarılı noktalara gelecek ve sistemin kritik aktörlerinden biri olma görevini üstlenecektir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

MUCİZE DOKTOR VE GOOD DOCTOR İSİMLİ DİZİLERİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Çalışmanın bu bölümünde orijinali bir Güney Kore yapımı olan "Good Doctor" isimli dizinin "Mucize Doktor" adıyla ülkemiz televizyonlarındaki uyarlanma süreci ele alınmaya çalışılmıştır. Farklı bir kültür tarafından üretilen bir içeriğin yerel şartlara nasıl uyum sağladığı sorusunun, söz konusu dizilerin üretim sürecinde kültürel unsurların ne şekilde kullanıldığının araştırılmasıyla ve iki farklı ülkede farklı hikâye kurgularıyla ekranlara getirilen dizilerin karşılıklı olarak analiz edilmesiyle cevaplanması amaçlanmıştır. Bir başka deyişle yerel kültürlerin ötesine geçen küresel kültürlerin ağırlıklarının hissedildiği günümüz dünyasında farklı bir kültüre ait olan orijinal metinlerin hedef kültüre aktarılırken ne şekilde yerelleştirildiği sorgulanmaktadır. Bu bağlamda temel olarak araştırmada şu sorular yanıtlanmaya çalışılmıştır:

- Good Doctor ve Mucize Doktor isimli yapımların karakterleri, anlatısal ve kurgusal özellikleri ne şekildedir?
- Good Doctor isimli dizi Türkiye koşullarına göre ne şekilde yerelleştirilmiştir ve iki yapımın içerik olarak benzeyen ve ayrışan yönleri nelerdir?
- Mucize Doktor isimli dizide orijinal yapıma kıyasla hangi özellikler kültürel yapı dikkate alınarak değiştirilmiştir?

Uyarlamalar sıklıkla yeniden çevrim olarak da anılmaktadır. Bir yapım şirketinin, yabancı bir kültüre ait olan ve o kültürde yapılmış medya ürününün telif haklarını, senaryosunu hedef kültüre uyarlamak suretiyle satın alması o medya ürününün yeniden çevrimi veya uyarlaması anlamını taşımaktadır. Uyarlamalarda (hedef metin), orijinal metinde (kaynak metin) var olan bazı diyaloglar, sahneler, mekânlar yeniden kurgulanabilmektedir. Bütün yapım orijinalindekiyle büyük oranda benzer olabileceği gibi farklı da olabilmektedir. Bu nedenle uyarlama yapımlarda kurgusal alan oldukça esnek ve özgür olarak hayat bulmaktadır (Okyayuz, 2017, s.113).

Gündelik hayatın önemli bir kısmında kitlelerin yaşamına dâhil olan televizyon dizileri toplumsal ve kültürel yapıyı şekillendirebilme ve toplumsal algı üzerinde değişiklikler yapabilme gücüne sahiptir. Televizyon dizileri etkili bir kitle iletişim aracı olan televizyon vasıtasıyla insanların hayatına dâhil olmakta bazı yönleriyle de insanların tutum

ve davranışları üzerinde etkili olabilmektedir. Gerbner'in kültürel göstergeler ve ekme kuramına göre televizyon, gerçekliğin yanında alt gerçeklikler de sunabilmekte bir nevi gerçekliği yeniden yapılandırabilmektedir. Televizyon, diziler vasıtasıyla da bazı temsilleri izleyenlerin bilincine yerleştirebilme ve bu temsilleri izleyicilerin benimsemesini sağlayabilmektedir. Televizyon, izleyiciler üzerindeki etkisini birdenbire değil zamanla göstermekte, izleyiciler üzerinde bazı düşünce kalıpları oluşturabilme ve bazı düşünceleri de değiştirebilme ve dönüştürebilme gücünü bünyesinde barındıran bir kitle iletişim aracı olarak var olmaktadır. Televizyon, ürettiği çeşitli programlar ve televizyon dizileri sayesinde izleyiciye belli bir ileti yollama, bazı mesajlar verme kaygısı taşımaktadır (Yener & Geçer, 2021, s.149).

Bu çalışmaya konu olan diziler de birer televizyon dizisi olduklarından bir yerde televizyonun etki düzeyini yansıtmakta, insanların hayatlarına dâhil olarak popülerlik kazanmakta ve vermek istedikleri mesajlarla toplumsal kültürü şekillendirici özelliklere sahip olmaktadır.

Good Doctor ve Mucize Doktor isimli yapımların kültürel bağlamda analizlerini yapabilmek için ilk olarak bu iki dizinin karakterleri ve ana hikâye yapısı üzerinde durulacak akabinde orijinal yapım ve uyarlama yapım arasındaki kültürel farklılıklar ve benzerlikler değerlendirilecektir. İlk olarak yapımların olay örgüsü ve karakterleri üzerinden hareket edilecektir. Ardından dizilerin kurgusal yapısındaki kültürel normlardaki benzerlikler ve farklılıklar analiz edilerek orijinal dizinin anlatısal yapısının uyarlama aşamasında hangi biçimde yerelleştirildiği hususuna ışık tutulmaya çalışılacaktır. Bu noktadan sonra Good Doctor isimli dizi orijinal yapım, Mucize Doktor isimli dizi ise uyarlama yapım olarak anılacaktır.

4.1. Mucize Doktor Dizi Künyesi

Yönetmen: Yusuf Pirhasan & Aytaç Çiçek
Yapımcı: MF Yapım (Asena Bülbüloğlu) Senaryo: Pınar Bulut & Onur Koralp
Yapım Yılı: 2019 Süre: 120 Dakika
Yayın Tarihi: 12 Eylül 2019 – 21 Mayıs 2021
Orijinal Senaryo: Park Jae Beom
Bölüm Sayısı: 64 Bölüm (2 Sezon)
Yayınlandığı Kanal: Fox
Oyuncular ve Karakterler:

Taner Ölmez (Ali Vefa), Sinem Ünsal (Nazlı Gülengül), Reha Özcan (Adil Erinç), Onur Tuna (Ferman Eryiğit), Özge Özder (Kıvılcım), Hazal Türesan (Beliz Boysal), Murat Aygen (Tanju Korman), Hayal Köseoğlu (Açelya), Bihter Dinçel (Selvi), Fırat Altunmeşe (Demir), Merve Bulut (Gülin), Korhan Erduran (Güneş), Merve Dizdar (Damla), Seda Bakan (Ferda), Hakan Kurtaş (Doruk), Zerrin Tekindor (Vuslat), Ezgi Asaroğlu (Ezo), Serkan Keskin (Muhsin Korunmaz)

Şekil 1.

Good Doctor ve Mucize Doktor Dizilerinin Afişleri



4.2. Mucize Doktor Dizisinin Konusu

Ali Vefa kırsal bir bölgede doğup büyüyen otizmli ve savant sendromlu bir çocuktur. Otizm spektrum bozukluğu bireyin çevresiyle iletişim kurmasını zorlaştıran, sosyal becerilerini zayıflatan, çocukluk çağından itibaren ortaya çıkan gelişimsel bir rahatsızlıktır. Bu rahatsızlığa sahip olan bireyler çevreleriyle iletişimde problemli, göz teması kuramayan, temastan hoşlanmayan, tuhaf davranan veya konuşan bireylerdir (Memorial, 2023). Savant sendromu ise öncelikle otistik spektrum bozukluğa sahip bireylerde ortaya çıkan, temel iletişim becerilerinden yoksun olmanın yanında belli bir konuda deha derecesinde beceriye

sahip olmaktır. Çok nadir görülen ve sıra dışı bir durumdur. Savant sendromlu bireyler aynı zamanda fotografik hafızaya sahip bireylerdir (Acıbadem, 2023). Ali Vefa, rahatsızlığından dolayı babası tarafından daima aşağılanmakla ve hor görülmekle geçen bir çocukluğa sahip olmuştur. Babasının dışlamasından ve çevresiyle iletişim kurmakta güçlük çekmesinden dolayı en yakın arkadaşı ve destekçisi abisi olmuştur. Abisini elim bir kazada kaybetmesinin ardından babası da onu evlatlıktan reddetmiş ve Ali Vefa yalnız başına kalmıştır. Abisinin ölümünden sonra karşılaştığı Doktor Adil Hoca kendisini evladı yerine koymuş ve hayatı boyunca ona rehber olmaya çalışmıştır. Ali Vefa en yakın arkadaşı olan abisini kaybetmesinin ardından insanların hayatını kurtarmak ve bilhassa çocukların uzun bir yaşam sürmeden hayatlarını kaybetmemeleri için doktor olmayı kafasına koyar ve tıp fakültesini birincilikle bitirerek doktor olur. Doktor olmasının ardından manevi babası Adil Hoca'nın başhekim olduğu Berhayat Hastanesi'nde asistan doktor olarak işe başlar fakat rahatsızlığından dolayı otizmli birinin doktor olamayacağını düşünen hastane yönetimi tarafından bir pürüzle karşılaşır. Ali Vefa'nın tıp bilgisine ve yetişmiş bir doktor olduğuna inancı tam olan Adil Hoca'nın yönetimi ikna etmesiyle hastanede asistan doktor olarak işe alınır. Adil Hoca'nın öğrencisi ve cerrahi bölümünün başı olan Ferman, Ali Vefa'yı hastanede ve ekibinde istememektedir çünkü onun iyi bir cerrah olabileceğine inanmamaktadır. Ferman işini iyi yapan, herkesin saygı duyduğu yetişmiş bir cerrahtır fakat aynı zamanda büyük bir egoya da sahiptir. Ferman istemeye istemeye olsa da yönetimden gelen baskılarla Ali Vefa'yla çalışmaya başlar ve Ali Vefa'nın üstün tıp bilgisi ve çok zor durumlara çözüm üretme kabiliyeti sayesinde zamanla onun ne kadar yetenekli bir cerrah adayı olduğunu anlar. Zamanla ikilinin ilişkisi bir abi kardeş ilişkisine dönüşmeye başlar. Nazlı, hastanenin cerrahi asistanlarından biridir. Duygusallığı ve empati yeteneği sayesinde başından beri Ali'ye şefkatle yaklaşmış ve ona yardımcı olmuştur. Ferman'a herkes gibi o da hayrandır ve duygusal yakınlık da hissetmektedir fakat Ferman ona karşı herhangi bir şey hissetmemektedir. Zamanla Nazlı ve Ali Vefa'nın arkadaşlığı aşka dönüşecektir. Ali Vefa hastanede asistan doktor olarak işe başlamadan önce hiç arkadaşı veya çevresi olmayan biridir fakat hastanede kurduğu ilişkiler ve insanların onu kabullenerek bağrına basması çocukluğundan beri özlemini çektiği aile ortamını ona hissettirecek ve bu sayede engellerini aşarak birey olma yolunda hızla ilerlemeyi başaracaktır.

4.3. Good Doctor ve Mucize Doktor Dizilerinin Karakterlerine Genel Bakış

Her iki dizinin karakter yapıları ve hikâye kurgusu benzer yapıda olduğundan karakterler muadilleriyle birlikte özetlenmeye çalışılacaktır. Mucize Doktor isimli uyarlama yapımda orijinal yapıma göre hastane içerisindeki profesyonel ilişkiler, hastaların ve ailelerinin profilleri, karakterler arasındaki ilişki ağı ve dizinin ismi başlı başına farklılıklar göstermektedir.

4.3.1. Ali Vefa / Park Si On

Ali Vefa/Park Si On otizm spektrum bozukluğuna sahip aynı zamanda savant sendromlu genç bir doktordur. Savant Sendromu Otizm Spektrum bozukluğunun getirdiği temel iletişim becerilerinden yoksun olmanın yanında belli bir konuda deha derecesinde beceriye sahip olmaktır. Bu yeteneğini kullanarak tıp alanında olağanüstü şekilde uzmanlaşmıştır. Ali Vefa/Park Si On küçük yaşta babası tarafından terk edilmiş, onunla ilgili kötü anılara sahip olmuştur. Her iki karakter de abisinin vefatına kadar onun koruyuculuğunda hayatını devam ettirmiş abisi vefat ettikten sonra da genç ve idealist bir doktor olan Adil Hoca/Choi Woo Seok ile yolları kesişmiş ve onun koruyuculuğunda ve adeta baba oğul ilişkisi içerisinde yoluna devam etmiştir. Park Si On/Ali Vefa kendisini terk eden babasının yerine Adil Hoca/Choi Woo Seok'u koymuştur. Adil Hoca/Choi Woo Seok, Park Si On/Ali Vefa'ya baba şefkatiyle davranmakta ve hayat yolculuğunda ona rehber olmaktadır. Park-Si On/Ali Vefa karakteri içinde bulunduğu rahatsızlık ekseninde kendini ifade etmekte güçlükler yaşamakta, çevresi tarafından da kabul görmemekte ve her iki karakterde de bu durum ortaya açıkça konmaktadır. Park Si On/Ali Vefa abisinin ve çok sevdiği evcil hayvanı tavşanının ölümünden çok etkilenmiş, ancak doktor olursa insanları ölümden kurtaracağına inanmıştır. Abisinin kendisine hediye ettiği oyuncak bir neşterle bu idealini sembolleştirmiş ve sonunda başarıyı yakalayarak doktor olmuştur. Her iki karakter için de duygusal bağ kurdukları ve abilerinden hediye olan oyuncak neşter çok önemlidir ve onu gözleri gibi korumaktadırlar. Ali Vefa/Park Si On üstün tıp bilgilerinin yanında hastalarıyla duygusal bağ kuran, onları iyileştirmek için her yolu deneyen karakterler olarak kurgulanmışlardır. İki karakter arasındaki temel farklardan biri yeme içme kültürlerinde ortaya çıkmaktadır. Park Si On'un en sevdiği yemek, Güney Kore'ye özgü bir yemek olan kestane ve çam fıstığıyla servis edilen Hanwoo bifteğiyken, uyarlama yapımda Ali Vefa'nın en çok sevdiği yemek turşusuz et döner olarak yerelleştirilmiştir. Orijinal yapımda Park Si

On çocuk cerrahi servisinde çalışıp çocuk cerrahı olmaya çalışırken, Ali Vefa ise genel cerrah olmaya çalışmaktadır. Park Si On'un çalıştığı hastane olan ve Güney Kore'nin başkenti Seul'de bulunan Sung Won Üniversite Hastanesi, uyarlama yapımda Ali Vefa'nın çalıştığı İstanbul Berhayat Hastanesi olarak yerelleştirilmiştir. Her iki karakterin hayatında da babalarının zalim karakterler olmalarından dolayı abileri önemli bir aktör olmuş ve abilerini kaybettiklerinde yaşadıkları travmatik durum seyirciye iyi yansıtılmıştır. Bu durumun hem Güney Kore toplumunda hem de Türk toplumunda aile ilişkilerinin ortak bir değer gördüğünün ispatı niteliğinde olduğu düşünülmektedir. Ali Vefa da Park Si On gibi sürprizleri sevmemektedir ve ana karakterlerin mizacının benzer nitelikte olduğu ve davranışsal özelliklerinin büyük ölçüde korunduğu görülmektedir. Ali Vefa/Park Si On içindekileri olduğu gibi söyleyen, karşısındaki incinse bile sadece doğru olanı söyleyen karakterlerdir. Ali Vefa karakteri kurgulanırken Park Si On'a göre daha özgüvenli bir portre çizilmiş ve bazı durumlarda espri yapması sağlanmıştır. Bu durum Ali Vefa'nın Si On'a göre daha baskın bir karakter olduğunu ön plana çıkarmaktadır. Ali Vefa ve Park Si On çocukluklarından beri itilip kakılan, çevreleri ve arkadaşları hatta babaları tarafından kabul görmeyen ve iletişim yeteneklerinden yoksun karakterler olsalar da Ali Vefa, Park Si On'a göre dizi ilerledikçe iletişim yeteneklerini artırmaya başlamıştır. Yani aslında otizmi zamanla yenmeye ve normalleşmeye başlamıştır. Bazı panik atak geçirdiği anlarda Ali Vefa'yı sakinleştiren şey ise oyuncak neşterdir ve bu neşterle duygusal bir bağ kurmuştur. Orijinal yapımda da Yoon Seo Park Si On'un oyuncak neşterini yanlışlıkla çöpe attığında Park Si-On kızgınlıkla tepki göstermiştir. İki yapımda da oyuncak neşter karakterlere çok sevdikleri abilerinden hatıra kalan eşyalardır ve her iki yapımda da manevi değerlerin önemli olduğu mesajı oyuncak bir neşterle sembolleştirilerek verilmiştir.

4.3.2. Adil Hoca / Choi Woo Seok

Adil Hoca, çocukluğunda babası tarafından dışlanan ve zulüm gören Ali Vefa'nın manevi babası rolünü üstlenmiş ve hayat yolculuğunda onun en yakını olmuş ve ona rehber olmuş bir karakterdir. Berhayat Hastanesi'nin başhekimi ve sayısız hastayı iyi etmiş idealist bir doktordur. Ali Vefa onu babası yerine koymuş, hayatta onun tecrübelerinden faydalanmış ve onu örnek almıştır. Adil Hoca da Ali Vefa'nın özel bir çocuk olduğunu anlamış, onu kanatları altına almış ve üstün bir cerrah olarak yetişmesini sağlamıştır. Adil Hocanın, Kore yapımındaki muadili olan Choi Woo Seok'a göre Ali Vefa üzerindeki rehberliği ve onun için yol gösterici olması daha ayrıntılı işlenmiştir. Ali Vefa ile Adil hocanın orijinal

versiyona göre daha yakın ve adeta bir baba oğul ilişkisi içerisinde olmaları ayrıntılı işlenen bir diğer husustur. Türk toplumunda ve Kore toplumunda aile değerlerine olan bağlılıklar birlikte ön plana çıksa da Ali Vefa ve Adil Hoca özelinde uyarlama yapım olan Mucize Doktorun kurgusunda bu özellikler daha çok ön plana çıkartılmıştır. Ali Vefa doktorluk stajı için İstanbul'a geldiğinde Adil Hoca'nın evinde kalmıştır. Orijinal versiyonda ise Park Si On bir apartman dairesi kiralamış ve orada ikamet etmiştir. Bu noktada uyarlama yapımda Ali Vefa ve Adil Hoca'nın daha yakın bir ilişki içerisinde olduğunu söylemek mümkündür. Adil Hoca Ali Vefa'ya oğlu gibi güvenmekte ve her zaman arkasında durmaktadır. Ali hastanede staja başlayacağı vakit otistik bozukluğundan dolayı hastane yönetiminin onu istememesinde dahi arkasında durmuş ve eğer Ali Vefa başarılı olmazsa başhekimlikten istifa edeceğini açıklamıştır. Ali Vefa'ya her zaman sosyal ilişkilerini iyileştirmek için çabalamasını, insanları dinlemeye ve anlamaya çalışmasını telkin etmektedir. Adil Hoca, Ali'yi öz oğlu gibi sevmektedir. Acil servise gelen iki düşman aileden biri tarafından Ali tehdit edilip kurşunların hedefi olduğunda dahi Adil Hoca kendini kurşunların önüne atmış ve ölmüştür. Ali de bunun üzerine sinir krizi geçirmiş ve çok üzülmüştür. Orijinal versiyonda böyle bir durum bulunmamaktadır ve bu durum uyarlama yapımda senaryoya dâhil edilmiştir. Orijinal yapımda Choi Woo Seok'un Park Si On ve ailesinin arasını düzeltebilmek amacıyla ailenin evini ziyaret ettiği sırada ayakkabılarını çıkartarak eve girmesi Türk ve Güney Kore toplumları arasındaki kültürel benzerliğe örnek teşkil etmektedir.

4.3.3. Nazlı / Cha Yoon Seo

Nazlı; Adil Hoca ve çocukken kaybettiği abisiyle beraber Ali Vefa'nın hayatındaki en önemli karakterlerden biridir. Ali Vefa hastanede staja başladığında ona karşı diğer ekip arkadaşlarından daha sevecen olmuş ve daima arkasında durarak yardım etmiştir. Nazlı, orijinal versiyondaki Doktor Cha Yoon Seo'ya göre daha ılımlı ve sakin olarak kurgulanmıştır. Daha yumuşak bir tarzı vardır ve Yoon Seo'nun gerektiğinde Si On'a yaptığı gibi Ali Vefa'ya yanlışlarını hatırlatmamaktadır. Yoon Seo'nun Nazlı karakterine göre daha başına buyruk olan tavrı bir şeye üzüldüğünde veya sinirlendiğinde alkol alıp sağa sola sataşması olarak ortaya çıkmaktadır ve gerektiğinde Si On'u da suç ortağı yapabilmektedir. Nazlı, Ali Vefa'nın ilk aşkıdır ve Nazlı'dan hoşlandığını fark etmesi uzun sürmemiştir. Nazlı ise başlarda cerrahi bölümünün şefi Ferman'dan hoşlansa da aşkına karşılık bulamamış ve Ali Vefa'dan o da zamanla hoşlanmaya başlamıştır. Nazlı, Adil Hoca'dan sonra Ali'nin

hayatındaki en önemli figürlerden biri olmuştur çünkü her zaman yanında olmasıyla Ali'nin güvenini kazanmıştır. Cerrahi bölümünün asistanlarından Demir de Nazlı'dan hoşlanmaktadır fakat Nazlı'nın ona karşı bir hissi yoktur. Orijinal versiyonda Nazlı'nın muadili olan Yoon Seo karakterinden hoşlanan biri senaryoya dâhil edilmemiş uyarlama versiyonda ise bu ayrıntı işlenmiştir. Ayrıca Nazlı'nın alkolik bir babasının olması ve Nazlı'nın babasıyla travmatik bir geçmişinin olması da yine uyarlama yapımda işlenen ekstra senaryolardan biridir.

4.3.4. Ferman / Kim Do Han

Ferman / Kim Do Han, hastanenin en iyi cerrahlarından biri olan karakterdir. Ferman, Berhayat hastanesinde genel cerrahi ekibinin başındayken, Do Han çocuk cerrahi bölümünün başındadır. Ferman / Kim Do Han duygularıyla değil daha çok mantığıyla hareket etmektedir çünkü cerrahlık gibi profesyonel bir işte duygulara yer olmadığının farkındadır. Profesyonelliğinden dolayı soğuk bir karakter olarak görünmektedir fakat sertliğinin altında duygusal bir kişilik yatmaktadır. Ali Vefa'nın rahatsızlığından dolayı başlarda onu hastanede hiç istememekte ve onu hastaneden göndermek için elinden geleni yapmaktadır. Fakat zamanla Ali Vefa'nın yeteneklerinin farkına varmış ve onu benimsemeye başlamıştır. Ferman'ın herkesten sakladığı bir sırrı vardır. Küçüklüğünde parkta oyun oynarlarken kız kardeşinin elini bir an bıraktığı için kız kardeşine araba çarpmış, Ferman da ömür boyu kendini bu durumdan sorumlu tutmuş ve vicdan azabı çekmiştir. Kız kardeşi kazadan sonra serebral palsi hastası olmuştur. Ferman bir gün hasta yakınlarının hırpaladığı Ali Vefa'yı kavgadan kurtarmış, Ali Vefa'nın "Sen beni abim gibi koruyup kolladın" demesi üzerine duygulanarak kız kardeşinin varlığını ona açıklamış ve kardeşini Ali Vefa'yla tanıştırmıştır. Ferman içten içe Ali Vefa'yı kardeşine benzetmekte, onu kardeşinin yerine koymaktadır. Ali Vefa da Ferman'ı gittikçe abisine benzetmekte ve onu kendisini koruyup koruyan abisi gibi görmektedir. Ferman'ın orijinal versiyondaki muadili olan Kim Do Han'ın ise erkek kardeşi yine çocukluklarında Do Han'ın hatası yüzünden araba kazasında vefat etmiştir. Ferman'ın Ali Vefa'ya olan duyguları ile Kim Do Han'ın Park Si On'a olan duyguları benzerdir. Do Han ve Ferman Ali Vefa'yı ve Park Si On'u kardeşlerinin yerine koymakta, onları kardeşleri gibi sevmekte ve koruyup kollamaktadırlar. Her iki versiyonun senaryosunda da ufak değişikliklerle bu duruma sadık kalınmıştır. Kim Do Han ve Ferman her ikisi de ekipleri tarafından kendilerine saygı duyulan ve çekinilen karakterlerdir. Profesyonelliklerinin getirdiği bir egoya sahiptirler fakat buna rağmen

çevrelerinden saygı görmektedirler. Zamanla Ferman Ali Vefa'nın, Kim Do Han ise Park Si On'un koruyuculuğunu üstlenmiştir.

4.3.5. Beliz / Yoo Chae Kyung

Beliz, 30 yaşlarında, hastanenin sahibi ve Ferman'ın sevgilisidir. Yoo Chae Kyung ise orijinal versiyonda Kim Do Han'la nişanlıdır. Beliz, hastaneyi üvey annesi olan Kıvılcım'la birlikte yönetmekte fakat Kıvılcım'la iyi anlaşamamaktadır. Beliz ve orijinal versiyondaki muadili olan Yoo Chae Kyung'un karakter yapıları benzer şekilde kurgulanmıştır. Beliz, Ferman'ın tam tersi olarak egoist bir yapıya sahip değildir. Ilımlı, zeki, yeri gelince alttan almayı bilen bir kadındır. Ferman'la ters düştükleri konular ve kavga ettikleri durumlar olsa da Ferman'a hayranlık duymakta ve onu çok sevmektedir. Kıvılcım öldükten sonra Kıvılcım'ın bebeğinin sorumluluğu kendisine kalmasına rağmen bebekle ilgilenmiş sorumluluktan kaçmamıştır. Birçok defa Ferman'la çalkantılı bir ilişkileri olmasına rağmen finalde evlilik kararı almışlardır. Orijinal versiyonda da Kim Do Han ve Yoo Chae Kyung karakterleri nişanlı olmalarına rağmen ilişkilerinde ayrılık sürecine girmiş fakat sonunda tekrar bir araya gelmeyi başarmışlardır. Orijinal yapımdan farklı olarak Beliz, Ferman'la uzaklaştıkları dönemde tekrar birleşmeden önce hastanenin başarılı cerrahlarından Tanju'yla bir miktar yakınlaşmış, Tanju da ona karşı kayıtsız kalmamıştır. Bu durum uyarlama yapımın senaryosunda kurgulanan ekstra bir durumdur. Orijinal yapımın senaryosunda böyle bir duruma rastlanmamıştır. Beliz aynı zamanda yardımsever bir karakterdir ve sosyal sorumluluk faaliyeti olarak hastane bünyesinde maddi durumu kötü olan insanlar için ücretsiz bir klinik açmak istemektedir. Fakat Kıvılcım buna karşı çıkmaktadır.

4.3.6. Tanju / Kang Hyeon Tae

Tanju 40'lı yaşlarında hastanenin başarılı cerrahlarından biri olmasına rağmen stajyerleri ve diğer doktorlar tarafından yeterli saygıyı görmediğine inanan hırslı ve egolu bir karakter olarak kurgulanmıştır. Adil Hoca tarafından yetiştirilmesine rağmen, en çok saygıyı ondan beklemekte hatta bir gün onun yerine geçmek için çabalamaktadır. Adil Hoca'nın Ali Vefa tek bir hata bile yaparsa istifasını vereceği konusunda kendisine ve hastane yönetimine söz vermesi sonucu işinin kolaylaşacağına inanmış ve Kıvılcım'la Adil Hoca'yı gönderebilmek ve hastanenin yönetimini tamamen ele geçirmek için iş birliği

yapmıştır. Tanju, bu amacına ulaşabilmek için hastanenin en yetenekli kalp cerrahlarından ve Ali Vefa'nın da şefi olan Ferman'dan Ali Vefa'ya zor görevler vermesini ve onu ezmesini istemiştir. Ferman da başlarda Ali Vefa'nın otizm rahatsızlığından dolayı iyi bir cerrah olabileceğine inanmadığından bilinçsiz de olsa Tanju'nun amacına hizmet etmeye başlamıştır. Tanju her ne kadar kötü bir karakter olarak kurgulansa da yeri geldiğinde cerrahi ekibine yardım eden ve Ferman gibi saygı duyulan bir karakterdir. Yurtdışında yaşayan eşinden bir kızı vardır ve kızı kalp hastasıdır. Orijinal yapımda Tanju'nun muadili olan Kang Hyeon Tae ise bir cerrah değil hastane müdür yardımcısıdır ve hastane müdürü ve başhekim olan Choi Woo Seok'u safdışı bırakıp hastane üzerinde söz sahibi olabilmek için hastane vakfı genel müdürü Lee Hyeok Pil ile anlaşma yapmıştır.

4.3.7. Kıvılcım / Lee Yoo Won

Kıvılcım 40'lı yaşlarında, Beliz'in yardımcısı ve üvey annesidir. Kötü huylu ve baskın bir yapıya sahiptir. Hastanenin tek sahibi olmak istemekte, bu yolda Beliz'i ve Adil Hoca'yı rakibi olarak görmekte ve onlardan kurtulmak istemektedir. Bu amacına ulaşmak için kendisiyle ortak hedefe sahip olan Tanju'yla iş birliği yapmıştır. Ali Vefa'nın hata yapmasını istemektedir. Kıvılcım amacına ulaşmak için her yolu mübah gören ve hırslı bir karakter olarak kurgulanmıştır. Hastanenin tek sahibi olma yolunda Beliz'i saf dışı bırakmak amacıyla ölen kocasının dondurulmuş spermiyle hamile kalabilmek için tedavi görmüş ve hamile kalmayı başarmıştır. Bu yolla ölen kocasından bir kızı olmuş ve hastane Beliz dışında bir veliahta daha sahip olmuştur. Fakat çocuğu doğuracağı gün yaralı olmasından dolayı doğumda bir komplikasyon gelişmiş ve doğumu gerçekleştiren Ali Vefa Kıvılcım'ın değil bebeğin yaşamasını seçmiştir. Böylece Kıvılcım ölmüş ve çocuğun sorumluluğu saf dışı bırakmaya çalıştığı Beliz'e kalmıştır. Orijinal yapımda ise Kıvılcım'ın karşılığı olan karakter sadece ismen var olmuş önemli bir varlık göstermemiştir.

4.3.8. Demir / Han Jin Wook

Demir karakteri genel cerrahi bölümünün öne çıkan asistanlarından genç bir doktordur. Ali Vefa'nın rakiplerindendir ve zengin bir ailenin çocuğudur. Nazlı'ya ilgi duymakta fakat ondan herhangi bir karşılık görmemektedir. Hiç aklında olmadığı halde hemşirelerden biri olan Açelya'yla yakınlaşmış ve onunla bir ilişkiye başlamıştır. Nazlı'dan göremediği karşılığı Açelya'dan görmüştür. İlişkilerinin ilerlemesiyle Açelya'ya evlilik

teklif etmiş fakat Açelya kendinden emin olmaması sebebiyle bu teklifi geri çevirmiştir. Orijinal yapımda Nazlı karakterinin karşılığı olan karaktere Park Si On dışında asistanlardan ilgi duyan biri olmamıştır. Bu durum uyarlama yapımın senaryosunda ekstra bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Demir, babasıyla sorun yaşamakta olan bir karakterdir. Babası bir gün hastaneye onu görmeye gelmiştir. Demir görüşmek istememiş fakat babası ona kanser hastası olduğunu ve o ölünce şirketin başına geçmesini istediğini söylemiştir. Demir babasının ölümünden sonra şirketle de ilgilenmeye başlamıştır. Yaşadığı başarısızlıklar nedeniyle Açelya'ya ondan ve işten ayrıldığına dair bir mektup bırakarak herkesi terk etmiştir. Demir'in orijinal yapımdaki muadili olan Han Jin Wook karakteri Demir karakterinin Ali Vefa'ya yaptığı gibi Park Si On'u rakip olarak görmemekte, ona yardımcı olmaktadır. Orijinal yapımda Han Jin Wook bağırsaklarından ameliyat olması gereken küçük bir kız çocuğunun ablasına ilgi duymaktadır ve onun ilgisini ve sevgisini kazanmak için her şeyi yapmaktadır. Kız, Han Jin Wook'a başlarda ilgi duymasa da kardeşiyle şefkatli bir şekilde ilgilendiği için zamanla ona güven duymaya başlamış ve dizinin sonunda da bir araya gelmişlerdir.

4.3.9. Güneş / Jo Jung Mi

Güneş / Jo Jung Mi karakterleri her iki dizide de kat hemşiresi olarak kurgulanmış ve kişisel özellikleriyle neredeyse aynı şekilde kurgulanmış karakterlerdir. Güneş ve Jo Jung Mi neşeli, espritüel ve yardımsever mizaca sahip olan karakterlerdir. Jo Jung Mi hastaneye geldiğinden beri Park Si On'a en çok yardımcı olan, onu destekleyen bir karakterdir. Ayrıca orijinal yapımda dizinin hikâyesinin geçtiği departman çocuk cerrahisi bölümü olduğundan Jo Jung Mi çocuklarla arası çok iyi olan, onları neşelendiren bir karakter olarak ön plana çıkmaktadır. Her iki karakterin duygusal olarak ilgi duydukları karakterler farklılık göstermektedir. Jo Jung Mi başından beri baş hemşire olan Nam Joo Yeon'a ilgi duyarken, Güneş ise hastane sekreterlerinden Gülin'e ilgi duymakta ve onu elde etmek için her şeyi yapmaktadır. Uyarlama yapımda ise hastanenin baş hemşiresi olan Selvi'ye Adil Hoca ilgi duymaktadır. Bu yönüyle karakterlerin birbirleriyle ilişkisi konusunda kurgusal farklılıklar söz konusudur. Güneş'in hastane dışına taşan, içten içe hep istediği oyuncu olma hayali vardır fakat Jo Jung Mi böyle bir amaca sahip değildir. Güneş zamanla Gülin'den de vazgeçmiş ve hastaneden ayrılmıştır.

4.3.10. Başhemşire Selvi / Nam Joo Yeon

Selvi, hastanenin en yetkin ve mesleğinde başarılı hemşirelerinden biridir. Asistan cerrahlar tarafından bir büyük olarak kabul edilmekte ve onlardan saygı görmektedir. Neredeyse bir doktor kadar tıbbi bilgiye sahip olmuş ve kendini geliştirmiş bir karakterdir. İçten içe Adil Hoca'ya hayranlık beslemekte fakat çekingen bir yapıya sahip olduğundan ve önceki evliliğinden çocukları olduğundan uygun olmaz düşüncesiyle Adil Hoca'ya hislerini hiç belli etmemiştir. Fakat beklemediği bir gelişme olmuş, Adil Hoca kendi hislerini ona açıklamış ve bir ilişkiye başlamışlardır. Selvi Hemşire, Adil Hoca'nın beklenmedik ölümüyle ise derin bir üzüntüye kapılmıştır. Orijinal yapımda ise Selvi'nin karşılığı olan karaktere hemşire Jo Jung Mi / Güneş ilgi duymaktadır. Bu durum da uyarlama yapımda değiştirilmiş ve kurguyu genişletmek açısından karakterler arasında farklı bir ilişki ağı tesis edilmiştir.

4.4. Orijinal Yapımda Olmayıp Uyarlama Yapımda Yer Alan Ek Karakterler

4.4.1. Damla

Damla karakteri, eğitim hayatında dereceleri olan, alanında makaleleri yayınlanmış, uzmanlığını yurt dışında yapmış ekibe katılan yeni asistandır. Hırslı, dostluğa önem vermeyen, başarılı olabilmek için karşısındaki herkesi ezip geçebilecek bir yapıya sahiptir. Tanju, Damladan hastanede olup bitenler konusunda kendisini haberdar etmesini istemiş bunu yapmazsa hastanede kalamayacağı konusunda onu tehdit etmiştir. Damla da hastanede kalabilmek için Tanju'nun muhbirlik teklifini kabul etmiş, Ali Vefa ve Nazlı'nın ilişkisini öğrenip Tanju'ya söylemiş ve Tanju'nun Ali Vefa'ya karşı cephe almasına yol açmıştır. Bu durumu öğrenen Ferman kimsenin özel hayatına karışmaması konusunda Damla'yı uyarmıştır. Damla'nın hastanede olup bitenleri Tanju'ya anlatma konusundaki tavrından Ali Vefa ve Nazlı'nın ilişkisi zarar görmüş Tanju, Nazlı'yı cerrahiden ayırıp başka birime göndermiştir. Damla'nın Ali'yle uğraştığını fark eden Ferman, Ali üzerindeki koruyucu abi tavrını takınarak bir daha Ali'yle uğraşmaması konusunda Damla'yı sert bir şekilde uyarmıştır. Bütün bu olaylardan sonra Damla yurt dışında bir hastaneden teklif alarak gitmiş ve diziden ayrılmıştır.

4.4.2. Doruk

Damla karakterinin yerine diziye dâhil olan genç asistandır. Yardımsever, eğlenceli, ilgili zaman zaman çocuksu tavırları olan fakat bazı travmalara sahip bir karakter olarak kurgulanmıştır. Askerlik geçmişi vardır. Bazen panik atak geçirmektedir çünkü askerliğini yaparken bir operasyon sırasında esir düşmüş, kafasına ateş edilmiş ve mermi çekirdeği hala kafatasının içindedir. Vurulduktan sonra kırsal bölgede bir çoban tarafından bulunmuş ve şans eseri hayatta kalmıştır. İyileştikten sonra askerliğe devam etmek istemiş fakat durumundan dolayı orduya geri alınmamıştır. Kafatasındaki kurşun yüzünden baş ağrıları çekmekte zaman zaman da krizler geçirmektedir. Ali ihtisasını beyin cerrahisinde yapmayı seçtiği zaman ondan beynindeki kurşunu çıkartmasını istemiş ve Ali de ekibiyle bunu başarmıştır. Bu sayede Doruk'un daha normal bir yaşamı olmuş ve Ali ile Nazlı'nın düğününde hastalarından biri olan Harika'yla yeni bir ilişkiye başlamıştır.

4.4.3. Ezo

Ezo, Ali'nin Nazlı'yla ayrı kaldığı dönemde taşındığı yeni apartmandaki komşusudur. Yetenekli bir tasarımcıdır fakat bipolar bozukluk rahatsızlığına sahiptir. Çok neşeli ve rahatken bir anda depresif ve mutsuz bir ruh haline bürünebilmektedir. Ali'ye yakınlık duymakta, onunla yakın arkadaş olmaya çalışmaktadır. Rahatsızlığından dolayı takıntılı bir ruh haline sahiptir ve Ali'yi rahat bırakmamaktadır. Annesinin üzerindeki kontrolcü tavrından dolayı da bunalmış durumdadır. Annesinin onu hiç sevmediğini düşünmekte ve içten içe çok üzülmektedir. Ali'ye bipolar bozukluğu olduğunu itiraf ettiğinde Ali onu dertleriyle baş başa bırakmak istememiş ve onunla arkadaş olmak istediğini söylemiştir. Ezo, sonunda annesinin ve Ali'nin de teşvikleriyle tedavi olmayı kabul etmiştir. Hayatı boyunca kendisini olduğu gibi kabul eden ve onu olduğu gibi seven tek kişinin Ali olduğunu düşünmektedir.

4.4.4. Vuslat

Vuslat, 50'li yaşlarında dominant, egolu ve biraz da küstah tavırlara sahip ve oldukça zengin bir karakterdir. Ezo'nun annesidir. Hastanenin borçlarından dolayı zor durumda olduğunu Ezo'dan öğrenmiş ve Beliz'in karşısına çıkarak üstten bakan bir tavırla hastaneye yardım edeceğini fakat hastanenin yüzde 51 hissesini istediğini söylemiştir. Ezo'nun Ali'yle görüşmesini istememektedir çünkü Ali otizmlidir ve Vuslat bu rahatsızlığın ömür boyu

düzelmeyecek bir rahatsızlık olduğunu öne sürmektedir. Ezo'nun bipolar bozukluğunun ise tedaviyle düzeleceğini düşünmektedir. Hastaneyi sırf Ali'yi gözetim altında tutmak ve Ezo'yla yakınlaşmasını önlemek için satın almıştır. Hastanedeki asistanlara, doktorlara ve diğer görevlilere davranışıyla olumsuz bir izlenim bırakmıştır. Fakat zaman geçtikçe Ali Vefa'nın insanlar için ne kadar çabaladığını görmüş, hastaları veya arkadaşları için nasıl fedakârlıklar yaptığının farkına varmış ve Ali'ye saygı duyduğunu, onun sayesinde insan olabildiğini fark ettiğini itiraf etmiştir. Ali sayesinde içindeki iyi ve güzel duyguları keşfetmiş ve hastane içerisinde de sevilmeye başlamıştır.

4.4.5. Ferda

Adil Hoca'nın yıllar önce evlendiği Amerikalı bir kadından olan kızıdır. Ferda da yetenekli bir cerrahtır ve hastanede geçirdiği günlerinde Ferman'la rekabet halinde olmuştur. Babasına karşı öfkelidir çünkü Adil, kendisine değil Ali Vefa'ya sahip çıkmış ve onu baba şefkatiyle büyütmüştür. Adil Hoca çok işkolik bir insan olduğu ve Ferda'yla da yeteri kadar ilgilenemediğini düşündüğü için eşi Adil Hoca'yı terk etmiştir. Adil de kızını bu yüzden yıllardır görmemiş ve ailesini kaybetmiş bir çocuk olan Ali Vefa'yı Ferda'nın yerine koymuştur. Bütün bunlara rağmen Ferda içindeki travmayı bir türlü yenememiş, babasına veda mektubu bırakarak hastaneden ayrılmıştır. Ait olduğu yerin babasının yanı ve hastane olduğunu düşünmemektedir.

4.4.6. Muhsin Korunmaz

Muhsin, Vuslat'ın işe aldığı kültürlü ve çok yetenekli bir cerrahtır. Ali'yle rekabet edebilecek seviyede bir doktordur ve beklenildiği gibi hastaneye gelir gelmez Ali'yle rekabet etmeye başlamıştır. Tıp alanında oldukça yetkindir hatta dünyanın birçok yerinde doktorluk yaparak yeni tedavi yöntemleri keşfetmiş ve bu yöntemlerden birine rol modeli olarak gördüğü Türk-İslam bilgini İbn-i Sina'nın adını vermiştir. Yediği simitin susamlarını bile yerlere dökülmemesi için kendisi toplamaktadır. İsraftan kaçındığını söylemektedir. Bu bağlamda Türk toplumunda var olan geçmişe hürmet, nimete saygı ve israf etmeme kültürü bu karakter ekseninde ortaya çıkmaktadır. Profesyonellik ve kurallara uyma diğer doktorlarda olduğu gibi Muhsin'de de belirgindir. Hastane başhekimi olabilmek için Vuslat'a rest çekmiş ve eğer başhekim olmazsa hastaneden ayrılacağını söylemiştir. Bunun üzerine Vuslat Muhsin'i başhekim yapmıştır. Başhekim olunca Ali'yle daha fazla rekabet

etmeye başlamıştır çünkü kendisinin çok daha yetkin bir cerrah olduğunu düşünmektedir. Ali ile Nazlı'nın duygusal yakınlıklarını öğrendiğinde ikisinin departmanlarını ayırmıştır çünkü bu durum ona göre profesyonel çalışma tarzına ters düşmektedir. Bir gün hastaneye Muhsin'in babası gelir fakat Muhsin'in de babasıyla travmatik bir geçmişi vardır. Onu görünce çok mutlu olmamıştır çünkü Muhsin'i baskıcı bir şekilde yetiştirmiştir. Fakat babasının beynindeki tümörün ölümcül bir tümör olması Muhsin'i ona karşı daha yumuşak bir hale getirmiş ve babasının beyin ameliyatını Ali'nin yapmasını istemiştir. Ali'yle rekabet halinde olsa da onun yeteneklerinin farkındadır. Ali Vefa ve Nazlı'nın düğününde hastanenin sekreterlerinden Gülin ile bir ilişkiye başlamış ve evlenmiştir.

4.4.7. Açelya

Açelya karakteri hastanenin hemşirelerinden ve Demir'in sevgilisidir. Demir'in Nazlı'ya olan ilgisini fark etmiş, onu elde etmek için uğraşmış sonunda da bunu başarmıştır. Neşeli, güler yüzlü biraz da tez canlı bir karakter olarak kurgulanmıştır. Hiyerarşik ilişkilerden hoşlanmayan, Nazlı'yı da doktor olduğu için kıskanan bir yapıya sahiptir. Demir'le olan ilişkilerinde genelde mutlu olsalar da Demir'in bir gün bir mektup bırakarak hastaneden ayrılmaya karar vermesiyle ilişkileri bitmiştir. Orijinal yapımda Demir'in karşılığı olan Han Jin Wook ise hastanenin hemşirelerinden biriyle değil hastalarından birinin ablasıyla ilişki yaşamıştır. Bu durum uyarlama yapımın senaryosunda değiştirilen hususlardan biridir.

4.4.8. Gülin

Gülin, cerrahi bölümünün sekreterlerinden deli dolu, biraz da dedikodu yapmayı seven genç bir kızdır. İş konusunda ciddi ve profesyonel davranmayı bilen bir karakterdir. Beliz'i kendine örnek almakta onun gibi olmak istemektedir. Beliz'in başarılı, özgüvenli ve güçlü yapısından etkilenmiş ona özenerek bir yandan çalışırken bir yandan da hukuk fakültesini bitirmeyi başarmıştır. Bir yandan hastanenin hukuk departmanında staj yapmaktadır. Hemşirelerden Güneş ile ilişkisi vardır fakat kendisinin hukuk fakültesini bitirmesi sonucunda Güneş'in onun kendisinden daha fazla maaş alacağını ve bu nedenle aralarındaki sınıfsal farkın açılacağını düşünmesi sonucu tartışmışlardır. Gülin, Güneş hastaneden ayrıldıktan sonra hastaneye yeni gelen Doktor Muhsin'le bir ilişki yaşamaya başlamış ve finalde evlenmişlerdir.

4.5. Dizilerin Toplumsal ve Kültürel Normlar Açısından Değerlendirilmesi

Normlar, akla gelen ilk anlamıyla "ölçü" veya "kural" anlamında kullanılmaktadır. Sosyolojik manada göz önüne alındığında ise norm: "insan davranışlarının ölçüldüğü, değerlendirildiği, beğenildiği ya da kınandığı ölçü ve kurallardır" biçiminde ifade edilen, ideal davranış veya belirli doğrulara dayanan ilkeler olarak anlamlandırılmaktadır. Bu ilkelerin kaynağını oluşturan ana ölçüt ise toplum tarafından kabul edilen bazı değerlerdir. Normlar, toplumsal hayatta insanların yaşamında geçerli olan gelenek-görenek, hukuk ve genel davranış biçimlerinde kendini göstermekte ve toplumsal bütünlük içerisinde toplumun "doğru davranış" veya "ideal" olarak kabul ettiği değerlere dayanmaktadır. Bu değerlere toplumda yaşayan bireylerin tümü tarafından uyum sağlanmasa bile bu değerler, toplumun ekseriyeti tarafından davranış ölçütleri olarak kabul edilmektedir (Eren, 2007, s.291-292).

4.5.1. Ali Vefa / Park Si On'a Toplumun Bakış Açısı

Ana karakterlerin her ikisinin de otistik ve savant sendromlu olmaları nedeniyle toplumun geri kalanından farklı birer birey olmaları onların toplum ve arkadaş çevreleri tarafından ötekileştirilmelerine ve ayrımcılığa uğramalarına sebep olmuş her iki karakter de küçüklüklerinden itibaren çevreleri tarafından ezilerek ve küçümsenerek büyümüşlerdir. Her iki karakterde savant sendromuna sahip olduklarından dolayı belirli bir alanda deha derecesinde yetenek sergilemekte ve karşılaştıkları problemleri üç boyutlu düşünme yetenekleriyle kimsenin başaramadığı şekilde çözüme ulaştırmaktadırlar. Karakterlerin bu yeteneği tıp alanına yansımış ve bu alanda adeta birer dahi olmuşlardır. Fakat otistik bozukluğa sahip olmanın getirdiği sosyal iletişim becerilerinden yoksun olmaları, tuhaf davranışlar sergilemeleri, çocuksu bir tavra sahip olmaları, otizmle bağlantılı olan duraksayarak konuşma halleri, temas edilmesinden hoşlanmamaları ve bu durumu çok zor aşabilmeleri, stresli durumlar karşısında sinir krizi geçirme, konuşmaların arka planındaki mecazi anlamları fark etmeyerek düz bir şekilde düşünme, esprili durumları veya konuşmaları kavrayamama gibi durumlar hem kendi sosyal çevrelerinden hem de hastaları ve iş arkadaşları tarafından dışlanmalarına ve kabul görmemelerine sebep olmuştur. Fakat her iki karakter de zaman geçtikçe yetenekleri, fedakârlıkları, hem etik hem de ahlak kurallarına bağlılıklarıyla çevresi tarafından kabul görmeyi başarmış ve engellerini aşarak kendilerini topluma birey olarak kabul ettirmeyi başarmışlardır. Zamanla çevreleri onlara güven duymuş ve onları sevgiyle kucaklamıştır. Her ne kadar başlangıçta çevreleri

tarafından dışlansalar da onlara destek olan, onları koşulsuz seven, inanan ve güvenen yardımcı karakterler sayesinde hayata tutunmayı başarmışlardır. Ali Vefa için Adil Hoca, Ferman, Nazlı ve zamanla iş arkadaşlarının desteği, Park Si On için Choi Woo Seok, Kim Do Han ve Cha Yoon Seo'nun destekleri hayatlarında önemli yer tutmuştur. Bütün bu durumlar ekseninde düşünüldüğünde hem orijinal versiyonda hem uyarlama versiyonda aynı durumlar işlenmiş, bu durum Türk ve Güney Kore toplumları özelinde ele alındığında ve her iki toplumun toplumsal hayatta birbirine benzer yönleri olduğu düşünüldüğünde engelli bireylerin engellerini aşmasına yardımcı olmanın toplumsal sağduyuyla mümkün olduğu mesajı her iki dizide de izleyenlere hatırlatılmıştır. Her iki karakter için de hastaları ölümden kurtarmak hayatlarının birincil amacıdır. Bu amaç çocukluklarında çok sevdikleri tavşanlarının ölmesi ve abilerinin kendilerine hediye ettiği oyuncak neşter gibi araçlarla sembolleştirilmiş, insanın amaçlarına ulaşmasının önemi kutsallaştırılmıştır. Park Si On/Ali Vefa'nın stajyer doktor olarak başladıkları yolculuklarının birer uzman doktor olmalarıyla sonuçlanması, imkân verildiğinde herkesin bir şeyler başarabileceği ve otizm gibi bir rahatsızlığın değil ön yargının insanın önündeki en büyük engel olduğu mesajı topluma başarıyla geçirilmiştir. Bu yönleriyle Ali Vefa/Park Si On karakterleri engelleri aşabilmeleri, ahlaki ve genel kurallara uyarak bu kuralları çiğnememeleri, işlerindeki profesyonellikleri ve hastalarına yaklaşımları gibi sebeplerle toplum için olumlu rol modeller olarak görünmektedir.

4.5.2. Ali Vefa / Park Si On ve Nazlı / Cha Yoon Seo'nun Tanışmaları

Uyarlama yapımda Ali Vefa ve Nazlı, Ali Vefa'nın Berhayat hastanesindeki ilk iş gününde hastane bahçesindeki bir bankta otururken tanışmışlardır. Nazlı'nın prematüre bir bebek hastası vardır ve tedavisi güç prosedürler içerdiğinden onun için endişelenmektedir. Bu sırada Ali Vefa üstün tıp bilgisiyle bebeği nasıl tedavi edebileceği konusunda Nazlı'ya tavsiyeler vermektedir. Nazlı bu tavsiyeleri heyecanla karşılamış ve Ferman'a bildirmiştir. Orijinal yapımda ise Cha Yoon Seo, çocuk cerrahi bölümü şefi Kim Do Han'la bir tartışma yaşamış ardından bir bara gidip alkol alarak sarhoş olmuş, abartılı hareketler yaparak ve sağa sola küfür ederek sokakta yürümeye başlamıştır. Evine geldiğini zanneden Cha Yoon Seo eskiden onun evinde oturduğundan anahtarıyla kazara Park Si On'un dairesine girmiş ve onun yatağında uyuyup kalmıştır. Sabah olduğunda karşısında Park Si On'u görmüş ve büyük bir yanlış yaptığını anlamıştır. Bu noktada ana karakterlerin tanışması uyarlama

yapımda, orijinal yapıma göre daha normal bir şekilde olmuş, orijinal yapımdaki alkol ve küfür temaları uyarlama yapımda kaldırılmıştır.

4.5.3. Ali Vefa / Park Si On ve Ferman / Kim Do Han Arasındaki İlişki

Ferman, Ali Vefa ilk hastaneye geldiği zamanlar otizminden dolayı onun iyi bir cerrah olabileceğini düşünmemekte ve ona pes etmesi için iyi davranmamaktadır. Fakat zamanla Ali Vefa'nın yeteneklerinden, mizacından etkilenmiş Ali Vefa'yı kendi hatası yüzünden bedensel engelli hale gelen kardeşiyle özdeşleştirmiş ve onu kardeşi yerine koymuştur. Ali Vefa'ya derin bir sevgi duymaya başlamış ve başarılı olması için desteğini esirgememiştir. Ali Vefa da zamanla Ferman'ı ölen abisi gibi görmeye başlamış, Ferman'ın bir gün kendisini dayak yemekten tıpkı çocukluğunda abisinin kurtardığı gibi kurtarmasıyla onu abisi yerine koymaya başlamıştır. Bu durumlar orijinal yapımda da aynı şekilde işlenmiştir. Bu noktada Kore dramalarının karakteristik özelliklerinden olan ve geleneksel değerlere vurgu yapan aile bağları, abi kardeş ilişkisi ekseninde ortaya çıkmakta Türkiye ve Güney Kore'nin kültürel yakınlık düzeyleri hesaba katıldığında iki dizide de aynı şekillerde işlenmektedir. Aile değerlerine bağlılık hem Kore toplumunda hem Türk toplumunda önemlidir. Ayrıca kardeş sevgisi Asya kültürünün önemli özelliklerinden biridir ve uyarlama yapımın senaryosunda bu durum aynı şekilde korunmuştur. Ferman başlangıçta Ali Vefa'nın hastalarla iletişim kuramadığı ve kriz hallerinde paniğe kapıldığını gördüğünden doktorluğa uygun olmadığını düşünmüş ve onu hastaneden göndermeye çalışmıştır. Fakat zamanla Ali Vefa'nın içindeki koşulsuz sevgiyi, fedakarlığı, insanlara ve hastalara yaklaşımını görmüş onunla ilgili yargıları değişmiştir. Zamanla Ali Vefa'yı her koşulda desteklemeye başlamıştır. Aynı durum orijinal yapımda da mevcuttur.

4.5.4. Ali Vefa / Park Si On ile Babasının Karşılaşması ve Annesiyle İlişkileri

Ali Vefa'nın babası yıllar sonra Ali Vefa'nın doktor olduğunu öğrenmiş ve Ali Vefa'nın annesiyle beraber hastaneye gelerek onun karşısına çıkmıştır. Aynı zamanda gırtlak kanseridir ve son günlerini yaşamaktadır. Ömrünün son günlerinde oğluyla barışmak istemektedir ve af dilemek için onun karşısına çıkmıştır. Ali Vefa babasını yıllar sonra karşısında görünce onunla olan travmatik geçmişini hatırlamış ve paniğe kapılmıştır. Nazlı'nın tesellileri bile onu sakinleştirmek için yeterli olmamıştır. Babası her ne kadar Ali Vefa'yla barışmak istese de büyük oğlu Ahmet'in ölümünden dolayı ölüm döşeğinde dahi

Ali Vefa'yı suçlamış, ayrıca otizmli olduğunu yüzüne vurmuş ve Ali Vefa'yı çok kötü hissettirmiştir. Bütün bunlara rağmen Ali Vefa babasının tedavisine başlamış, şimdi onu otizmli de olsa kendisinin kurtaracağını söylemiştir. Beliz, babasıyla yüzleşmesi konusunda Ali'ye destek olmaktadır. Geçmişin travmalarından ancak travmalarla yüzleşerek kurtulacağını Ali'ye telkin etmektedir. Kendi babasının, annesini terk edip Kıvılcım'la evlendiğini bu yüzden babasının yüzüne bakmadığını, fakat bir gün hata yaptığını kabul edip babasını affederek geçmişin yüklerinden kurtulduğunu anlatmış, Ali'nin de aynısını yaparak babasıyla konuşup rahatlamasını, onu affetmesini söylemiştir. Ali, babasının kendisini terk etmesini hiç unutamamış fakat komada bilinçsiz halde yatan babasına içini dökmüş onun çok kötü bir insan olduğunu söylemiştir. Babası, son nefesinde bile Ali'yi farklı olduğu için suçlamış ve ona bağırmıştır. Ali, kendisini terk ettiği için annesine de öfkelidir ve kendisini neden terk ettiğini ona da sormuştur. Annesi de ağlayarak Ali'ye eşini bırakamadığını söylemiştir. Ali, babası ölmek üzereyken onunla tekrar konuşmuş, babası ondan kendisini affetmesini istemiştir. Ali tereddüt etmiş fakat ölen abisinin hayalini babasının yanı başında görüp, onun da babasını affetmesini isteyince onu affetmiştir. "Seni affettim baba" dediği anda babası son nefesini vermiştir. Orijinal senaryoda ise babası Park Si On'u hastane için çekilen bir belgeselde tanımış ve hastaneye gelerek onu bulmuştur. Park Si On da tıpkı Ali Vefa gibi çocukken kendisini terk eden babasını karşısında görünce geçmiş travmaları tetiklenmiş ve kaygılanmıştır. Babası, Park Si On'u karşısında görünce ona tıpkı çocukluğundaki gibi kötü davranmaya başlamıştır. Park Si On otizmli olduğundan ve abisinin ölümünden onun sorumlu olduğunu düşündüğünden öfkesine yenik düşerek bağırıp çağırmaya başlamıştır. Park Si On da Ali Vefa gibi babasının kötü bir insan olduğunu düşünmekte ve onu affetmek istememektedir. Babası gırtlak kanseridir ve bu durumu Park Si On'a Choi Woo Seok bildirmiştir. Park Si On babasını hayattayken affetmemiş fakat ölüm haberini aldığında ruhunun öbür dünyada rahat etmesi için onu affetmiştir. Orijinal yapımda da annesi Park Si On'u terk etmiştir, utancından dolayı büyüyüp doktor olduğunda karşısına çıkamamış fakat Park Si On'un her gittiği yerde bir iş bularak oğluna yakın olmuş, onu gözetim altında tutmuştur. Bu durumu da Si On'un son çalıştığı hastanede Cha Yoon Seo fark etmiş ve annesiyle Park Si On'u bir araya getirmiştir. Park Si On kendisini terk ettiği için annesini de suçlamış fakat babasının ölümünden sonra annesini de affetmiş, onunla birlikte yaşamaya başlamıştır.

4.5.5. Doruk'un Askerliği

Doruk, cerrahi ekibine sonradan katılan asistan doktorlardan biridir. Doktorluk kariyerinden önce askerliğini yapmaktayken teröristlerle mücadele sırasında esir düşmüş, kafasına ateş edildiği halde şans eseri ölmemiş ve kafasında bir mermiyle yaşamaktadır. Kafasındaki mermiden dolayı bazı krizler geçirmekte ve ruhsal problemler yaşamaktadır. Tedavi olduktan sonra askerlik mesleğine olan tutkusundan dolayı tekrar orduya katılmak istemiş, fakat kafasındaki mermiden dolayı askerliğe elverişli olmadığından orduya katılımı sağlanmamıştır. Bu duruma çok üzülen Doruk asıl mesleği olan doktorluğa geri dönmüş ve Berhayat hastanesinde asistan doktor olarak işe başlamıştır. Doruk'un askerlik mesleğine olan tutkusu ve ciddi bir şekilde yaralanıp gazi olduğu halde tekrar orduya katılmak istemesi Türk toplumunda askerliğin ve vatani görevini yapmanın kutsallığı göz önüne alındığında önemli bir kültürel unsur olarak değerlendirilmektedir.

4.5.6. Nazlı ve Ali Vefa'nın Evliliği

Ali Vefa, Nazlı'ya onun doğum gününde evlenme teklif etmiş, Nazlı da Ali'nin teklifini kabul etmiştir. Teklifin kabulünden sonra Nazlı evlilikten önce birbirlerine alışabilmeleri için Ali'yle birlikte kalmaları gerektiğini Ali'ye söylemiştir. Ali'nin evine gittiğinde de Ali'yle yakınlaşmaya çalışmıştır fakat ekipten arkadaşları aniden misafirliğe gelince Nazlı'nın planı bozulmuştur. Sonraki bölümde ise Ali, Nazlı'nın evine gitmiş ve onunla uyumak istediğini söylemiştir. Bütün bunlar olurken Ferman, hastaneden ayrılmaya karar vermiş ve Ali'yi kardeşi gibi görüp ondan ayrılmak istemediğinden Ali'ye onunla gelmesini teklif etmiştir. Ali çabuk bir karar veremese de biraz vakit geçtikten sonra Ferman'la gitmeye karar vermiş, tam kararını açıklayacakken Nazlı'nın hamile olduğunu söylemesiyle büyük bir şoka uğramıştır. Ali, baba olmanın sorumluluğunu alamayacağını düşünmektedir çünkü babası gibi olmaktan korkmaktadır. Bütün bunlar olurken kendisine çocukluğunda zorbalık yapan arkadaşlarından biri çocuğunun tedavisi için hastaneye gelmiştir. Çocuk cam kemik hastasıdır ve en küçük müdahalede kemikleri kırılmaktadır. Ali Vefa ekibin yardımıyla bu hastalığın da tedavisini bulmuş ve çocuğu iyileştirmiştir. Ali, bu hasta çocukla ilgilenirken kendi çocuğuyla da ilgilenebileceğini fark etmiş ve Nazlı'yla da konuşarak hemen evlenmeye karar vermişlerdir. Orijinal yapımda Park Si On ve Cha Yoon Seo karakterleri sevgili olarak sunulmuş, ancak evlilik dışı birliktelik yaşadıklarına ilişkin bir unsura yer verilmemiştir. Orijinal yapımda sadece bu karakterlerin arasındaki sevgiye ve

birbirlerine olan bağlılıklarına yer verilmiştir. Bu durum da K-dramaların karakteristik yapısına uygundur. Ali Vefa ve Nazlı her ne kadar finalde evlenip bir aile kursalar da Nazlı'nın evlilik dışı hamileliği ve bu durumun çevresi tarafından normal karşılanarak tebrik edilmesinin genel kabul gören Türk toplumsal normlarıyla uyumlu olmadığı düşünülmektedir. Bu durum Güney Kore dizilerinin karakteristik yapısına da uygun düşmemekte, Güney Kore dizilerinde kadın ve erkek arasındaki bağlılık; duygusal ilişkiler bağlamında sıklıkla saf sevgi ve aşk temaları ekseninde işlenmekte, evlilik dışı birliktelik yaşanması gibi olgulara bu dizilerde çoğunlukla yer verilmemektedir.

4.5.7. Alkol Kullanımının Sunumu

Orijinal yapımda alkol kullanımı, Güney Kore toplumunda alkol alınması sosyalleşmenin sağlanması ve sofra adabıyla yakın ilişkili olduğundan sıklıkla işlenmiştir. Karakterlerin dışarda her yemek yediklerinde veya bir etkinliğe katıldıklarında beraber alkol almaları sık rastlanan bir durumdur. Koreliler, toplumsal yaşantılarında alkolü bir rahatlama ve stres atma aracı olarak da görmektedirler fakat asıl olarak içki onlarda bir sosyalleşme aracıdır. Ayrıca içki içilmesi sofra kültürleriyle de yakından ilişkilidir; yaşça büyük biri yemek esnasında sofraya içki getirirse küçük olanlar içmek zorundadır. (Gökmen, 2019, s.125). Alkol kullanımı Güney Kore toplumunda, Türk toplumunda bir sosyalleşme aracı olarak kullanılan ve bir mekânda oturup arkadaş ortamıyla içilen kahve veya çayın yerini alan bir davranış olarak karşımıza çıkmaktadır. Orijinal yapımdaki bazı sahnelerde de yaşça büyük olan doktorlar, asistanlarıyla yemeğe çıktıklarında onlara içki ısmarlamakta ve içkiyi birlikte içmektedirler. Uyarlama yapımda ise karakterler genelde alkolsüz akşam yemeklerinde ve bazı davetlerde sosyalleşmektedir. Alkollü mekânlara zaman zaman yer verilse de alkol kullanımı vurgulanmamaktadır. Uyarlama yapımda alkol kullanımıyla ilgili sunumlarda ise Nazlı'nın, babasının alkolik oluşundan dolayı onu sevmemesi, bir daha alkol kullanmayacağıyla ilgili ondan söz istemesi gibi durumlar eşliğinde alkol kullanımının olumsuz yönlerine yer verilmektedir.

4.5.8. Cinselliğin Sunumu

Cinsellik, hem uyarlama yapımda hem de orijinal yapımda öne çıkarılmayan unsurlardan biridir. Orijinal yapımın bir Güney Kore dizisi olması haliyle K-dramaların cinselliği dışlayan daha hassas, anlamlı ve duygusal içeriklere sahip karakteristik

özelliklerini bünyesinde taşımasına yol açmıştır. K-dramalar aynı zamanda insan ilişkileri ve toplumsal gerçekleri cinsellikten ziyade duygusal düzeyde işlemektedirler. Orijinal yapımda cinsel unsurların kullanılmaması, ana karakterler arası duygusal ilişkinin saygı, merhamet ve güven ekseninde işlenmesi, Cha Yoon Seo'nun Park Si On'a koşulsuz sevgisiyle her şartta destek olması fakat bunu yaparken cinsellik ima eden herhangi bir sahne kullanılmaması gibi özellikler K-dramaların karakteristik yönünü ortaya koymaktadır. Cinsellik vurgusu uyarlama yapımda da yer almamış bu yönüyle uyarlama yapımın senaryosu orijinal yapımın senaryosuna ve kurgusuna bağlı kalmıştır. Bu bağlamda her iki yapımda da cinselliğe dair unsurlara vurgu yapılmaması dikkate alındığında, bu yapımların "Engelli bireylerin de hoşgörü, anlayış ve sevgi yoluyla dışlanmayarak toplumun bir parçası olabileceği" gibi topluma mesaj verme kaygısı taşıyan amaçlarına uygun olarak kurgulandıkları söylenebilir. Bu çalışmada incelenmemekle beraber orijinal yapımın Amerikan uyarlaması olan "The Good Doctor" isimli dizide ise karakterlerin cinsel ilişki yaşadığı bir sahneye yer verilmiştir. Ayrıca aynı dizide erotik bir film oyuncusunun tedavi edildiği bir bölüme de yer verilmiştir. Bu durum uyarlama yapımlardaki kültürel farklılıkları ortaya koyan hususlardan biridir.

4.5.9. Şiddetin Sunumu

Şiddet unsurları iki yapımda da kullanılmıştır. Uyarlama yapımda Ali Vefa'nın hasta yakınlarından dayak yemesi, silahlı soygunun ortasında kalması, çocukluğunda babasından fiziksel ve psikolojik şiddet görmesi, oyun oynarken diğer çocuklar tarafından zorbalığa uğraması, iki mafyatik düşman ailenin hastanede karşılaşarak birbirlerine ateş etmeleri, Ali'nin düşman ailelerden birinin üyesi tarafından diğer ailenin üyelerinden birini öldürmesi için silahla tehdit edilmesi, söyleneni yapmayan Ali'ye adamın ateş ederken Adil Hoca'yı vurması, hastanede yaşanan bir patlamada Kıvılcım'ın ağır şekilde yaralanarak ölmesi şeklinde kendini göstermektedir. Orijinal yapımda ise yine Park Si On'un çocukken babasının psikolojik ve fiziksel şiddetine maruz kalması, akran zorbalığına uğraması, hastalardan birini yaralayan bir adamın hastaneye gelerek Kim Do Han'ı bıçaklaması ve Kim Do Han'ın dayak yiyen Park Si On'u kurtarması gibi şiddet unsurları işlenmiştir. Uyarlama yapımda şiddet unsurlarına orijinal yapıma göre daha fazla rastlanmıştır ve bölüm sayısı orijinal yapımdan üç kat uzun olan uyarlama yapımda kurguyu uzatabilmek için senaryoya bu tarz eklentilerin yapıldığı düşünülmektedir. Diğer yandan toplumda şiddet kullanımının yaygın olduğu düşünüldüğünde dizilerde bu tarz şiddet unsurlarının daha az kullanılmasına

özen gösterilmesi toplumda şiddet kültürünün yerleşmemesi ve toplumun psikolojik sağlığı açısından önem arz etmektedir.

4.5.10. Kadın ve Erkek Temsilleri

Ana karakterler bazında kadın ve erkek temsilleri her iki dizide de birbirine benzer özellikler sergilese de en büyük farklar Beliz ve Kıvılcım karakterlerinin temsilinde ortaya çıkmaktadır. Bu iki karakter orijinal yapıma göre oldukça geliştirilmiş ve bazı özellikler eklenmiştir. Orijinal yapımda Beliz'in karşılığı olan Yoo Chae Kyung Beliz'e göre daha pasif bir karakter olarak kurgulanmıştır. Beliz ise başarılı, daha kendi ayakları üzerinde durabilen, etrafının da kendisine saygı ve hayranlık duyduğu bir karakter olarak kurgulanmıştır. Kıvılcım, muadili olan karaktere göre hem dizide daha ön plandadır hem de bariz bir kötü karakter olarak kurgulanmıştır. Bütün amacı hastaneyi Beliz'in elinden almak ve Adil Hoca'yı hastaneden uzaklaştırmaktır. Kötücül, bencil ve çıkarlarını düşünen bir karakterdir. Ferman ise karşılığı olan Kim Do Han'la benzer özelliklere sahiptir. Her ikisi de sert olsalar da nezaketi elden bırakmayan, profesyonel ve işlerini seven karakterlerdir. Ayrıca etik kurallara da saygı göstermektedirler. Ali Vefa ve Park Si On ölen tavşanlarının cennete gideceğine ve abileriyle bir gün cennette buluşacaklarına inanmaktadırlar. Bu yönleriyle dini inançları olan karakterler oldukları görülmektedir. Adil Hoca ise etrafındaki herkes için adeta bir baba figürüdür. Fakat rahatlığı ve etrafına yaklaşım tarzıyla otoriterliği temsil etmemektedir. Özellikle Ali Vefa üzerinde koruyucu baba tavrını üstlenmiş Ali'nin hayatında baba figürünün yerini almıştır. Adil Hoca'ya etrafındaki herkes saygı duymakta, bu yönüyle bir aile büyüğü gibi karşılanmakta ve çevresi için bilgeliği ve akilliği temsil etmektedir. Uyarlama yapımda kadın ve erkeklerin statüleri birbirlerine denk olarak temsil edilmiş, ataerkil veya anaerkil bir yapıya rastlanmamış, sosyo kültürel olarak kadın erkek eşitliği ön planda tutulmuştur. Fakat Ali Vefa'nın annesi, babası Ali'yi terk ettiğinde eşini bırakamadığını bu yüzden kendisinin de Ali'yi terk ettiğini söylemiştir. Orijinal yapımda ise eşinin Park Si On'u dövmesine ve hakaret etmesine tahammül edemeyen annesi Park Si On'u da alıp evi terk etmiş ve eşinin otoritesine karşı gelmiştir. Bu noktada uyarlama yapımda evin büyüğü olan babanın aile içinde etkin olduğunu söyleyebilmek mümkündür. Ferman'ın Ali Vefa üzerindeki koruyuculuğu da kardeşini koruyan abi imajını desteklemektedir. Orijinal yapımda ise bazı anaerkil unsurlara rastlanmıştır. Hastaneye doğum yapmak için gelen bir kadının çocuğunda tümör tespit edilmiştir ve kadının kayınvalidesi bu yüzden çocuğun doğar doğmaz evlatlık verilmesini istemektedir. Kadın ise

çocuğunu doğurmak istemekte ve evlatlık vermek istememektedir. Bunun üzerine kayın validesi gelinine oğlundan boşanmasını ancak bu durumda çocuk üzerinde söz hakkı olabileceğini söylemiş ve korumalarıyla kadını hastaneden zorla aldırmıştır. Aile içinde kayınvalidenin gelininin doğumuna dahi bu şekilde müdahale edebilmesi kadının sözünün dinlendiği aile yapısına bir örnek teşkil etmektedir. Bu durum Güney Kore kültüründe bir aile büyüğü olarak kadının yerinin önemli olduğunu vurgulamaktadır. Güney Kore bu kültürel durumu dizi yoluyla görselleştirerek diğer kültürlere aktarmıştır.

4.5.11. Dizinin Günlük Hayatta Yeniden Üretimi: Koronavirüs Öncelikli Yayınları Örneği

"Hedef kitlede olumlu tutum ve davranış değişikliği meydana getirmek ve topluma yararlı konularda kamuoyu bilinci oluşturmak amacıyla medya hizmet sağlayıcı kuruluşların mevzuat gereği yayınlamak zorunda oldukları bilgilendirici ve eğitici yayınlar" öncelikli yayın olarak adlandırılmaktadır (RTÜK, 2023).

İlk bölümünden itibaren büyük bir popülerliğe ve izlenme sayısına sahip olan Mucize Doktor kendi hayran kitlesini yaratmış, vermek istediği mesajlar ve akıcı kurgusuyla toplumun birçok kesiminden izleyiciye ulaşmıştır.

Şekil 2.

Mucize Doktor Başrolünün Kullanıldığı Covid 19 Öncelikli Yayınları





Dizinin başrolü olan Taner Ölmez, Koronavirüs salgını döneminde salgın hastalıkla ilgili olarak toplumu bilinçlendirmek amacıyla Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan öncelikli yayınlarda dizide canlandırdığı karakter olan Doktor Ali Vefa rolüyle yer almıştır. Oyuncu, dizide canlandırdığı popüler karakter Doktor Ali Vefa kimliğiyle topluma Koronavirüsle mücadele konusunda önemli bilgiler vermiş, toplumu salgın hastalığın etkileri konusunda uyarmış ve bilinçlendirmiştir. Ali Vefa karakteri doktor kimliğiyle beraber aynı zamanda otistik olması dolayısıyla bir hasta kimliği de taşımaktadır. Bununla beraber pandemi döneminde dizinin yüksek bir izlenme sayısına ulaşması diziyi, dolayısıyla Doktor Ali Vefa'yı toplum nezdinde tanınır ve güvenilir kılmıştır. Toplumumuzda doktorlara güven kültürü önemli bir yer tutmakta olup, doktorlar yetkin ve söyledikleri dikkatle dinlenmesi gereken otoritelerdir. Ali Vefa karakteri otizm rahatsızlığına sahip bir birey olsa da üstün tıp bilgisi, nitelikli bir doktor olması, ayrıca dizide inşa edilen Ali Vefa kimliğinin taşradan yetişen ve doktor olarak büyük bir başarıya imza atan yönüyle halkın içinden biri olması gibi sebepler sayesinde karakter toplumda karşılık bulmuş, dizideki davranışları ve karakterine uygun olarak öncelikli yayında topluma mesaj veren ve mesajı karşılık bulan güvenilir bir figür olarak rol almıştır.

4.6. Dizilerin K-Dramalarda Hakim Olan Temalar Ekseninde İncelenmesi

4.6.1. Hataları Affederek Uzlaşma ve İyiliğin Ödüllendirilip Kötülüğün Cezalandırılması Teması

Güney Kore dramalarının karakteristik özelliklerinden biri de iyiyle kötünün savaşında iyinin galip gelmesidir. Her iki yapımda da karakterlerin içlerinde birlikte var olan iyi ve kötü taraflar birbiriyle savaş halindedir. Karakterler zaman zaman kötü olana yenik düşseler de sonunda iyiyi ve doğru olanı seçme erdemine sahip olmaktadırlar. Ferman, başlarda Ali'ye kötü davranıp onun iyi bir cerrah olamayacağını düşünse de sonunda Ali'nin yeteneklerinden, fedakârlığından, içindeki saf sevgiden etkilenmiş, serebral palsi hastası olan kız kardeşiyle Ali arasında bağlantı kurduğundan zamanla Ali'yi kardeşi yerine koymuş, onu her şartta korumaya başlamış ve daha iyi bir cerrah olması için çabalamıştır. Tanju da başlarda Ali'den kurtulmak için uğraşmış Adil Hoca'dan kurtulabilmek için Ali'den de kurtulması gerektiğini düşünmüş, bu amacı için Kıvılcım'la iş birliği yapmış bu arada Ferman'la da rekabet halinde olmuşsa da sonunda Ali ve Ferman'ın birlikte kızını ameliyat edip hayata döndürmeleriyle ikisiyle de dost olmuştur. Doruk, depresif bir halde ve

kafasındaki mermiyle yaşamaya kararlıyken hayatını daha iyi yaşayabilmek için mermiden kurtulmak amacıyla ameliyat olmaya karar vermiş bu sayede bir ilişkiye sahip olmuş ve daha rahat bir hayata kavuşmuştur. Ferda, küçükken kendisini arayıp sormayan ve kendisinin yerine Ali Vefa'ya babalık yapmayı tercih eden babasını affedebilmeyi başarmış ve rahatlamıştır. Ali Vefa da babasının kendisine yaptığı tüm kötülüklere rağmen babası ölürken gözyaşları içinde onu affettiğini haykırmış, geçmişin yüklerinden bir nebze de olsa kurtularak rahatlamıştır. Nazlı alkolik olan ve travmatik bir geçmişe sahip olduğu babasını Ali'nin olumlu telkinleriyle affetmeyi başarmış ve babasıyla tekrar bir araya gelmiştir. Demir, babasıyla sorun yaşadığı ve onu hiç sevmediği halde babasının kanser hastası olmasıyla yumuşamış ve onu affetmiştir. Muhsin, rekabet ettiği ve küçümsediği Ali'nin mucizeler üreten biri olduğunu anlamış, babasının beyin ameliyatını Ali'ye yaptıracak kadar güvenmiş Ali'yi kendisine dost edinmiştir. Vuslat, otizmli biri olduğu için kızından uzak durmasını istediği Ali'yi Ali'nin yetenekleri ve güzel davranışlarıyla zamanla benimsemiş ve ona kucak açmıştır. Adil Hoca Ali'yi her zaman korumuş, kollamış ona rehber olmuş ve iyi bir doktor olmasını sağlamıştır. Nazlı başından beri Ali'ye şefkatle yaklaşmış, hastalığının getirdiği olumsuz etkilerle savaşarak daha sağlıklı bir birey olmasına yardımcı olmuş, onu daima desteklemiştir. Kıvılcım ise kötü, bencil ve egoist bir karakter olarak kurgulanmış, hastanedeki hemen herkesle ters düşmüş ve rekabet halinde olmuştur. Sonunda da bu düzelmeyen ruh halini canıyla ödemiş, hastanedeki bir patlamada yaralanmış ve doğum yaparken ölmüştür. Bu bağlamda Kıvılcım karakteriyle doğru yolu bulamayan "kötü" cezalandırılmıştır. Orijinal yapımda da Park Si On benzer süreçlerden geçmiş o da kendisine kötülük yapan babasını affederek geçmişin yüklerinden kurtulmuş ve daha iyi bir yaşama sahip olmuştur. Kendisini terk eden annesini de affetmiş, en sonunda annesiyle bir araya gelerek bir aile olmuş ve yıllar sonra kavuşmuşlardır. Orijinal yapımda hastane müdür yardımcısı Kang Hyeon Tae, başlangıçta hastane müdürü Choi Woo Seok'u saf dışı bırakıp hastane üzerinde söz sahibi olmak isteyen bir karakter olarak kurgulansa da dizinin finalinde yanlış bir yolda olduğunu anlamış, Kim Do Han'ın çocukların insanlığın geleceği olduğu ve onların sağlıklı yaşamaları için doktorların üstlerine düşen görevleri en iyi şekilde yapması gerektiğiyle ilgili bir konuşmasından etkilenerek hastane üzerindeki mücadelesinden vazgeçmiştir. Bu veriler ışığında hem uyarlama hem orijinal yapımda iyiliğin ödüllendirildiği ve bazı kötü karakterlerin iyiye dönüştüğü, kötülerin ise cezalandırıldığı veya kaybettiği görülmektedir. Bu şekilde izleyicinin de iyiliğe yönlendirildiği ve doğru davranışlarda bulunmasının teşvik edildiği anlaşılmaktadır.

4.6.2. Umut ve Mutlu Son Teması

Uyarlama yapımın finalinde Ali Vefa baba olacağını öğrenmiş ve Nazlı'yla evlenmişlerdir. Düğünlerinden önce Ali Vefa'ya küçükken kötü davranan arkadaşlarından biri hastaneye gelmiş Ali çocukluk travmalarından biriyle daha yüzleşmiştir. Fakat Ali, evlenip bir aile kuracağını arkadaşına ifade etmiş onunla ilgili kötü anılarını geçmişe gömdüğünü ve geçmişin yüklerinden kurtulduğunu söylemiştir. Düğününden bir süre önce de uzman doktorluğa hak kazanmış ve ihtisasını beyin üzerine yapmayı seçmiştir. Ali'nin bu kararındaki en büyük etmen kendisi gibi otizmli çocukların tedavisiyle ilgili bir yol bulma ümidi olmuştur. Ali'ye göre dünyadaki en önemli şey bir hastayı tedavi edebilmektir çünkü. Ali, Nazlı'nın alkolik babasını bulup kendi düğününe geç kalmak pahasına Nazlı'ya getirmiş ve onları kalıcı olarak barıştırarak bir araya gelmelerini sağlamıştır. Nazlı, babasıyla tekrar bir araya gelmiş, Tanju kızına kavuşmuş, Beliz ve Ferman evlenmeye karar vermiş, Doruk hastalarından Harika'yla, Gülin ise Muhsin'le evlenmiştir. Vuslat da Tanju'yla bir ilişkiye başlamıştır. Yıllar sonra Ali profesör olmuş, çocukları büyümüş ve mutlu bir aile yaşantısına sahip olmuşlardır. Açelya hayallerinin peşinden gitmiş ve üniversitede hoca olmuştur. Ali Vefa'nın son sahnedeki konuşması şu şekildedir: "*Sevgiyle bağlananlar birbirlerini unutmazlar. Bana mucize doktor dediler bilir misiniz? Mucize kelimesi acizden gelir. Aciz bırakan şey demektir. Ben çok şeyde aciz kaldım bu hayatta. Sizi anlamadım bazen. Size kızdım, sizden korktum, size kırıldım ama yaşadım. Çok severek, umut ederek, hep inanarak yaşadım. Sonunda öğrendim ki ben değilmişim mucize olan hayatın kendisiymiş. Öğrendim ki bu hayatta her şey ama her şey mümkünmüş. Benim adım Ali Vefa, otizmliyim, cerrahım, hocayım, babayım. Herkes gibi yaşadım, herkes gibi gidiyorum. Unutmayın beni.*" Bu sözler eşliğinde dizinin vermek istediği mesaj, Hallyu dizilerinde sıklıkla işlenen duygusal temaların dışavurumu olarak "umutlu olmak" ekseninde ortaya çıkmaktadır. Hallyu, hayatta umutlu olmayı, erdemli olmayı ve sevginin her güçlüğü aşabileceği mesajlarını yayınladığı diziler vasıtasıyla vermektedir. Bu tarz duygusal içerikler Hallyu dizilerinde sıklıkla yer bulmaktadır. Bir Hallyu dizisinin uyarlaması olan Mucize Doktor'da da bu temalara yer verilmiştir çünkü Türkiye ve Güney Kore arasındaki kültürel yakınlık Hallyu dizilerinin sahip olduğu temaların ilgiyle takip edilmesine yol açmaktadır. Orijinal yapımda da Park Si On çevresi tarafından benimsenmiş ve en nihayetinde dışlanmayarak toplumun içinden bir birey olmayı başarabilmiştir. Yetenekleri, fedakarlığı, sevecenliği ve insanlara pozitif yaklaşımıyla kendisiyle ilgili ön yargıları yıkmış ve otizmli de olsa bir doktor olarak mesleğini sürdürebilmiştir. Kendisini abisi gibi seven Kim Do Han'ın, sevgisini ve şefkatini

her zaman yanında bulduğu Cha Yoon Seo'nun ve bir baba gibi gördüğü Choi Woo Seok'un eşliğinde hayatına devam etmiş, annesine tekrar kavuşmuş ve aile olmanın sıcaklığını hissetmiştir. Uyarlama ve orijinal yapımların aynı şekilde mutlu son ile bittiği ve izleyiciye umut temasının aşılandığı anlaşılmaktadır.

4.6.3. Etik Değerlere Bağlılık, Hiyerarşi ve Saygı Teması

Her iki dizide de kendisine en çok saygı duyulan karakter Adil Hoca / Choi Woo Seok'tur. Bilge kişiliği, yetenekli bir cerrah olmasıyla beraber işini çok iyi yapması ve etrafındaki kişilerce özellikle Ali Vefa ve Park Si On için bir baba rolünde olması gibi sebeplerle saygı duyulan bir karakterdir. Ferman ve Kim Do Han da çok yetenekli ve işlerini severek, profesyonelce yapmalarından dolayı saygı duyulan fakat biraz da çekinilen karakterlerdir. Ferman / Kim Do Han özellikle Ali Vefa / Park Si On'un mucizevi yetenekleri ve tıp bilgisine başlarda aşina olmadıklarından bu karakterlerin sıra dışı tedavi yöntemlerine karşı çıkmış, tedavilerinde prosedür dışına çıkmayı reddetmişlerdir. Bu da her iki karakterin profesyonel ve etik kurallara ne kadar sıkı bağlı olduklarını gösterir niteliktedir. Her iki dizide de saygı ve etik değerlere bağlılık bu düzlemlerde temsil edilmiş, hem Türkiye'de hem Güney Kore'de yayınlanan iki dizide de iki ülkenin büyüklere, işini profesyonel yapanlara saygısı ve işini profesyonelce yapanların etik değerlere bağlı olma kültürü ele alınmıştır. Her iki dizide de doktor karakterler işlerini en iyi şekilde yapan, profesyonel karakterler olarak kurgulanmışlardır. Bu durumlar uyarlama senaryoda Türk kültürüne yabancı ögeler olmadıkları için değiştirilmeyerek aynen sunulmuştur. Aynı zamanda her iki dizide de hiyerarşik yapı dışına çıkılmamakta, asistanlar başlarındaki şefin tüm kurallarına uymaktadırlar. Bu durum da hem Güney Kore toplumunda hem de Türk toplumunda hiyerarşik ilişkilerin profesyonel hayattaki önemini ortaya koymaktadır.

4.6.4. Aile Bağlarının Önemi, Kardeşlik ve Dostluk Teması

Hem uyarlama yapımda hem de orijinal yapımda özellikle baş karakterler aileleriyle sorun yaşayan veya ailelerinden ayrı olan karakterler olarak kurgulanmışlardır. Ali Vefa ve Park Si On babalarından fiziksel ve psikolojik şiddet görmüş ve aileleri tarafından kaderlerine terk edilmişlerdir. Bütün bunlara rağmen Park Si On ailesini bulmak istemektedir. Babası kendisini bulduğunda ise ona olan öfkesini dile getirmiş fakat babası öldükten sonra yaptıkları için onu affetmiş ve yıllar sonra annesiyle birlikte yaşamaya

başlamıştır. Ali Vefa, babasıyla karşılaştığı vakit onunla olan travmatik geçmişini hatırlamış ve bir an kendini kaybederek bayılma noktasına gelmiştir. Fakat babasının hastalığını öğrendiğinde her şeye rağmen onu affetmeyi bilmiştir. Her iki karakter de kalplerinin derinliklerinde aileleri tarafından sevilmeye ve kabul görmeye ihtiyaç duymaktadır. Nitekim Ali Vefa ve Park Si On kendilerine destek olan ve koruyup kollayan abilerini hayatlarında çok önemli bir figür olarak konumlandırmışlardır. Kim Do Han'ın Park Si On'a, Ferman'ın Ali Vefa'ya sahip çıkması, onları sahiplenmesi, Adil'in ve Choi Woo Seok'un karakterlerin kaybettikleri baba figürünün yerine geçmesi, Park Si On'un yıllar sonra bir araya geldiği annesiyle yaşamaya başlaması gibi durumlar bireyin bir aileye sahip olma ihtiyacını ve aile olabilmenin önemini simgelemektedir. Her iki dizide de bu sembolik boyut korunmuş ve benzer şekilde işlenmiştir. Türk ve Güney Kore toplumlarında geleneksel değerlere bağlılık, aile olmak ve kardeşler arasındaki sevgi gibi temalar birbirine benzeyen kültürel özelliklerdir. Bu temalar Güney Kore dizilerinde de sıklıkla işlenmekte, kendi toplumlarında ve yayınlandıkları bölgelerde ilgi görmektedir. Uyarlama yapımda Türk toplumu nezdinde de oldukça değerli olan bu temalar bozulmadan işlenmiştir. Nazlı, görüşmediği babasıyla tekrar kavuşmuş, Tanju yıllardır görmediği kızıyla bir araya gelmiş, Adil Hoca kızı Ferda'yla sorunlarını çözmüş ve uzlaşmıştır. Ali'nin otizmiyle başa çıkmasında Nazlı, ona hem bir arkadaş hem de sevdiği kadın olarak destek olmuş, Tanju, rekabet halinde olduğu Ali ve Ferman'la kızının ameliyatını yapmaları neticesinde dost olmuş, Muhsin rekabet ettiği Ali Vefa'yla babasının beyin ameliyatını yapması neticesinde rekabet etmeyi bırakmış ve onu kendine bir dost, bir arkadaş edinmiştir. Asistanlar arasındaki genel dayanışma ruhu ve arkadaşlık da her iki dizide öne çıkarılan özelliklerdir. Aile bağları, kardeşlik ve dostluk teması uyarlama ve orijinal yapımlarda benzer şekilde işlenmiş ve bu değerlerin önemi vurgulanmıştır.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sonuç

Kültür, tarihin başlangıcından insan topluluklarının birlikte yaşamaya başladığı doğrusal süreçte ortaya çıkmış, süreç içerisinde değişip dönüşerek her topluluğa özgü biçim alan değerler, inançlar, davranışlar bütünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Kültürün toplumdan topluma farklılık göstermesi doğal olduğu kadar da gerekli bir durumdur. Nitekim dünya üzerinde tek bir topluluk, tek bir ırk, tek bir sosyal grup yaşayamayacağı gibi tek bir kültürel formdan da bahsedilebilmesi olası değildir. Farklı kültürler; farklı yaşam tarzları, farklı değer yargıları ve farklı davranışsal kalıpları ile kendi içlerinde başlı başına bir yapı oluştururken aynı zamanda başka insan topluluklarını, dolayısıyla başka kültürleri etkileme, değiştirme veya o kültür içinde kendilerine yaşam alanı bulma gibi bir gaye içerisinde de olabilmektedirler. Kültürler kendine has kuralları oluşturdukları kadar çevre kültürleri de besler ve onlardan beslenirler. Bu durum "küresel" olmanın, birlikte yaşamanın doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Sosyolojik bağlamda düşünüldüğünde insan en temel anlamda sosyal bir varlıktır. Tek başına yaşamak doğasında yoktur ve çevresiyle iletişim kurmaya ihtiyaç duymaktadır. İletişim kurarken de kendine has bazı özellikleri karşı tarafa geçirmekte veya iletişimde olduğu formdan bazı özellikleri bünyesine katmaktadır. Bu noktada kültür, insanların birey olmanın ötesinde ortak yaşam alanında oluşturduğu birçok kalıp olarak görülmekte ve insanın en temel gereksinimlerinden biri olan iletişim kurma ihtiyacı aracılığıyla yayılma alanı bulmaktadır. Kültür, nesilden nesile aktarılan bir sosyal miras olarak düşünülebildiği gibi, kendi çağında başka toplulukları etkileyen, bu topluluklar arasında yayılan bir yapı olarak da düşünülebilir. Özellikle günümüzde teknolojinin ilerlemesiyle televizyon, internet, radyo gibi birçok kitle iletişim aracının ortaya çıkmasıyla beraber ülkeler ve insanlar arasındaki sınırlar ortadan kalkmış "küreselleşme" ortamı içerisinde kendisine bu sayede hareket alanı bulan kültür bir bölgeden diğer bölgeye hızlı bir şekilde yayılmaya başlamıştır. Kültürün yayılımı geçmişte günümüzde var olan birçok imkânın var olmaması sebebiyle toplumlar arasında çok daha yavaş bir şekilde savaş veya ticaret gibi çok daha kısıtlı koşullarda gerçekleşmekteyken günümüzdeki gelişmiş dünyada çok daha hızlı gerçekleşmektedir. Kültür kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayıldıkça kültürün anlamı ve doğası da değişmiş ve popüler kültür kavramı ortaya çıkmıştır.

Belli bir toplumun ürettiği popüler kültür ürünleri teknolojinin yardımıyla yayılmış ve gündelik hayatta baskın olan kültürel formlara dönüşmüştür. Popüler kültür temelde insanları eğlendirme doğası içinde var olmuş bir yapı olarak lanse edilmekte ve bu şekilde kabul görmektedir. Popüler kültür aynı zamanda ticari değere de sahip olan bir kültür çeşididir ve içerisinde bulunduğu sisteme bu şekilde hizmet etmektedir. Popüler olan kültür, beğenileri ve ilgi alanları birbirine benzeyen kitlelerin oluşmasına yol açmakta, bu durum da yeni bir kültürel biçim olan kitle kültürü kavramını oluşturmaktadır. Belli bir kültürel form yalnızca popüler kültür vasıtasıyla benimsenmemekte, kişinin kendi kültürüne, diline, tarihine ve değerlerine mümkün olduğunca benzer kültürel ürünler keşfetme arzusundan kaynaklanan kültürel yakınlık kavramıyla da kabul edilebilmektedir.

Medya, kitle iletişim araçları vasıtasıyla bir kültürün başka bir kültür üzerindeki etkisini belirleme vasfına sahip olan önemli bir güçtür. Bir ülkenin imajını başka bir ülkenin gözünde değiştirme ve dönüştürme kabiliyetine sahiptir ve zihinleri biçimlendirmede de önemli bir araçtır. Medya, ürettiği içerikler vasıtasıyla popüler kültürü yaratmakta ve bu popüler kültür doğal olarak bir hayran kültürü formuna bürünmektedir. Popüler olan bir medya ürünü üretildiyse bu ürünün bir de hayran kültürü olacaktır ve bu durum literatürde hayran kültürü olarak adlandırılmaktadır. Hayranlar, belli bir kültürel formun taşıyıcısı konumunda olduklarından o kültürün yayılmasında medyanın yardımcısı olan ciddi bir güç olarak var olmaktadırlar. Özellikle sosyal medya ekseninde yaratılan hayranlık ekseninde hayranlar takipçisi oldukları dizi, film veya herhangi bir medya içeriğini takip etme ve yüceltme noktasında hiçbir engelle karşılaşmadan birbirleriyle etkileşime girmekte ve bu medya içeriğinin temsil ettiği kültürel boyutu daha büyük alanlara yaymaktadırlar. Sosyal medya kültürel formların taşıyıcılığını üstlenme noktasında bu noktada oldukça önemlidir. Özellikle Güney Kore popüler kültürü ekseninde düşünüldüğünde internet ortamında oluşturulan birçok hayran sayfası bu kültürün ürünlerinin yayılmasına katkıda bulunmaktadır.

Dünyada Kore Dalgası olarak bilinen kültürel akış dünyada meydana gelen birçok gelişme gibi popülerliğini ve bilinirliğini başta teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan televizyon, internet gibi mecralara borçludur. Bu kültürel akışın başarısı arttıkça zamanla Güney Kore hükûmetinin bir politikası haline gelmiş ve hükûmet bu alana büyük bir destek vermiştir. Güney Kore hükûmeti, tüm dünyada Hallyu olarak bilinen bu kültürel akışın ürünleri olan pop müzik, sinema ve televizyon endüstrisi, moda, gastronomi ürünleri, Kore dili ve eğitimi gibi alanların üretimi konusunda politikalar geliştirmiş ve geliştirilen bu politikaları zamanla bir kültürel diplomasi aracı olarak kullanmaya başlamıştır. Bu sistemli

politika teknolojinin gücüyle birleşerek dünya genelinde büyük bir hayran kitlesi oluşturmuş ve bir fenomen haline gelmiştir. Bu durum Asya Bölgesi'nin dünyada popülaritesinin artmasına yol açmış, Asya'nın adeta bir kültürel değerler üretim fabrikası konumuna gelmesini sağlamıştır. Güney Kore'nin popüler ürünleri olan kozmetik, gastronomi, pop müziği, film endüstrisi gibi ürünlerinin ötesinde bilhassa Güney Kore'nin kültürel özelliklerini yansıtan dizi endüstrisi dünya genelinde büyük bir ilgi yakalamayı başarmıştır. Literatürde K-drama olarak adlandırılan Güney Kore kültürüne ait dizi içerikleri ülkemiz de dâhil olmak üzere dünya genelinde ilgiyle karşılanmıştır. Başlangıçta Çin, Tayvan, Japonya gibi komşu bölgelerde etkin olan bu içerikler oluşturulan politikalar sayesinde dünya geneline yayılma imkânı bulmuştur. Kore kültürel içeriklerinin yayılması kendi bölgesinin dışında dünyanın çeşitli bölgelerinde farklı ilgi düzeylerinde karşılanmış, özellikle ülkemiz ve Orta Doğu bölgesinde oldukça benimsenmiştir. Orta Doğu ülkeleri ve İran, Güney Kore dizilerini kendi yaşam tarzlarına uygun bularak yoğun şekilde izlemişlerdir. Bunun sebebi daha çok, Kore dizilerinin ortak yönleri olan cinsel sahnelerin kullanılmaması, geleneksel değerlerin muhafaza edilmesi gibi sebeplerdir. Kore dizileri, ABD ve Avrupa'da da neşeli bir yönlerinin olması ve romantik ögeler barındırdıklarından kabul görmekte ve takip edilmektedir.

Kore dizileri, ülkemizde ve ABD'de hem orijinal halleriyle gösterilmekte hem de uyarlama senaryolarla ekranlara getirilmektedir. Ülkemizde "Good Doctor" isimli orijinal Kore dizisinden uyarlanarak ekranlara getirilen Mucize Doktor isimli dizi ABD'de de yine "The Good Doctor" adıyla uyarlanarak ekranlara getirilmiştir. Orijinali tek sezon olarak 20 bölüm süren dizi, ülkemizde 2 sezon boyunca 64 bölüm olarak yayınlanmış, ABD'de ise 6 sezon sürmesi planlanarak halen devam etmektedir. Kore Dalgası olarak da ifade edilen Hallyu, kendi kültürel yapısını oluşturmayı ve kendi kültürel ürünlerini üretmeyi başarmış ve dünyada bunu başaran bir başka ülke olan ABD dışındaki sayılı güçlerden birini oluşturmuştur. Kore Dalgası'nın küresel yayılımı yalnızca tek yönlü bir kültürel akış şeklinde sınırlı bir nitelik taşımamış, ulaştığı bölgelerde Kore popüler kültürüne olan yoğun ilgiyle beraber bazı dönüşlerle karşılaşmıştır. Nitekim bu bölgelerde büyük hayran kitleleri oluşturmayı başarmış, orijinal senaryoları ve sade kurguları sayesinde dizilerinin uyarlamalarını yaptırmış, hatta tarihinde ilk defa İngilizce çekilmemiş bir film olan Parasite 2020 yılında Oscar ödülünü kazanmıştır. Bu durum Kore popüler kültürünün medya ve kültür içerikleri yoluyla dikkatleri nasıl üzerine çektiğinin en büyük kanıtlarından birini oluşturmaktadır. Varılan bu nokta bir yerde, Güney Kore ekseninde Asya'nın dolayısıyla Doğu'nun, Batı karşısında bazı başarılara imza atabildiğinin ve Amerikan kültürü gibi başat

ve egemen bir yapının karşısında durabilecek bir güçte olduğunun ispatı niteliğindedir. Günümüz dünyasında her ne kadar Amerikan kültürel ürünleri baskın bir konumda olsa da Güney Kore kültürel içerikleri de ona rakip olabilecek bir konuma ulaşmıştır. Kore kültür endüstrisi gelişme aşamasındayken Batı tarzı içeriklerden de etkilenmiş fakat asıl popülaritesini bu içerikleri yeniden yorumlaması yoluyla kazanmıştır. Yapı ve içerik açısından Batı'dan etkilense de medya ürünleri vasıtasıyla vermek istediği mesajlar ve oluşturduğu algı bağlamında Doğu kültürünün izlerini taşımaktadır. Doğu kültürünün yapısına uygun olarak ürettiği kültürel içerikler sayesinde öncelikle kendi bölgesinde tutunmuş, sonraki aşamada ise küreselleşme yolunda yürümeye başlamıştır. Kore popüler kültürünü bu noktalara taşıyan en önemli araçlardan biri Güney Kore hükûmetlerinin sistemli bir şekilde yürüttüğü desteklerdir. Güney Kore hükûmetleri Hallyu'yu sadece desteklemekle kalmamış bazı ülkelerde saha araştırmaları yaparak kültürel içeriklerin ihraç edileceği ülkelerin karakteristik özelliklerine göre içeriklerin üretilmesini dahi sağlamışlardır. Hallyu'yu bugün geldiği noktaya getiren; özgün ve genel kabul gören içeriklere sahip olmasının yanında politik olarak da desteklenmesi ve geliştirilmesidir. Özellikle dramalar ekseninden bakıldığında Kore dramaları yalnızca kendi kültürüne yakın olan Asya Bölgesi'ne değil barındırdığı evrensel değerler bağlamında küresel alana hitap etmektedir. Hayata dair konuları arkadaşlık, aşk, dostluk gibi temalar ekseninde abartısız ve gerçekliğe yakın bir şekilde sunması dramaların asli gücünü oluşturmaktadır. Küresel düzeydeki izleyiciler ve takipçiler de bu durumu samimi olarak niteleyerek Güney Kore dramaları özelinde belli izleme alışkanlıkları edinmektedirler. Kore pop müziği, dizileri ve filmleri başlı başına bir kültürel form oluşturduktan sonra alt kültürel formların oluşmasına da hizmet etmektedirler. Kore dizileri K-drama olarak bilinmelerinin yanında dizilerin çekildiği bölgeleri ekranda göstermeleri ve izleyenlerde bu bölgelere seyahat etme güdüsü yaratmaları bakımından K-tourism olgusunu da oluşturmaktadırlar. Aynı şekilde Kore popüler müziğinin şarkıcılarının, dizi ve filmlerinin oyuncularının görünümlerinin önemli bir parçasını oluşturan kozmetik ürünleri dünyada K-beauty olgusunu yaratmıştır. Dünyada Kore Dalgası'nın yayılmasıyla beraber bu hareketin takipçileri Kore dizi ve filmlerinden hayran oldukları oyuncuların saç stilleri, kullandıkları makyaj malzemeleri ve ciltlerinin görünümlerine ilgi duymuş böylece Kore popüler kültürünün ulaştığı her bölgede Kore kozmetik ürünlerini satın alan ve kullanan bir kitle oluşmuştur. Böylece K-beauty denilen alt kültürel bir form yaratılmış ve Kore popüler kültürünün ürünlerinden biri haline gelmiştir. Ülkemizde de faaliyet gösteren Missha kozmetik mağazası K-beauty'nin önemli örneklerinden birini oluşturmaktadır. Ülkemizde özellikle büyük şehirlerde son zamanlarda

yaygınlaşmaya başlayan Uzak Doğu ve Kore restoranları da Kore popüler kültürüne olan ilginin yansımalarından biridir. Bu bağlamda büyük bir kültürel ürün daha küçük alt kültürel formların oluşmasına yol açmakta bu durum da bu kültürün sahibi olan ülke bakımından sosyal ve finansal açılardan olumlu gelişmelere yol açmaktadır.

Ülkemizde Hallyu'nun benimsenmesi ve devamlılığının sağlanması geçmişte Güney Kore ve Türkiye'nin, Kore Savaşı'nda müttefik ülkeler olması, iki ülkenin benzer modernleşme süreçlerinden geçmeleri ve iki ülke arasındaki kültürel yakınlığın var olması sayesinde gerçekleşmektedir. Özellikle Türkiye'nin Kore Savaşı'nda yaptığı fedakârlıklar Güney Korelilerin sevgisini ve sempatisini kazanmış, Türk halkını kan kardeşleri olarak nitelendirmişlerdir. Bu durum gelecekte ülkemizde oluşacak olan Hallyu akımının sağlam bir temele oturmasına yol açmıştır. Bugün Türkiye'de birçok ulusal kanalda yoğun şekilde uyarlamaları yapılan Kore dizilerinin başarısı Hallyu'nun Türkiye'de ilgi görmesiyle mümkün olmuştur. Hallyu, hem ülkemizde hem de dünyadaki bilinirliğiyle Güney Kore markasının oluşmasına ve tanınmasına katkı sağlamış, Güney Kore hakkında dünya milletleri üzerinde olumlu bir imaj oluşmasına aracı olmuştur. Hallyu, ülkemizde en çok diziler vasıtasıyla etkili olmayı başarmakta, Güney Kore yapımlarının uyarlamaları sıklıkla çekilmekte ve yayınlanmaktadır. Hallyu dizilerinin başarısının yanında Türk dizileri de hem orijinal hem de uyarlama senaryolarıyla ciddi başarılar yakalamakta ve birçok ülkeye servis edilmektedir. Türk dizileri de tıpkı Hallyu'nun kendi ülkesine yaptığı gibi uluslararası alanda bir ülke markası ve Türkiye imajı oluşumuna katkı sunmaktadır. Özellikle dizilerin başlı başına bir yumuşak güç aracı olduğu düşünüldüğünde ne kadar önemli bir konu olduğu dikkate alınmalı ve sektör daha büyük çaplarda uzmanlaşmaya gitmelidir. Türk dizileriyle ülkeye oluşturulan sempati seviyesi dizilerin yapım ve yayın süreçlerinin profesyonelleşmesiyle beraber artırılmalıdır. Bütün bunlara ilaveten günümüzde medya içeriklerinin dağıtım kanalları özellikle internet vasıtasıyla ne kadar gelişse de, televizyon hala en önemli kitle iletişim araçlarından birini oluşturmaktadır. Bu nedenle TV ortamında üretilen içerikler hala dijital platformlarda ulaştığı kitlelerden daha büyük kitlelere ulaşmakta bu nedenle TV, medya içeriklerinin üretimi ve dağıtımı noktasında önemli bir araç olarak varlığını sürdürmektedir. Geleneksel televizyon yayıncılığı ve televizyonda üretilen içerikler dijital platformların popülerleşmesiyle büyük bir güç kaybetmemiştir. Nasıl ki televizyonun icadı, teknolojisi televizyona göre daha eski olan radyonun varlığını ortadan kaldırmamışsa dijital platformların varlığının da televizyonu ortadan kaldırması kısa vadede olası görülmemektedir. Bu nedenle televizyon, dizilerin hala en yoğun şekilde üretildiği mecra olması sebebiyle büyük bir öneme haiz olmaktadır.

Ülkemizde Fox isimli TV kanalında yayınlanan Mucize Doktor isimli dizi TİAK verilerine göre 2012-2019 arasında uyarlanan tüm Kore dizilerinden daha fazla izlenerek büyük bir başarıya imza atmıştır. Diğer yandan ülkemizde özellikle 2012-2019 yılları arasındaki dönemde Güney Kore dizilerinin uyarlamalarının yoğun şekilde yapılması, dünyayı saran Kore Dalgası'nın etkisi eşliğinde Güney Kore kültürünün ve yaşam tarzının izlerini taşıyan bu dizilerin aynı zamanda büyük bir popüler kültür ürünü olmasından kaynaklanmaktadır. Güney Kore toplumuyla Türk toplumunun değerlerinin birbiriyle benzemesiyle ilişkilendirilen kültürel yakınlık tezi ve iki toplumu tarihsel olarak birbirine yakınlaştıran ve güçlü bağlar kurmalarını sağlayan Kore Savaşında birlikte savaşmaları olgusu Güney Kore popüler kültür içeriklerine ülkemizde belirli bir ilgi duyulmasını sağlamıştır. Güney Kore yapımlarını bu denli popüler yapan etkenler orijinal senaryoları, bireylerin duygusal ve insani yönlerini titizlikle işlemeleri, maddi değerlerden çok manevi değerlere önem vermeleri gibi sebepler olarak ortaya çıkmaktadır. Kore dramalarında kullanılan bu kriterler Türk toplumunun toplumsal belleğinde, kültürel yapısında ve yaşam tarzında da etkili olan kriterlerdir. Türk toplumunun ekseriyeti; tarihsel süreçteki milli, manevi ve insani değerleri önceleyen bir yapıda olmuştur. Mucize Doktor dizisi ekseninde Ali Vefa karakteri otizmli ve savant sendromlu bir doktor olması nedeniyle Türk dizi kültürünün alışık olmadığı bir karakterdir. Klasik dizi senaryolarında işlenen zengin aile, patron, aile babası, orta halli veya kıt kanaat geçinen birey gibi temsillerden farklıdır. Böylesi bir karakter, geçmişinde yaşadığı travmalar ve bu travmaları sevgi ve ilgi sayesinde aşmasıyla, kendisini ötekileştirenlerin ön yargılarını kırma kabiliyetiyle dramatik bir vasfa sahip olmuş, ayrıca dizi vermek istediği "En büyük engel ön yargıdır", "Hayatta umutlu olmak ve sevilmek her türlü engeli aşar", "Empati hayattaki en büyük erdemlerdendir." gibi sosyal mesajlarıyla toplumu eğitici ve bilgilendirici bir misyon üstlenmiştir. Uyarlama yapımlar uyarlandığı kültürlerden gelen izleri mutlaka taşımaktadır. Ali Vefa'nın ve Park Si On'un sahip oldukları manevi ve insani değerler iyilik, sevgi, şefkat, sempati, anlayış, dostluk, sadakat, tutarlılık, saflık vb. duygular olarak sunulmaktadır. Her iki dizi de bu duyguları önemseyen kurgularıyla birbirine benzemekte ve hem Güney Kore hem de Türk toplumunda karşılık bulmaktadır.

2022 yılında Yunus Emre Enstitüsü ve RTÜK işbirliğiyle hayata geçirilen ve 125 ülkeden yaklaşık 5000 kişinin katılım sağladığı "Türk dizilerinin Türkçeye ve Türk kültürüne Yakınlaştırıcı Etkisi" isimli saha araştırmasında Türk dizilerinin Türkiye'ye ve Türk kültürüne yakınlaştırıcı bir etkiye sahip olduğu, Türk dizilerini izleyen yabancılarda Türkçe öğrenme isteği yarattığı, ulaştıkları bölgelerde evrensel bir Türkiye imajının

oluşturulmasına ön ayak olan bir yumuşak güç unsuru oluşturduğu ve Türkiye'nin kültürel diplomasi inşasına katkı sağladığı gibi hususlar tespit edilmiştir. Yunus Emre Enstitüsü'nün yaptığı araştırmada Türk toplumunun yaşam tarzını yansıtan ve Türk kültürüyle ilgili hususlar içeren diziler: Barbaros: Akdeniz'in Kılıcı, Kuruluş Osman, Diriliş Ertuğrul, Masumlar Apartmanı, Kara Para Aşk, Ezel, Söz, Yargı, Siyah Beyaz Aşk, Teşkilat, Sefirin Kızı ve Mucize Doktor olarak saptanmıştır. Söz konusu araştırmada Türk dizilerini çekici kılan unsurların ise %20.02 ile insani ilişkiler ve bir arada yaşama kültürü, %9.50 ile tarihi değerler, %14.52 ile kültürel unsurlar ve mekanlar, %19.9 ile aile ortamı ve güçlü aile bağlarının mevcudiyeti, %16.36 ile sürükleyici senaryo eşliğindeki inandırıcı kurgu ve %19.71 ile duygusal ilişkiler gibi unsurlar olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Barut, 2022). Araştırmada Türk toplumunun yaşam tarzını yansıtan ve Türk kültürüyle ilgili hususlar içerdiği saptanan diziler arasında olan "Mucize Doktor" bir Güney Kore dizi uyarlaması olarak karşımıza çıkmaktadır. Mucize Doktor'un bir Güney Kore uyarlaması olması ve büyük bir kitle üzerinde yapılan araştırmada dizinin Türk kültürüne ilişkin ögeler içerdiğinin saptanması Güney Kore ve Türkiye arasındaki kültürel yakınlık düzlemini ortaya koyar niteliktedir.

2022 yılında K-drama izleyicileriyle ilgili yapılan bir araştırmada ise Güney Kore dramalarının, Kore ve Türkiye'nin kültürel değerlerinin yakınlığından dolayı uyarlamaya uygun olduğu konusunda tespitler yapılmış, ayrıca Güney Kore ve Türk toplumlarının yaşantılarının birbirine yakın nitelikte olduğunu, bir Amerikalının yaşam tarzının Türk kültürünü içinde barındıran gelenek, görenek veya örf adetlere uyumlu olmadığını, buna karşılık Güney Kore'nin değerlerinin Türk toplumuyla büyük oranda benzer olduğu ortaya çıkmıştır (Ateşalp & Sejfula, 2022, s.28).

Kore dramaları yalnızca ülkemizde değil dünyanın çeşitli ülkelerinde de uyarlamaları yapılarak ekranlara getirilmektedir. Fakat ülkemizde uyarlamaları yapılan Kore dizilerinin bölüm sayılarının yanında süreleri de orijinallerinin genellikle 2-3 katı kadar olmaktadır. Bu durum Türkiye'deki uyarlamalarda senaryo ve karakter kurgularındaki farklılıkları beraberinde getirmektedir. Uyarlama yapımların ilk bölümleri orijinalleriyle genellikle aynı düzlemde ilerlemekte fakat 15-20 bölümden sonra hikâye uzatıldığında kendi kurgusuna ihtiyaç duymaktadır. Ana olaylar ve dizilerde işlenen temalar her iki versiyonda aynı kalsa da olay örgüsü veya karakterler yan olay örgüleri veya ek karakterlerle farklılaşmaktadır. Bu durumun Türk dizi sektöründe hakim kültürel yapının getirdiği ticari kaygılar (reyting vb.) veya daha uzun ve çeşitlenmiş hikâyeler izlemek isteyen izleyici kitlesinin beklentileri sonucunda ortaya çıktığı değerlendirilmektedir. Bu hususlar Mucize Doktor'da da ortaya

çıkmış, orijinal yapımın bölümleri 1 saat süreyle ve toplam 20 bölüm şeklinde ekranlara getirilmişken, uyarlama yapımın bölümleri 2-2.5 saat süre ve 64 bölüm şeklinde ekranlara getirilmiştir. Ana kurgu ve dizilerin vermek istedikleri mesajlar her iki yapımda korunsa da uyarlama yapım, süre ve bölüm sayılarının fazlalığından dolayı ek olay örgüleri ve ek karakterlerle desteklenmiştir. Ek olay örgüleri daha çok hastaneye gelen vakalarda ve karakterler arasındaki duygusal ilişkiler ekseninde ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda uyarlama yapımın orijinal yapıma göre daha fazla dramatize edildiği anlaşılmaktadır. Yapımlarda ana karakterlerin sevdikleri yemek, tanışılan ortam, sosyalleşme araçları, karakterler arasındaki ilişki ağı, karakterlerin hassasiyetleri ve iç dünyaları ekseninde kültüre göre eklenen veya çıkarılan unsurlar bulunmakta ve çalışmada bu hususlara yer verilmektedir. Kore Dalgası'nın Türk toplumunda karşılık bulması iki ülkenin tarihsel bağları (Kore Savaşı müttefikliği, Türkçe ve Korece'nin aynı dil ailesine mensup olması vb.), kültürel yakınlıkları, Hallyu'nun küresel çapta yayılma başarısı göstermesiyle aynı zamanda bir popüler kültür aracı olması gibi sebepler sayesindedir.

Hallyu'nun etkin bir popüler kültür aracı haline gelmesinde arkasında Güney Kore hükûmetlerinin desteğinin bulunmasının payı büyüktür. Bu destekler; Kore Kültür Bakanlığının Hallyu içeriklerinin ihracatını finansal kalkınmada ilk aşama olarak görmesi, Kore hükûmetlerinin Hallyu'yu geliştirmek amacıyla özel bütçeler ayırarak araştırma geliştirme faaliyetlerine bulunmaları; Kore mutfağı, Kore müziği, aktör ve aktrislerde bulunan Kore makyajı gibi kültürel ürünlerin televizyonda gösterimini desteklemeleri, bazı ülkelerde saha araştırmaları yaparak popüler kültür içeriklerini geliştirmek veya bu içerikleri tüketenlerle etkileşime girebilmek için kritik atılımlar yapmaları, Kore kültürel içeriklerinin arz edileceği ülkelerin karakteristiğine göre Hallyu içeriklerini güncellemeleri ve Netflix gibi dijital medya platformlarında var olabilmek için de bu mecraları araştırmaları gibi destekler olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca Kore'nin Samsung, Hyundai gibi büyük şirketleri kültürel içerik endüstrisini desteklemektedir. Bu şekilde Hallyu bir yandan kültürel diplomasi aracı olmakta ve Güney Kore kültürünün yayılmasına hizmet etmekte bir yandan da genel olarak olumlu bir ülke imajı yaratmaktadır. Hallyu içeriklerine maruz kalan kitleler Kore kültürünü daha yakından tanımak istemekte, bu amaçla ülkeye ziyaretlerde bulunmakta hatta Kore dilini öğrenmeye çalışmaktadırlar. Bu bağlamda Kore popüler kültür içeriklerinin en önemli bileşenlerinden olan diziler ekseninde düşünüldüğünde bu dizilere, bilhassa bu dizilerin uyarlamalarına ülkemizde son yıllarda ciddi bir ilginin oluştuğu açıkça görülmektedir. Diğer yandan Türk dizileri de tümüyle Türk kültürünü yansıtan birer mecra olmamakla beraber içlerinde Türk kültürüne, milli ve manevi değerlerine ilişkin ögeler

barındırmaktadır. Türk dizileri; genel prodüksiyon kalitesi, kültürel unsurları başka bölgelere iyi yansıtabilmeleri, Türkiye'nin yaşam tarzını anlatım stilleri ve ihraç oranlarının üst sıralarda olması sayesinde dünyada; özellikle de Orta Doğu, Balkanlar ve Latin Amerika gibi coğrafyalarda büyük ilgiyle karşılanmaktadır. Bu sebepler doğrultusunda Türk dizilerinin de dünyada belirli bir kültürel yayılım alanı yarattığı bir gerçektir. Aynı zamanda Güney Kore örneğinde olduğu gibi bir kültürel diplomasi aracı olarak ülke imajının oluşmasına sağladıkları katkı oldukça önemlidir. Bu nedenle orijinal veya uyarlama Türk dizilerinin henüz yapım aşamasındayken ihraç edilme ihtimalleri göz önüne alınarak Türk kültürü ve ülke imajıyla ilgili olumsuz algılara yol açabilecek niteliklerden arındırılmaları ve Türk toplumuna özgü olumlu kültürel değerlerin sunulması hususu önem arz etmektedir.

Öneriler

1. Türk dizileri ve filmlerinin yurtdışına ihracı konusunda Güney Kore modeli örnek alınmalı, özellikle yapım ve dağıtım aşamalarında devlet desteğinin etkinliği artırılmalı, yapımcılara idari ve mali kolaylıklar gösterilmeli, bu şekilde Türk dizileri dünyada daha fazla bölgeye daha etkili biçimde ulaşabilecek ve "Hallyu" örneğinde olduğu gibi kendi kültürel formunu oluşturabilecek bir noktaya gelebilecektir. Bu doğrultuda Türk ve Güney Kore dizi sektörü temsilcileri her iki ülkede sektörel organizasyonlar düzenlemeli, sektörel gelişmeler ortak takip edilmeli ve sektör yöneticilerinin iletişiminin devamını sağlayacak ortak platformlar oluşturulmalıdır.
2. Türk dizilerinin dünyada tanınması ve yaygınlaşması Türk kültürüne olan ilgiyi artıracağından bu aynı zamanda ülke tanıtımına katkı sağlayacaktır. Bu nedenle dizilerde ülkenin doğal, tarihi ve kültürel güzellikleri ön plana çıkarılmalı ve turizm potansiyeli değerlendirilmelidir. Dizilerle ilgili internetteki hayran sayfalarında ülkeyi tanıtıcı reklamlar yapılmalıdır.
3. Diziler bir anlamda üretildiği ülkelerin kültürlerini başka kültürlere aktaran araçlardır. Türk dizileri her ne kadar genel olarak Türk toplumunun yaşantısına, insan ilişkilerine ve kültürel yapısına bünyelerinde yer verseler de bu özellikler ekseninde toplumun genelini yansıtamamakta, diziler mekân olarak da genellikle İstanbul'da geçtiğinden, İstanbul'da hakim olan kültür Türkiye imajı olarak kabul edilmektedir. Fakat ülkemiz çok zengin bir doğal, tarihi ve kültürel mozaiğe sahiptir. Bu noktada Türkiye'nin çeşitli bölgelerinde çeşitli hayat hikâyelerini ve kültürleri yansıtan özgün içeriklerin üretilip ihraç edilmesi olumlu ve kapsayıcı

bir ülke imajının oluşmasına katkı sağlayacaktır. Türk aile yapısı ve manevi değerlerinin ön plana çıkarıldığı yayın içerikleri ile kültürel alan desteklenmelidir.

4. Türk dizilerinden özellikle orijinal senaryoya sahip olanların telif hakları başka ülkeler tarafından satın alınıp uyarlamalarının yapılma potansiyelini barındırmaktadır. Dizi ihracı ile dizilerin kendi ekonomik potansiyeli sayesinde ülke ekonomisine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle Türk kültür ögelerini barındıran orijinal senaryolar desteklenmelidir. Dizi ihracatına yönelik ekonomik veriler ve istatistikler düzenli olarak yayınlanmalıdır.
5. Dizilerimizin özellikle Hallyu'nun doğduğu topraklar olan Güney Kore'ye ihraç edilmesi hatta bizim dizilerimizin bu bölgede uyarlamalarının yapılmasının sağlanması özellikle önemlidir çünkü kendi popüler kültür formunu oluşturmayı başarmış bir ülke olan Güney Kore'de dizilerimizin bir üne kavuşması ve sevilmesi sağlanırsa Türk dizilerinin Güney Kore popüler kültürü referansıyla yayılımının daha kolay olacağı düşünülmektedir. Bu durum Türk dizilerinin başarısının artmasını sağlayacak aynı zamanda olumlu ülke imajının oluşumuna ve Türkiye markasının yükseltilmesine de katkı sunacaktır. Bunu yapabilmek için, 2019 yılında Güney Kore ile imzalanan "*Türkiye Cumhuriyeti Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Kore Cumhuriyeti Kore İletişim Komisyonu Arasında Yayıncılık İçeriği Alanında Mutabakat Zaptı*" geliştirilerek daha işler hale getirilmeli, Güney Kore'yle karşılıklı içerik alışverişi yapılarak ilişkiler güçlendirilmeli, yeni protokoller yapılmalı ve ülkemizin isminin dünya kamuoyunda daha fazla bilinir olması sağlanmalıdır. Türkiye ve Güney Kore'nin hâlihazırda dost ülkeler olmaları birçok alanda büyük iş birliği potansiyelleri barındırmaktadır.
6. Güney Kore kültürel içerikleri üretiminden dağıtımına kadar tüm süreçlerinde devlet desteği görmekte, zaman zaman saha araştırmaları yapılarak içeriklerin ihraç edileceği bölgenin kültürel özelliklerine göre içerikler de üretilmektedir. Bu bağlamda Türk dizilerinin dünyada mevcut başarısı ve bu başarının devam potansiyeli dikkate alındığında Güney Kore modeli örnek alınarak ve dizilerin satılacağı hedef bölgeler belirlenerek o bölgelerin kültürel yapısına uygun içerikler bizzat Türk dizi sektörü tarafından üretilebilir. Bunu yapabilmek için RTÜK ve Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı koordinatörlüğünde özellikle üniversitelerin kültürel çalışmalar yapan akademisyenlerinden destek alınarak oluşturulacak birim veya komisyonların desteğiyle, kendi kültürel ögelerimize ek

olarak hedef bölgelerin kültürel özellikleri dizilerin senaryolarına dâhil edilebilir. Bu durumun Türk dizi sektörünün profesyonellik düzeyini artıracağını ve ülkemize ciddi bir ekonomik gelir sağlayacağı düşünülmektedir.

7. Güney Kore'ye içerik üretebilmek amacıyla Kore kültürü Türk dizi sektöründeki yapımcılara tanıtılmalı, Kore dramalarının yayın ve yapım özellikleri yapımcılar tarafından sağlam bir şekilde özümsenmeli ve Kore dramalarının karakteristik özelliklerini bünyesinde barındıran Kore kültürüne yönelik içerikler üretilmelidir. Bu konuda Kore Kültür Merkezleri sosyal paydaş olarak projelere dâhil edilerek yapımcılara eğitimler verilmesi sağlanabilir. Hatta Güney Kore ve Türkiye ortak yapımı dizi, film gibi projelerin planlanması ve hayata geçirilmesi iki ülkenin kültürel yakınlık düzlemi göz önüne alındığında ilgi çekici ve etkili bir hamle olma potansiyeli barındırmaktadır.
8. Güney Kore'de 15-20 bölüm civarında ve 1 saati aşmamak üzere çekilen dizi bölümleri kurguyu uzatmayarak dizilerde verilmek istenen mesajları daha net yansıtabilmektedir. Aynı zamanda sürelerin uzun olmaması prodüksiyon aşamasını ve sektörün çalışma koşullarını hafifletmektedir. Bu model ülkemiz dizi endüstrisinde de uygulanarak hem sektörün daha da profesyonelleşmesi sağlanabilir hem de özellikle uyarlama yapımların üretim sürecinde konudan kopulmadan anlatısal yapının korunması sağlanabilir.
9. Son yıllarda orijinal senaryolardan ziyade uyarlama senaryoların sayısı son derece artmıştır. Bu durum sektörün üretkenliğini zedelemekte ve atıl duruma getirmektedir. Bu bağlamda orijinal senaryo yazımına önem verilmeli, Türk toplumunun yaşayışını ve değerlerini anlatma potansiyeline sahip dizi sektöründe orijinal senaryoların oluşturulması hem sektör içinde hem de akademik ortam vasıtasıyla desteklenmelidir.
10. Televizyonun son derece etkili ve toplumu yönlendirici güce sahip bir kitle iletişim aracı olduğu göz önünde bulundurulduğunda, toplumun manevi yapısını koruyabilmek amacıyla dizilerde Türk kültür ve manevi değerlerine aykırı durumların işlenmemesi hususu dikkate alınmalı, dizilerin eğlendirici niteliklerinin yanında toplumu bilgilendirici ve eğitici yönlerinin de olduğu unutulmamalıdır. Bu konuda yapımcıları ve senaristleri bilgilendirici çalıştaylar düzenlenmeli, yapımcı ve senaristlere Kültür ve Turizm Bakanlığı ve ilgili iştiraklerin desteğiyle eğitimler verilmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Adorno, T. W. (2003). Kültür endüstrisini yeniden düşünürken.(Çev. Bülent O. Doğan). Cogito, *36*, 76-84.

Adorno, T. W. (2011). Kültür endüstrisi Kültür Yönetimi (Çev. Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.

Adorno, T. W. (2014). Aydınlanmanın Diyalektiği. Kabalcı Yayıncılık. İstanbul

Akpınar, B. & Özdemir, N. (2022). Kültürel Emperyalizm ve Yeni Medya: Türk Toplumunda Kore Kültürü Örneği. Olgu Sosyoloji Dergisi, 1(1), 20-26.

Aktan, C. C. & Tutar, H. (2007). Bir sosyal sabit sermaye olarak kültür. Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi, *6*(20), 1-11.

Akyol, O., Sarı, Ü., Ünlü, T.T. (2020). K-dramaların Türk dramalarına etkisi üzerine bir inceleme, Turkish Studies - Social, 15(2), 349-364.

Akyol, Z. (2020). Kültürel Emperyalizmin Göstergebilimsel İncelemesi: McDonald's Örneği. Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi, *2*(I), 16-28.

Alamaslı, I. K. (2021). Kültür Endüstrisi Bağlamında Instagram. İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi, 1(1), 39-49.

Arı, T. (2010). Uluslararası İlişkiler ve Dış Politika, 10. Basım, Bursa, MKM Yayıncılık.

Asa, S. (2019). Güney Kore Popüler Kültürü'nün (Hallyu) İmam Hatip Lisesi Öğrencilerine Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması (Yüksek Lisans Tezi, Bursa Uludag University).

Asa, S. (2021). Popüler Kültür, Gençlik ve Hallyu: Güney Kore Kültür Endüstrisinin Türkiye'deki Yansımaları (Vol. 10). DBY Yayınları.

Ateşalp, S.T. & Sejfula, M. (2022). K-Dramalar ve Türkiye'de K-Drama İzleyicileri Üzerine Bir İnceleme. Yeni Yüzyılda İletişim Çalışmaları Dergisi, 3(4), 16-32.

Avşar, Z., Küçükyılmaz, M. M., Ökten, S., Şahin, M., Veske, M.P. (2022). Türkiye'nin Yumuşak Güç Enstrümanı Olarak Kültürel Diplomasi ve İletişim. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları.

Balta, S. K. (2019). Ulusötesi Popüler Kültüre Örnek Olarak Güney Kore Dizileri ve Türkiye'de Güney Kore Dizileri Hayranları Üzerine Bir İnceleme (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Barut, M. (2022). Türk Dizileri ve Türkçe: Türk Dizilerinin Türkçe ve Türk Kültürüne Yakınlaştırıcı Etkisi. Ankara: Yunus Emre Enstitüsü Yayınları.

Batmaz, V. (2006). Medya Popüler Kültürü Gizler. 1.Baskı, İstanbul: Karakutu Yayınları.

Baudrillard, J. (1997). Tüketim Toplumu, (Çev: H. Deliçaylı), Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.

Bilgiseven, A. K. (1991). Kalkınma ve Kültür İlişkisi. Istanbul Journal of Sociological Studies, (23), 1.

Binark, M. (2018). K-Pop Fenomeni: BTS'nin ve EXO'nun Dayanılmaz Çekiciliğinin Ekonomi Politiği. Varlık Dergisi.

Binark, M. (2019). Kültürel Diplomasi ve Kore Dalgası "Hallyu". Ankara: Siyasal Kitabevi.

Buja, E. (2017). K-Dramas: A Window to the Korean Culture. Redefining Community in Intercultural Context, *6*(1), 247-254.

Choi, J. & Maliangkay, R. (2015). K-pop: The International Rise of The Korean Music Industry (Vol. 40). London: Routledge.

Chung, A. Y. (2011). K-Drama: A New TV Genre with Global Appeal (Korean Culture Book 3). Seoul: Korean Culture and Information Service.

Çakır, M. (2014). Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü, Ütopya Yayın Evi, Ankara.

Çalık, T. & Sezgin, F. (2005). Küreselleşme, bilgi toplumu ve eğitim. Kastamonu Eğitim Dergisi, 13(1), 55-66.

Çavuş, T. (2012). Dış Politikada Yumuşak Güç Kavramı ve Türkiye'nin Yumuşak Güç Kullanımı. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, *2*(2), 23-37.

Çeçen, A. (1996). Kültür ve Politika. Gündoğan Yayınları.

Çelik, C. (2014). Kitle İletişim Araçları ve Popüler Kültür İlişkisine Sosyolojik Bir Yaklaşım. Medyada Yeni Yaklaşımlar, 71.

Çelik, R. (2013). Medyanın Küreselleşmesinde Sosyal Değişimler ve Tüketicinin Kontrolü/Social Changes in the Globalization of the Media and Consumer Control. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(22), 107-122.

Çizmeci Ü, E. (2021). Dijital Platformlarda Kültürel Emperyalizm. Berikan Yayınevi.

Dikeçligil, B. (1994). Kültür Kavramının Analizi veya Sosyo-Kültürel Gerçekliğin Yapısı Üzerine Bir İnceleme. Dünyada ve Türkiye'de Güncel Sosyolojik Gelişmeler.

Düzgün, D. (2019). Halk kültürü Değişmeleri ve Bir Alan Araştırması. Milli Folklor, 16(124), 62-74.

Eagleton, T. (2005). Kültür Yorumları *(Çev.* Ö. Çelik). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Erdoğan, İ. & Alemdar, K. (2005). Popüler Kültür ve İletişim. 2.Baskı. Ankara: Erk Yayınları.

Erdoğan, İ. (2001). Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu. Doğu Batı, 15(2), 65-106.

Erdoğan, İ. (2004). Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine: Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi, *5*(57), 1-18.

Eren, S. (2007). Toplumsal norm, ahlâk ve din. Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 11(2), 289-316.

Felbermayr, G. J. & Toubal F. (2010). "Cultural Proximity and Trade", European Economic Review, Volume 54, Issue 2, 279–293.

Fırat, D. (2017). Küresel Yönde Ters Akış: Asya'dan Doğan Alternatif Bir Popüler Kültür. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, *2*(3), 67-74.

Fiske, J. (1989). Reading The Popular. First Published. New York: Routledge Is A Imprint Of The Taylor & Francis Group.

Fiske, J. (1992). The Cultural Economy of Fandom, The Adoring Audience*:* Fan Culture and Popular Media. (Ed. Lisa A. Lewis). London, Routledge, 30-49.

Geol, K., Heesoo, K., Kichang K., Woonsık C. (2021). (H.K Türközü, S.G. Türközü, Çev.) Yabancılar için Kore, Koreliler ve Kore Kültürü. Anadolu Kitabevi.

Global Hallyu Trends (2022). Published by: KOFICE, Korean Foundation for International Cultural Exchange.

Gökalp, Z. (2019). Türkçülüğün Esasları. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

Gökmen, M. E. (2019). Bölge Uzmanı İle Söyleşi/Interview with Regional Expert Türkiye ile Benzer Kültür: Kore. Doğu Asya Araştırmaları Dergisi, *2*(1), 119-143.

Göksu, O. & Ökmen, Y. E. (2019). Kültürel Diplomasisi Bağlamında Türk Dizilerinin İhracatı ve Kültür Aktarımına Katkısı: Diriliş Ertuğrul Örneği. Kamu Diplomasisinde Yeni Yönelimler, 247-291.

Gündel, N. (2018). Küresel Kültürün Türk Televizyonlarına Yansımaları: Yabancı Dizi Dramaların Yerel Uyarlamaları. Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 77, 205-230.

Gündel, N. (2021). Zamanın ve Mekânın Dönüşümüyle Güney Kore Sinemasından Türk Sinemasına Yeniden Çevrim: Miracle in Cell No. 7 (2013) ve 7. Koğuştaki Mucize (2019) Filmleri. Selçuk İletişim, 14(4), 1696-1726.

Güngör, E. (1995). Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik. Ötüken Yayınları

Güvenç, B. (1979). İnsan ve Kültür. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Hatipler, M. (2017). Postmodernizm, Tüketim, Popüler Kültür ve Medya. Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, (1), 32-50.

Heywood, A. (2011). Global Politics (1st Ed.) New York: Palgrave.

Hogarth, H. K. K. (2013). The Korean Wave: An Asian Reaction to Western-Dominated Globalization. Perspectives on Global Development and Technology, 12(1-2), 135-151.

Hoon, T. (t.y). The Effects of Korean Wave on Young Women's Perception of Romantic Relationship. Taylor's Lakeside University College.

İçli, G. (2001). Küreselleşme ve kültür. CÜ Sosyal Bilimler Dergisi, *25*(2), 163-172.

İmre, E. (2023). Güney Kore'nin Kültür Alanındaki Devlet Politikası: Kore Dalgası Sektörleri ve Kore Kültür Merkezleri. Doğu Asya Araştırmaları Dergisi, 6(11), 23-43.

Jenkins, H. (1992). Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture. Routledge.

Jenkins, H. (2006). "Star Trek Rerun, Reread, Rewritten." Fans, Bloggers and Gamers. New York: NYU Press. 37-60.

Jin, D. Y. (2018). Transnationalism, Cultural Flows, and The Rise of The Korean Wave Around The Globe. International Communication Gazette 0(0), 1-4

Jinasena, S. (2014). How the Korean Soap Opera Influence Sri Lankan's Life. Sport and Art, *2*, 86.

Ju, H. (2017). National Television Moves to The Region and Beyond: South Korean TV Drama Production with A New Cultural Act. The Journal of International Communication, 23(1), 94-114.

Jung, E. (2019). Türkiye'de Kore Dizilerinin Popüler Olmasının Nedenleri: Uyarlanan Kore Dizileri Çerçevesinde Bir Analiz [Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi]

Jung, E. Y. (2009). Transnational Korea: A Critical Assessment of the Korean Wave in Asia and the United States. Southeast review of Asian studies, 31.

Kanozia, R. & Ganghariya, G. (2021). Cultural Proximity and Hybridity: Popularity of Korean Pop Culture in India. Media Asia, 48(3), 219-228.

Kara, A. Z. (2019). Türkiye'de Adaptasyon Diziler, Yaratıcı Emek Gücü Olarak Senaristler ve Senaryo Süreçleri. (Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)

Karakoç, E. (2014). Medya Aracılığıyla Popüler Kültürün Aktarılmasında Toplumsal Değişkenlerin Rolü. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, *2*(3), 245-269.

Karakoç, S. (2012). Düşünceler-I, Kavramlar, Diriliş Yayınları, İstanbul.

Keskin, A. & Binark, M. (2021). Türkiye'de K-Pop Karşıtı Söylem ve K-Pop Hayranlarının Taktiksel Mücadelesi. Moment Dergi, *8*(1), 144-167.

Keskin, A. (2022a). Gündelik Hayat ve Popüler Kültür Yaklaşımları Çerçevesinden K-Pop. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, *32*(2), 783-794.

Keskin, A. (2022b). Güney Kore K-Pop Popüler Kültürü ve Türkiye'deki Yansımaları: Sosyolojik Bir İnceleme (Doktora tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi).

Khan, M. (2020). Televizyon Dizilerinin Uluslararasılaşması ve Kültürlerarası İletişimde Rolü ve Etkisi: Türk ve Kore Televizyon Dizilerinin Karşılaştırmalı Bir Çözümlemesi. [İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi Doktora Tezi].

Kıvılcım, F. (2013). Küreselleşme Olgusu ve Çokuluslu Şirketlerin Küreselleşme Süreci Üzerindeki Rolü. Ekonomi Bilimleri Dergisi, *5*(2), 1-16.

Kim, J. Y. (2007). Rethinking Media Flow Under Globalisation: Rising Korean Wave and Korean TV and Film Policy Since 1980s Doctoral Dissertation, University of Warwick.

Kim, T. Y. & Jin, D.Y. (2016). Cultural Policy In The Korean Wave: An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches. International Journal of Communication.

Koçak, A. & Özgür, A. (2006). İçerik Analizi Çalışmalarında Örneklem Sorunu. Selçuk İletişim, 4(3), 21-28.

Koluaçık, İ. (2017). Eleştirel Teorisyenlerin Kültür Endüstrisi Kavramı Çerçevesinde Sanata Ve Sinemaya Yaklaşımları. Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, *2*(3), 135-156.

Korean Culture and Information Service. (2011a). The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon. Seoul: Ministry of Culture, Sports and Tourism.

Korean Culture and Information Service. (2011b). K-Pop: A New Force in Pop Music. Seoul: Ministry of Culture, Sports and Tourism.

Kottak, C. P. (2002). Antropoloji-İnsan Çesitliliğine Bir Bakış (Çev. Serpil N. Altuntek vd.). Ankara, Ütopya Yayınları.

Ksiazek, T. B. & Webster, J. G. (2008). Cultural Proximity And Audience Behavior: The Role Of Language In Patterns Of Polarization And Multicultural Fluency. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 52(3), 485-503.

Kutanis, R. Ö. & Tülin, T. (2010). Güney Kore Örgüt Kültürü: Konfüçyanizm'in Etkileri Açısından Bir Değerlendirme. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (35), 55-75.

Küçük, A. (2015). Giresun Yöresi Kemençecilik Geleneği ve Popüler Kültür. Uluslararası Türk Dünyası Kültür Araştırmaları Dergisi, 1(1), 138-154.

Lee, S. J. (2011). The Korean Wave: The Seoul of Asia. The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications, *2*(1), 85-93.

Lewis, L. A. (2002). The adoring audience: Fan culture and popular media. Routledge.

Lie, J. (2012). What Is the K in K-pop? South Korean Popular Music, the Culture Industry, and National Identity. Korea Observer, Sayı: 43. 339-363.

Macit, M. (2018). Kore dalgası: Küresel Popüler Kültür Fenomeni Hallyu/Kore Dizileri. İstanbul: Bir Yayıncılık.

Malinowski, B. (1945). The Dynamics of Culture Change - An Inquiry into Race Relations in Africa, (Edited by Phyllis M. Kaberry), London: New Haven Yale University Press.

Malinowski, B. (1992). Bilimsel Bir Kültür Teorisi (Çev: Saadet Özkal), Kabalcı Yayınları.

Marshall, G. (1999). Sosyoloji sözlüğü (Çev. O. Akınhay & D. Kömürcü). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Morley, D. & Robins, K. (1997). Kimlik Mekanları: Küresel Medya, Elektronik Ortamlar ve Kültürel Sınırlar. (çev. E. Zeybekoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Mutlu, E. (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Ütopya Yayınları.

Norman, H.J. (2010). Glocalization of the Korean popular culture in East Asia: Theorizing the Korean wave [Yüksek lisans tezi, The University of Oklahoma.]

Nye, J. S. (2004). Soft Power: The Means To Success In World Politics. Published in the United States by PublicAffairs a member of the Perseus Books Group.

Oğuz, E. S. (2011). Toplum bilimlerinde kültür kavramı. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, *28*(2).

Oh, C. J. & Chae, Y. G. (2013). Constructing Culturally Proximate Spaces through Social Network Services: The Case of Hallyu (Korean Wave) in Turkey. Uluslararası ilişkiler/International relations, 77-99.

Oktay, A. (2002). Türkiye'de Popüler Kültür. Everest Yayınları, İstanbul.

Okyayuz, A. Ş. (2017). Çevirmenlikte yaratıcılık ve yeniden çevrimler: The Jeffersons dizisinin Tatlı Hayat olarak yeniden çevrimi. Journal of Translation Studies, 23, 111-128.

Oskay, Ü. (1982). Çağdaş Fantazya, İstanbul: Der Yayınları

Oskay, Ü. (2000). Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri. İstanbul: Der Yayınları

Oylum, R. (2011). Uzakdoğu Sineması. Başka Yerler Yayınları.

Ökmen, A. G. & Ökmen, Y. E. (2022). Kültürel Diplomasiye Bütünleşik Bir Örnek: Hallyu Dalgası Üzerine Bir Araştırma. Sosyal Mucit Academic Review, *3*(1), 17-47.

Ölçekçi, H. (2020). Dijital İletişim ve Küresel Kültürel Etkileşimin Homojenleşme, Kutuplaşma ve Melezleşme Süreçleri. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, *2020*(50), 146-163.

Öngen, O. (2018). Kültür Endüstrisinde Oyunculuğun Ekonomi Politiğine Eleştirel Bir Bakış. Konservatoryum 5.1, 1-18.

Özarslan, P. (1993). Kitle Toplumunun Kültürel Yapısı ve Günümüzün Açıklama Biçimi Olarak Magazin Söylemi. Marmara İletişim Dergisi, *4*(4), 139-156.

Özbek, M. (2000). Dünden Bugüne İnsan, Ankara: İmge Kitabevi.

Özel, C. (2018). Yumuşak Güce Bütünsel Bakış. Güvenlik Bilimleri Dergisi, 7(1), 1-27.

Özlem, D. (2012). Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi. Birinci Basım. Notos Kitap Yayınevi.

Öztürk, B. (2022). Güney Kore'den Türk Sinemasına: 7. Koğuştaki Mucize Filminde Yerlileşme Motifleri. Asya Studies, *6*(19), 165-178.

Pramadya, T. P. & Oktaviani, J. (2016). Hallyu (Korean Wave) as Part of South Korea's Cultural Diplomacy and Its Impact on Cultural Hybridity in Indonesia. Jurnal Dinamika Global, 1(01), 87-116.

Ryoo, W. (2009). Globalization, or the logic of cultural hybridization: The case of the Korean wave. Asian Journal of Communication, 19(2), 137–151.

Selçuk, G. (2011). Fordist Birikim Rejimi ve Kitle Kültürü. Journal of Yaşar University, 6(24).

Shim, D. (2008). The growth of Korean cultural industries and the Korean wave. East Asian pop culture: Analysing the Korean wave, 1, 15-32.

Sosyal Bilimler Ansiklopedisi (1990). Kültür Kavramı, Cilt 2.

Straubhaar, J., LaRose, R., & Davenport, L. (2011). Media now: Understanding media, culture, and technology. Cengage Learning.

Sung, S. Y. (2010). Constructing a new image. Hallyu in Taiwan. European Journal of East Asian Studies, 9(1), 25-45.

Şen, B. (2008). Küreselleşme: Anlamlar ve söylemler. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, (18), 135-150.

Şentürk, Ü. (2007). Popüler Bir Kültür Örneği Olarak Futbol. Sosyal Bilimler Dergisi/Journal of Social Sciences, 31(1).

Tanrıöver, O. & Kirli, S. (2015). Global Köy ve Kültürel Emperyalizm: Küreselleşme Bağlamında Enformasyon Toplumuna Bakış. Intermedia International E-journal, *2*(1), 133-142.

Taşdemir, E. (2018). Fandom: Güney Kore hayranlığı ve bir kültür taşıyıcısı olarak Güney Kore dizileri [Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi].

Trzcinska, J. (2018). Polish K-Pop Fandom: phenomenon, Structure & Communication. Wroclaw: Trickster.

Tuncel, H. (2014). Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik. Mülkiye Dergisi, 133 38(2), 133-150.

Turhan, M. (1987). Kültür Değişmeleri Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Tetkik, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, İstanbul.

Tutar, H. (2000); Küreselleşme sürecine işletme yönetimi, hayat yayınları, İstanbul.

Türközü, S. G. (t.y.). Türkiye'deki Korece Eğitimi ve Kültürel Yönden Korece ile Türkçe'nin Karşılaştırılması.

Tylor, S. E. B. (2016). Kültür Bilimi. ViraVerita E-Dergi, (4), 91-110.

Ümit, E. Ç. (2018). Kültür Endüstrisi ve Kültürel Küreselleşme Kavramları Bağlamında Kore Dalgası Dizileri. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(4), 319-332.

Ünalmış, A. N. (2019). Yumuşak Gücün Tesis Edilmesinde Kültürel Diplomasinin Önemi ve Bir Uygulayıcı Olarak Yunus Emre Enstitüsü. Bilig, (91), 137-159.

Varol, E. & Varol, M. Ç. (2019). Kavram ve kuramlarıyla Marshall Mcluhan'a bakış: Günümüzün egemen medya araçları ekseninde bir değerlendirme. Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD), *5*(1), 137-158.

Yağmurlu, A. (2019). Kültürel diplomasi: kuram ve pratikteki çerçevesi. Selçuk İletişim, 12(2), 1182-1210.

Yalçın, H. & Mutlu, K. (2020). Evaluation of Hallyu Fanship Among Youngsters in Turkey. Asya Studies, 4 (14), 107-118.

Yalçınkaya, A. (2017). Arap Baharı ve Kültürel Emperyalizm. 2. Uluslararası Demokrasi Sempozyumu.

Yazıcı, T. (2019). Dizi Seyircisi ve Hayranlık İlişkisi Bağlamında Instagram Fan Sayfaları Üzerine Bir İnceleme. Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi, (13), 104-127.

Yener, İ., & Geçer, E. (2021). Televizyon Dizileri, Toplumsal Farkındalık ve Otizm:"Mucize Doktor" Dizisi Örneği. Akademik İncelemeler Dergisi, 16(1), 146-162.

Yoo, J. S. (2019). Türkiye'de Kore Dalgasının Günümüzdeki Durumu ve Geleceği-Kore Savaşı (Kan Kardeşi), Kore Dizisi ve K-beauty (Kore Kozmetiği) Merkezinde (A. Doğanay, Çev.) (8), 19-48.

İnternet Kaynakları

Acıbadem (2023). Savant Sendromu. https://www.acibadem.com.tr/ilgi-alani/savant-sendromu/, Erişim Tarihi: 10.02.2023

Ankara Kriz ve Siyaset Araştırmaları Merkezi (2016). Kamu Diplomasisi. https://www.ankasam.org/kamu-diplomasisi/, Erişim Tarihi: 05.10.2022

Ankara Kriz ve Siyaset Araştırmaları Merkezi (2022). Güney Kore'nin Yumuşak Gücü Olarak Popüler Kültür. https://www.ankasam.org/guney-korenin-yumusak-gucu-olarak-populer-kultur/, Erişim Tarihi: 08.06.2022

Fox (2019). https://www.fox.com.tr/Mucize-Doktor/haber/2321/Mucize-Doktor-dan-yine-yeni-bir-rekor, Erişim Tarihi: 20.01.2023

Fox (2020). https://www.fox.com.tr/Mucize-Doktor/haber/3056/Mucize-Doktor-Arjantin-de-de-zirvede, Erişim Tarihi: 01.02.2023

Independent (2021). Kore Sinema Endüstrisi. https://www.indyturk.com/node/398541/k%C3%BClt%C3%BCr/hallyuwood-pandemiyi-f%C4%B1rsata-%C3%A7eviren-g%C3%BCney-kore-sinema-end%C3%BCstrisi-ba%C5%9Far%C4%B1s%C4%B1n%C4%B1-neye, Erişim Tarihi: 08.08.2022

İslam Ansiklopedisi (2022). Konfüçyüsçülük. https://islamansiklopedisi.org.tr/konfucyusculuk, Erişim Tarihi: 18.05.2022

Kalın, İ. (2011). Kamu Diplomasisi. https://www.tuicakademi.org/turk-dis-politikasi-ve-kamu-diplomasisi/, Erişim Tarihi: 06.06.2022

King Sejong Institute (2022). https://learnkoreanculture.ca/what-challenges-face-a-family-who-lives-by-faith/, Erişim Tarihi: 19.08.2022

KOFICE (2023). About KOFICE. http://eng.kofice.or.kr/about/about_2.asp, Erişim Tarihi: 10.02.2023

Kore Kültür Merkezi (2022a). Kültür Merkezi Hakkında. https://tr.korean-culture.org/tr/144/korea/46, Erişim Tarihi: 23.06.2022

Kore Kültür Merkezi (2022b). Kültür Merkezi Hakkında. https://tr.korean-culture.org/tr/6/contents/331, Erişim Tarihi: 06.10.2022

Korea Creative Content Agency (2022). About KOCCA. https://www.kocca.kr/en/main.do, Erişim Tarihi: 08.08.2022

Korean Film Council (2022). About KOFIC. http://www.koreanfilm.or.kr/eng/kofic/intro.jsp, Erişim Tarihi: 08.08.2022

Koreanturk (2022). Dae Jang Geum. https://www.koreanturk.com/dae-jang-geum-saraydaki-mucevher, Erişim Tarihi: 17.08.2022

Kpopturk (2022). Güney Kore'de Ödül Almış Türk Dizileri. https://www.kpopturk.com/2017/09/editor-yazisi-guney-korede-odul-almis-turk-dizileri.html, Erişim Tarihi: 19.01.2023

Memorial (2023). Otizm Nedir?. https://www.memorial.com.tr/hastaliklar/otizm-nedir-belirtileri-nelerdir, Erişim Tarihi: 10.02.2023

New York Times (2005). https://www.nytimes.com/2005/06/28/world/asia/roll-over-godzilla-korea-rules.html, Erişim Tarihi: 09.08.2022

Oxford Learner Dictionaries (2022). Oxford Learners Word Lists. https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/culture_1?q=culture, Erişim Tarihi: 28.03.2022

RTÜK (2023). https://www.rtuk.gov.tr/oncelikli-yayin-mevzuati/3793

Türkiye Araştırmacılar Derneği (2023). SES Projesi. https://tuad.org.tr/upload/dosyalar/SES_Projesi.pdf, Erişim Tarihi: 20.01.2023

Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (2017). Türkiye'deki Kore Rüzgarı. https://tasam.org/tr-tr/Yazar/7988/prof-dr-jungsuk-yoo, Erişim Tarihi: 05.10.2022

Türk Dil Kurumu Sözlüğü (2022). https://sozluk.gov.tr/, Erişim Tarihi: 28.03.2022

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı **:** Fatih Berker Özdağ

E-Posta Adresi **:** fatihberkerozdag@rtuk.gov.tr

İş Deneyimi: **:**

Unvan	**Görev Yeri**	**Yıl**
Üst Kurul Uzman Yardımcısı	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu	2019 - Halen

Akademik Bilgiler

Öğrenim Durumu **:**

Derece	**Bölüm/Program**	**Üniversite**	**Yıl**
Lisans	Halkla İlişkiler ve Tanıtım	Ankara Üniversitesi	2008 - 2013
Yüksek Lisans	Halkla İlişkiler ve Reklamcılık	Uşak Üniversitesi	2023-Halen

RTÜK