



Kayseri’de K-pop ve K-dizilerinin Popülerlik Düzeyi: Gençler Arasındaki İlginin Değerlendirilmesi ve Kültürel Etkilerinin Analizi

Popularity Level of K-pop and K-dramas in Kayseri: Evaluation of Interest Among Youth and Analysis of Cultural Effects

Hatice Karaman^{1*}

Zehni Özmen²

* Sorumlu yazar

Corresponding author

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Türkiye
Postgraduate Student, Erciyes University, Turkey

haticekrmn96@gmail.com

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-2846-2170>

² Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi, Türkiye
Assist. Prof. Dr., Erciyes University, Turkey

zehni@erciyes.edu.tr

ORCID ID <https://orcid.org/0000-0003-4587-8987>

Makale geliş tarihi / First received : 09.11.2023

Makale kabul tarihi / Accepted : 22.07.2023

Bilgilendirme / Acknowledgement:

Yazarlar aşağıdaki bilgilendirmeleri yapmaktadırlar:

- 1- Makaleye katkı oranı eşittir ancak makalenin dergiye sunumu ve takip edilmesi sürecini birinci yazar yürütmüştür.
- 2- Bu çalışma birinci yazar tarafından ikinci yazar danışmanlığından Erciyes Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı’nda yapılan “Bir Alt Kültür örneği olan Kore Dalgasının Kayseri’deki Gençler Üzerinde Etkisi” başlıklı yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir.
- 3- Makalenin yazarları arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.
- 4- Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu’ndan 31.05.2022 tarih/229 sayılı etik onay alınmıştır.
- 7- Bu makalede araştırma ve yayın etiğine uyulmuştur.

This article was checked by Turnitin. Similarity Index 13%

Atıf bilgisi / Citation

Karaman, H., & Özmen, Z. (2023). Kayseri’de K-pop ve K-dizilerinin popülerlik düzeyi: Gençler arasındaki ilginin değerlendirilmesi ve kültürel etkilerinin analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 159-189.

ÖZ

Kore Dalgası, Güney Kore’nin kültürel ve sanatsal etkisinin küresel ölçekte artması olarak tanımlanır. Özellikle k-dizileri ve k-pop müziği aracılığıyla hızla yayılan bu kültürel hareket, popüler kültürün bir parçası haline gelmiştir. Son birkaç yıl içerisinde Kore Dalgası, küresel dizi ve müzik endüstrilerinde önemli bir etki yaratmıştır. Bu kültürel fenomen, dünya genelinde geniş bir hayran kitlesi edinmiştir ve Güney Kore kültürü, Kore Dalgası fenomeni sayesinde uluslararası alanda önemli bir tanınırlık kazanmış ve dünya çapında kabul görmüştür. Bu çalışma, Kayseri’deki gençlerin k-pop müzik dinleme ve Kore dizileri izleme nedenlerini sosyolojik bir perspektiften analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemleri kullanılmış ve bu kapsamda katılımcı gözlemi yapılarak derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmeden verimli sonuçlar alabilmek için katılımcı gözlem ve derinlemesine gözlem yapılmıştır. Bu çalışmanın katılımcıları, 18-27 yaş arasındaki k-pop ve k-dizileri hayranı olan 11 kadından oluşmaktadır. Elde edilen bulgulara göre, gençlerin k-pop müziği dinleme nedenleri arasında, etkileyici dans hareketleri, hikayelerin anlatımı, koreografiler ve mesajlar yer almaktadır. K-dizi izleme nedenleri ise, genellikle bölüm sayısının azlığı, romantizm, sevimlilik ve çıplaklık içermeyen görüntülerin sunulması şeklinde sıralanabilir. Bu veriler sayesinde, Kayseri’deki hayranların k-pop müziği dinleme ve k-dizi izleme nedenleri ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar kelimeler

Kore Dalgası (Hallyu), K-Pop, K-Drama, Küreselleşme, Kültür Endüstrisi.

ABSTRACT

The Korean Wave is defined as the increase in the cultural and artistic influence of South Korea on a global scale. This cultural movement, which spread rapidly especially through k-dramas and k-pop music, has become a part of popular culture. Over the past few years, the Korean Wave has made a significant impact on the global drama and music industries. This cultural phenomenon has gained a large fan base around the world, and South Korean culture has gained significant international recognition and worldwide acceptance thanks to the Korean Wave phenomenon. This study aims to analyze the reasons why young people in Kayseri listen to k-pop music and watch Korean dramas from a sociological perspective. In this study, qualitative research methods were used and in-depth interviews were conducted by participant observation. In order to get productive results from the interview, participant observation and in-depth observation were made. The participants of this study consisted of 11 women aged 18-27 who are fans of k-pop and k-dramas. According to the findings, impressive dance moves, telling stories, choreographies and messages are among the reasons why young people listen to k-pop music. The reasons for watching K-dramas can be listed as the low number of episodes, the presentation of images that do not contain romance, cuteness and nudity. Thanks to these data, the reasons why fans in Kayseri listen to k-pop music and watch k-dramas were revealed.

Keywords

Korean Wave (Hallyu), K-Pop, K-Drama, Globalization, Culture Industry.

GİRİŞ

Kore Dalgası, Kore popülerliğinin ani yükselişini ifade eder. “Kore Dalgası, (Korece’de Hallyu 한류), 1990’larda Doğu Asya’da başlayan ve daha yakın zamanda Amerika Birleşik Devletleri, Latin Amerika, Orta Doğu ve Avrupa’nın bazı bölgelerinde devam eden Kore kültürünün uluslararası görünürlüğündeki bir dalgalanmayı ifade eder.” (Ravina, 2009, s. 4). “İlk Hallyu, 1990’ların sonlarında ve 2000’lerin başlarında Doğu Asya ülkelerinde, eşzamanlı olarak gözlemlenen Kore dizileri, filmleri, popüler müziği ve modanın popüler bir fenomeniydi.” (Seok-kyung, 2021, s. 8). 1990’ların sonunda Asya ülkelerinde başlayan bu süreç, 2000’lerde yavaş yavaş diğer ülkelere yayılmıştır. Böylece Hallyu dalgası kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alarak küresel bir fenomen haline gelmiştir. Çince ’de “Hanliu” olarak da bilinmektedir. İlk olarak 1990’ların sonunda k-drama ihracatıyla başlayan Hallyu, k-pop, film, yemek, güzellik, moda gibi kavramları içerisine alan çok katmanlı bir tabakadan oluşmaktadır. Hallyu’nun içerikleri sürekli gelişmekte ve pazar ihtiyacına uyum sağlamaktadır. Bu çok yönlülük, Güney Kore kültürünün ön planda kalmasını sağlamaktadır ve sosyal medya kullanan yeni neslin dikkatini çekmektedir.

Hallyu Dalgası, sadece K-drama dizileriyle sınırlı değildir. Müzik, moda, yemek, teknoloji ve eğitim gibi birçok alanda da genişlemiştir. K-pop, Kore moda endüstrisi, Kore yemekleri ve Kore teknolojisi, Hallyu Dalgası’nın diğer önemli bileşenleridir. Hallyu Dalgasının ilk aşamasını k-dramalar oluşturmaktadır. ‘Winter Sonata’ ve ‘What is Love About’ gibi popüler k-drama dizileri, Hallyu Dalgası’nın başlamasına öncülük etmiştir ve komşu ülkelerde büyük bir hayran kitlesi oluşturmuştur. 2012 yılının sonlarına doğru ise, Güney Koreli bir sanatçı olan Psy ‘Gangnam Style’ adlı şarkısıyla uluslararası bir başarı elde etmiştir. Psy’nin bu başarısı Youtube ortamı aracılığıyla olmuştur. Psy’nin küresel popülerliği, dünya çapında k-pop’un (Kore Pop Müziği) yaygınlaşmasına katkı sağlayarak Kore kültürüne olan ilgiyi artırmıştır. Bu popülerlikte YouTube gibi medya araçları, küresel fenomenlerin yaratılmasında önemli bir rol oynamıştır. YouTube, kullanıcıların videolarını dünya çapında paylaşarak sanatçıların popüler içeriklerinin geniş kitlelere ulaştırmasına yardımcı olmaktadır.

Dijital teknolojilerin gelişmesi, Hallyu’nun büyümesini kolaylaştırmıştır çünkü teknolojinin gelişmesi, küresel pazarlara daha kolay giriş yapılmasını sağlamaktadır. Kullanıcıların birbirleriyle küresel ölçekte iletişim kurmasını sağlayan Web 2.0 teknolojisi sayesinde Hallyu’ya olan bağlılık artmıştır. Küreselleşme, uluslararası tüketicilere kolay erişim sağlayarak ve yeni fırsatlar sunarak Hallyu’nun büyümesine katkıda bulunmaktadır. İzleyiciler, sosyal ağ ve video paylaşım siteleri gibi sanal topluluklarda, küresel olarak dolaşan medya içeriğini yeniden kullanabilir ve yeniden dağıtabilirler. Medya ortamı, üretici ve tüketici arasındaki sınırı ortadan kaldırarak, üretim ve tüketim arasında etkileşimlere neden olmaktadır. Bu etkileşimler sayesinde Güney Kore kültürü, ülke dışına yayılmış ve gıda, moda, elektronik gibi her alanda Kore kültürüne yönelik talepler oluşmuştur. Güney Kore’ye artan ilgi, kültür endüstrisinin dünya genelinde bir pazar kurmasına yol açmıştır. Bu pazarın oluşumu sayesinde sınırları aşan Hallyu, Doğu Asya’nın ötesinde de bir etki yaratmayı başarmıştır.

Bu makalede ise; birçok yönüyle Amerika ve Batı pop müzik endüstrisiyle benzer özellik gösteren Kore müziği ve dizileri, Türkiye’de de son yıllarda oldukça geniş hayran kitlesine sahip olmuştur. Bu nedenle hem Güney Kore müziğinin hem de Kore dizilerinin bu kadar genel konulara sahip olmalarına rağmen neden bu kadar popüler olduğunu anlamak bu çalışmanın

amacıdır. Bu amaç doğrultusunda yapılan çalışma, Kayseri’de bulunan Hallyu hayran kitlesinin neden Kore dizilerini ve müziklerini tercih ettiğini ve k-pop ve k-dizilerini özgün kılan şeyin ne olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Böylece dünya çapında farklı kültürleri bir araya getiren Hallyu olgusunun, hayran kitlelerini nasıl cezbediği anlaşılacaktır. Kore Dalgası (Hallyu) olarak adlandırılan bu akım; Kore müziği, Kore dizileri ve Kore sinemasından oluşmaktadır. Fakat bu çalışmada sadece Kore müziği ve Kore dizileri ele alınmıştır.

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sürecinde, nitel tekniklerden biri olan katılımcı gözlem yöntemi kullanılarak derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan bireyler, amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemleri kullanılarak seçilmiştir. Görüşmeciler, üniversite öğrencisi veya mezunu olan 18-27 yaş arasındaki kadın hayranlar arasından seçilmiştir. İlk olarak, görüşmecilerin seçiminde arkadaş çevresi referans alınmıştır. Daha sonra kartopu örnekleme kullanılarak önerilen kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Başlangıçtaki görüşülen kişilerle elde edilen bilgiler doğrultusunda yeni kişiler belirlenmiş ve bu kişilerle de görüşmeler yapılmıştır. Konunun kapsamı dahilinde başlıklar belirlenip bu başlıklara uygun sorular eklenerek görüşme formu hazırlanmıştır. Bu çalışmada, katılımcılarla yüz yüze derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve görüşme sırasında katılımcıların izinleri alınarak ses kayıtları alınmıştır. Bu ses kayıtları, görüşmelerin ardından analiz edilmiştir.

Güney Kore’nin Devlet Politikaları

“Kore, sinema ve televizyon da dahil olmak üzere çeşitli sektörlerde küreselleşme adına pazarlarını açmak için iki taraflı (büyük ölçüde ABD’den) ve çok taraflı baskılar altındaydı, 1990’larda küresel medya pazarının açılması Kore popüler kültürünün ihracatını kolaylaştırdı.” (Shim, 2008, s. 15). Güney Kore hükümeti, kültürel içerik üretiminin teşvik edilmesi ve ticarileştirilmesi için önemli adımlar atmaya başlamıştır. Bu durum, 1990’lı yıllardan itibaren Güney Kore yapımı dizilerin, müziklerin ve filmlerin tüketiminde hızlı bir artışa neden olmuştur. Böylece, Güney Kore medya sektöründe yerli içeriklerin popülaritesi ve etkisi hızla yükselmiştir. “1990’ların başından itibaren Kim Young Sam Başkanlığı ile (1993-1997) tecrübe edilen demokrasi ve hızlı ekonomik büyüme, 1997 yılı Asya ekonomik krizi ile Kore’nin IMF yardımı alması ile sonuçlanmıştır.” (Binark, 2019, s. 153). “2012 yılında Park Geun Hye’nin Başkan seçilişi (2012-2017) ile kültür politikasında beyaz ve kara listelerin oluşturulduğu bir döneme girilmiştir.” (aktaran Binark, 2019, s. 154). Güney Kore hükümeti, kültür endüstrisinin önemini keşfetmiş ve kültürel içeriklerin üretimini ve ticarileşmesini teşvik eden politikalar geliştirmiştir. Güney Kore hükümetinin kültür politikalarının bir amacı, Hallyu olarak bilinen Güney Kore kültürünü çeşitli içeriklerle zenginleştirmektedir. “Hükümetin ‘Sanayi devriminde geç kaldık, bilgi devrimini yakalayalım’ sloganı altında, bilgi toplumu altyapısı hızla inşa edilmiştir.” (Seok-kyung, 2021, s. 7). Bu sayede Güney Kore dijital kültürde dünyayı yakalamaya başlamıştır.

Kültürel bir fenomen olan Hallyu akımı, aynı zamanda Kore hükümetinin desteğiyle de başarısını arttırmaktadır. Hükümetin sektöre yaptığı yatırımların yanı sıra yaratıcılığı ve girişimciliği de kitleleri etkilemiştir. Hallyu’nun küresel düzeyde tanınmasına Koreli şirketlerin de katkısı olmuştur. “Koreli tüketici ürünlerinin satışı, Koreli şirketlerin ticari faaliyetlerinin teşviki ve Koreli imalat ve hizmet endüstrileri için küresel pazarlara erişimini arttırmıştır.” (Eun, 2013, s. 1561). Küresel pazarlara erişiminin sağlanmasıyla Hallyu da bir sektör haline gelmiştir. “Kore müziği (k-pop), dramalar (k-drama), filmler, moda, yemek ve güzelliğiyle büyülenen

gençler arasında çok popülerdir.” (Bok-rae, 2015, s. 154). Bu kültürel fenomen, devletin politikalarıyla bağlantılıdır. “1997 yılı, hükümetin bu yeni fenomene yaptığı yatırım ve ilerici büyümesinin başlangıcını işaret etmektedir.” (Santos & Margues, 2022, s.7). Fakat Kore yayıncılığının kontrolü, büyük oranda hükümetten sonra serbest piyasaya kaymıştır. Bu da “1991’de Kore’de yeni bir ticari televizyon sisteminin- Seul Yayın Sistemi (SBS)- doğuşunu” (Ju H. , 2010, s. 56) meydana getirmiştir.

Kore televizyon endüstrisinin gelişmesinde, devlet politikalarının yanı sıra internetin yaygınlaşması da etkili olmuştur. İnternetin yaygınlaşmasıyla birlikte, Kore hükümeti Hallyu ürünlerinin üretimini ve tüketimini teşvik etmeye başlamıştır. Kore’de “Yayıncılık internet teknolojisindeki hızlı gelişme, Kore yayıncılık endüstrisindeki televizyon kanallarının sayısının hızla artmasını sağlamıştır.” (Jeon, 2013, s. 56). Güney Kore hükümeti hem finansal destek sağlayarak hem de internetin gelişmesine katkıda bulunarak, Kore ürünlerinin uluslararası pazarlarda daha geniş bir yer edinmesini sağlamıştır. Bu sayede, Güney Kore teknoloji endüstrisi ve hükümeti sayesinde Kore ürünleri küresel pazarlarda rekabet edebilir hale gelmiştir.

Günümüzde, devlet çıkarlarının korunması sadece sert güç kullanarak sağlanamaz; aynı zamanda yumuşak güç unsurlarının da kullanılması gerekmektedir. Güney Kore’nin yumuşak güç politikası, karşı tarafa gönüllü bir şekilde ilgi uyandırmaktadır. Bu politika, k-dizileri ve k-pop gibi kültürel unsurlarla desteklenmektedir. Kore’nin bu gücü Joseph Jr. Nye’e göre “Yumuşak güç kavramı, açık tehditler veya tazminat yolları kullanmadan, kişinin kendi çekiciliğiyle başkalarını gönüllü olarak cezbetmesi anlamına gelir.” (Cho, 2020, s. 122). Böylece Güney Kore, kendi çekiciliği ve kültürel unsurları aracılığıyla diğer ülkeleri gönüllü olarak etkilemekte ve yönlendirmektedir.

Kore Dizilerinin Dünyadaki Yayılımı

Çin ile diplomatik ilişkiye giren Güney Kore ‘What is Love?’ (사랑이 뭐길래) ve ardından ‘Star In My Heart’ (별은 내 가슴에) dizilerin yayınlanmasıyla Çin halkı arasında popüler olmuştur. “Döneme damga vuran Kore dizileri 1990’larda Çinli gazeteciler tarafından “Korean Wave” (韩流) adı verilmiştir.” (Ravina, 2009, s. 4). Kore dizilerinin yayınlanmasının ardından Kore müziği, Kore dansları, Kore yemeği dönemin gençleri arasında yoğun ilgi görmüştür. Küresel Kore Dalgasının başlangıcında etkili olan “What is Love dizisi, 1997’de Çin’de yayınlanmıştır. Daha sonra yayınlanan Autumn in My Heart, Winter Sonata, Dae Jang Geum, My Love from the Star ve Descendants of the Sun” (KOFICE, s. 30) gibi dizilerde Kore Dalgasının büyümesine katkı sağlamıştır. Bu diziler, Güney Kore’nin popüler kültürünü dünya genelinde tanıtmaya yardımcı olmuştur.



Foto 1 ve 2. *Dae Jang Geum* ve *Star In My Heart* dizileri

Kore Dalgası, Çin’in ardından 2003 yılında Japonya’da ‘Winter Sonata’ (겨울 소나타) adlı dizinin gösterime girmesi ile Kore ateşini daha çok harekete geçirmiş ve gençler, dizilerin çekildiği yerlere ziyaretler gerçekleştirmiştir. “İlk aşkın kaderiyle birbirine bağlanan bir erkek ve kadının hikayesini anlatan bu dizi, Japon izleyicilerin özellikle orta yaşlı kadınların dikkatini çekmiştir.” (Lee & Ju, 2010, s.78). Korece ve Japonca altyazılı yayınlanan bu dizi geniş kitlelere ulaşmıştır. Böylece dizideki oyuncular kültürel bir fenomen haline gelmiştir. “Japon izleyiciler arasında Kore dizilerinin büyük miktarda ilgisini ve popüleritesini yeniden sağlayan, büyük hit olan Dae Jang Geum dizisidir. Japonya, Dae Jang Geum’u dört kez yayınlamıştır.” (Lee & Ju, 2010, s.79). Winter Sonata dizisinin etkisinin ardından “İlk olarak 2003’te MBC’de yayınlanan Saraydaki Mücevher’in (Daejanggeum) Hallyu’yu yeni seviyeye yükseltmiştir.” (KOCIS, 2015, s. 23). Bu dizi, oyuncu Young-Ae’nin oynadığı Sarayda, Joseon Hanedanlığı’nın Kralı Jungjong’un hükümdarlığı döneminde geçen bir dönem dramasıdır. Kralın ilk kadın doktoru olan öksüz bir mutfak aşçısının hikayesini anlatan bu dizi kısa sürede geniş kitlelere ulaşmıştır. “Saraydaki Mücevher dizisi, Kuzey Amerika ve Avrupa’nın yanı sıra Rusya, Türkiye, İsrail, Suudi Arabistan ve İran gibi dünya çapında 87’den fazla ülkede yayınlanmıştır.” (KOCIS, 2015, s. 23). Bu dizilerin konuları, Hallyu’nun dünya çapındaki popülerliğinin bir göstergesidir.



Foto 3. *Winter Sonata* dizisi

Full House, Playful Kiss, Boys Over Flowers, City Hunter gibi birçok dizi, Kore hayranları tarafından izlenmiştir. Bu diziler, Hallyu’nun daha geniş kitlelere ulaşmasına ve tanıtımına büyük katkı sağlamıştır. “2003 yılında Kore televizyon dizisi ‘Jewel in the Palace’ Asya kıtası dışındaki pazarlara ulaşan ilk program olmuştur.” (Do, 2011, s. 22). Sonuç olarak, Kore dizileri

uluslararası alanda büyük bir ilgi görmüş ve popülerliği giderek artarak Hallyu’nun en önemli unsurlarından biri haline gelmiştir.

Kore’nin bu pembe dizilerinin yanı sıra Kore’nin tarihini anlatan ve geleneksel Kore kültürünü gösteren tarihi diziler de (Sageuk / 사극) vardır. Bu tarihi diziler modern mizah anlayışına sahiptir. Diziler geleneksel ‘Hanok’ binaları ile kuşatılmıştır. Dönemin farklı sosyal tabakasına göre çeşitlilik gösteren renk ve desenlerle ‘Hanbok’ adı verilen geleneksel kıyafetler giyilmektedir. Kore dizileri, zengin çeşitliliği ve canlılığıyla, izleyicilere Kore’nin benzersiz kültürünü ve estetiğini göstermektedir. Bunun yanı sıra, oyuncuların göz alıcı görünüşleri, makyajları ve saç stilleri de bu dizilerin popülerliğini arttırmış ve hayranlarını büyülemiştir.



Foto 4. Empress Ki (Tarihi Dizi)

Güney Kore’nin popüler ve tarihsel dizileri, birçok farklı kanal aracılığıyla izleyicilere sunulmaktadır. Kore televizyon endüstrisinde SBS, KBS ve MBC gibi kanallar önemli bir yere sahiptir ve bu kanallar birçok popüler dizi yayınlamaktadır. “SM Entertainment gibi Kore’deki büyük ajanslar, YG Entertainment ve JYP Entertainment, yıldızları keşfetme, besleme ve tanıtmanın tüm alanlarını entegre etmek için sözde ‘toplam yönetim stratejisi’ oluşturmuştur.” (KOCIS, 2011, s. 38). SBS kanalı, 1990’lı yıllarda televizyon programlarını ihraç etmeye başlayan eski bir Kore kanalıdır. Bu kültürel ihracatta, MBC tarafından yayınlanan animasyonlar, diziler ve video klipler gibi çeşitli ürünler önemli rol oynamıştır. Dizilerin birden fazla dile çevrilerek yayınlanması kültürel ihracatta önemli bir yer tutmuştur. “1997 yılından 2002 yılına kadar ki sürede, yayınlanan programların ihracatı %31 ile devamlı artış olup 2002 yılındaki bu ihracat %76,8, 2003 yılında bu oran %85,7 son olarak 2004 yılında ise %91,8’e kadar ulaştığı görülmektedir.” (Türközü vd., 2014, s. 21). Bu artışta, Güney Kore hükümetinin kültürün ihracat yoluyla yayılmasını teşvik etmesinin önemi büyük olmuştur.

Kore Müziğinin Dünyadaki Yayılımı

K-pop’ın kelime anlamı Korean Pop Music (Kore Pop Müziği) anlamına gelmektedir. K-pop, Kore müziğinin farklı türlerini ve kültürel özelliklerini içerisinde barındıran bir kelimedir. Sadece şarkı sözleri ve melodilerden oluşmayıp zorlu ve gösterişli dans koreografileri, moda ve renkli kıyafetlerin birleşiminden oluşmaktadır. K-pop müzik endüstrisi, genellikle büyük gruplardan oluşan ve solo şarkıcılardan daha geniş bir görsel etki yaratan bir yapıya sahiptir. K-pop grupları, her bir üyesinin vokal, rap ve dans gibi farklı roller üstlendiği bir yapıya sahiptir. Bu gruplar, müzik performanslarının yanı sıra çeşitli görsel unsurlarla da dikkat çekmektedirler.

“Kore’deki idol yıldız sisteminin 1990’ların ortalarında SM Entertainment’tan Lee Soo-man tarafından başlatıldığı bilinmektedir.” (Doobo, 2013 , s. 14). SM Entertainment, JYP Entertainment, YG Entertainment gibi şirketler, idol üretim sistemi konusunda oldukça başarılı bir şekilde faaliyet göstermektedir.

“1992 yılında 3 genç adamdan oluşan Seo Taiji & Boys adlı grup müzik piyasasını sallamaya başlar.” (Türközü vd., 2014, s. 25). 1990’larda Kore gençleri arasında ülke çapında geniş yankı uyandıran Seo Taiji & Boys adlı grup, k-pop’un ilk nesil grubudur. Bu grup, bir vokalist ve 20 ile 25 yaşları arasında olan iki rapçiden oluşmaktadır. Bu grup, tarzlarının yanı sıra Batı müziği türlerini de sergileyerek “난 알아요” (Nan Arayo / I Know) adlı şarkısı ile şöhret kazanmıştır. Dansları ve günlük yaşama dokunan şarkılarıyla dikkatleri üzerine çekmişlerdir. Seo Taiji & Boys grubunun ortaya çıkması, rap ve dans alanlarında büyük bir popülerlik kazanmalarını sağlamıştır. Asya’da geniş bir hayran kitlesine sahip olan bu grup, pop müziğinin akışını da değiştirmiştir. Seo Taiji & Boys, Güney Kore’de ve dünya çapında geniş bir hayran kitlesine sahip olmasının yanı sıra, diğer K-pop gruplarının da yolunu açmıştır.



Foto 5. K-pop’un ilk nesil grubu (Seo Taiji & Boys)

Şirketler tarafından bu süreçte idolleri eğitebilecekleri ve hayranlara gösterebilecekleri bir platform kurulmuştur. “1995 yılında girişimci Lee Soo Man Kore’nin en büyük yetenek ajansını yani SM Entertainment’ı kurmuştur ardından YG Entertainment, JYP Entertainment kurularak ses, dans oyunculuk gibi eğitimler verilerek idol üretmişlerdir.” (Türközü vd., 2014, s. 25). K-pop endüstrisi içinde yer alan şirketler, piyasayı etkileme konusunda oldukça güçlüdür. Bu şirketler, k-pop gruplarının çıkış yapmasını sağlamak için çok çeşitli pazarlama stratejileri kullanmaktadır. Bunlar arasında reklam kampanyaları, sosyal medya pazarlaması, reality show’lara katılım ve konserler gibi etkinlikler yer almaktadır.

H.O.T, Kore’de ilk çıkış yapan erkek idol grubudur ve ardından SHINWHA, G.D.O gibi gruplar piyasaya çıkmıştır. “Küresel bir dalga’nın parçası olan k-pop Asya’dan sonra Amerika ve Avrupa’nın birçok bölgesinde de hızla yayılmaya başlamıştır. Japonya’nın Oricon isimli şarkıyla müzik listesine giren ve albümü çokça satan BoA olmuştur.” (Türközü vd., 2014, s. 26). Daha sonra SUPER JUNIOR, BIGBANG, SS501, 4MINUTE, GIRLS GENERATION, KARA, 2NE1 gibi yeni idol grupları daha sonra ortaya çıkmıştır. Grupların çoğu rock, rap ve hip-hop gibi müzik türlerini içinde barındırmaktadır. K-pop gruplarının ve müziklerinin özellikleri arasında akılda kalıcı melodiler, renkli kıyafetler, danslar, canlı müzik videoları ve uluslararası hayranlara hitap etmek için İngilizce kelimelerin kullanılması yer almaktadır. Böylece Kore müziği “K-pop müzik pazarlama ve promosyonu, besteler, aranjmanlar, koreografi ve moda koordinasyonu gibi

faktörlerin entegre bir yönetim sistemi altında planlandığı ve yönetildiği bir müzik endüstrisi türüdür.” (KOCIS, 2011, s. 38).



Foto 6 ve 7. Girls Generation ve Super Junior Grupları

PSY’nin “Gangnam Style” şarkısı, 2010’ların sonlarında dünya genelinde büyük bir etki yaratan ve milyonlarca insanın beğenisini kazanan bir müzik videosudur. Piyasaya sürülen şarkı ve video klip, Güney Koreli sanatçının en popüler çalışmalarından biri oldu. “Aralık 2012’de ise PSY’nin Gangnam Style Youtube’da 1 milyar kez izlenen video olmuştur.” (Türküzü vd., 2014, s. 27). Bu şarkı, küresel bir başarı elde ederek Hallyu akımının popüler kültür düzeninde yeni bir yer edinmesine ve Kore müzik endüstrisinin gelişmesine katkı sağlamıştır.

Türkiye’de Hallyu Akımı ve Hayranları

Türkiye, Kore dizilerini ve müziklerini takip eden önemli ülkeler arasında yer almaktadır. TRT kanalında ilk defa 2005 yılında ‘Emperor of The Sea’ adlı Güney Kore tarihi dizisi, ‘Denizler İmparatoru’ adıyla Türkçeye çevrilerek yayınlanmıştır. Benzer şekilde, TRT’de 2006’da yayınlanan Princess Hours adlı dizi Türkçeye ‘Düşlerimin Prensi’ adı ile çevrilmiştir. Bu dizi gençlerin ilgisini çekmiş ve gençler Güney Kore dizilerine büyük ilgi duymaya başlamıştır. “YouTube ve Facebook gibi diğer SNS hizmetleri, Kore kültürel içeriğinin Türkiye’de ve Avrupa’nın diğer bölgelerinde yayılmasında çok önemli bir rol oynamıştır.” (Oh ve Chae, 2013, s.86). “Kore popüler kültürü ve Kore’ye olan merak ve ilgileri, ilk Kore dizileri Emperor of the Sea ve All In’i izledikten hemen sonra doğdu ve Türk izleyicilere k-pop müziğini ve Kore balad müziğini tanıtan Kim Bum Soo’nun seslendirdiği ‘You go away’ adlı OST şarkısıdır.” (Oh ve Chae, 2013, s.86). Bu şarkı, Türk izleyicileri üzerinde etkili olmuş ve Kore müziğine olan ilginin artmasında önemli bir rol oynamıştır. Şarkının Türkçe sözleri tam olarak anlaşılmasa da dinleyicileri etkilemiştir. Böylece bu şarkı, Türk izleyicilerin Kore kültürüne olan meraklarını artırmış ve daha fazla Kore müziği keşfetmelerine neden olmuştur.

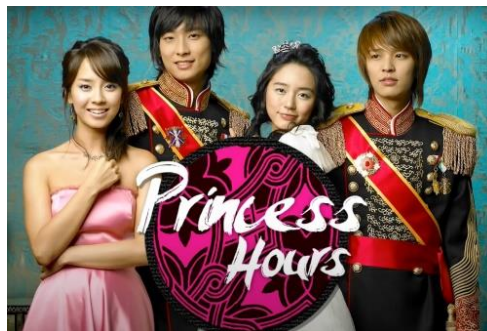


Foto 8. Princess Hours Dizisi

Televizyon kanallarında daha fazla Güney Kore dizisi gösterilmesini isteyen gençler, çeşitli kampanyalar düzenleyerek taleplerini dile getirmişlerdir. Türk gençlerin bu çabaları sonucunda TRT kanalı, Saraydaki Mücevher (The Great Jang-Geum), Sarayın Rüzgârı (Yi- Son), Muhteşem Kraliçe (The Great Queen Sean Deok), Sarayın İncisi (Dong Ji), Savaşçı (Warrior Beak Dong Soo), Yaban Gülü (Boys Over Flowers) adlı dizileri yayınlamıştır. Yaban Gülü ve Playfull Kiss adlı Kore dizileri, Türkiye’deki gençler arasında en çok ilgi gören ve merakla takip edilen diziler arasında yer almaktadır. Bu dizileri takip eden gençler, internet ve YouTube gibi platformlardan dizileri izlemekle kalmamış, aynı zamanda Facebook, Instagram gibi sosyal medya mecralarında sevdikleri Kore pop müziklerini dinlemiş, Fandom’lar¹ oluşturarak bias’larını² belirlemiş ve ünlülerin fotoğraflarını ve sözlerini sosyal medya mecralarında paylaşmışlardır. Bu şekilde gençlerin Güney Kore kültürüne olan ilgisi daha da artmıştır ve Güney Kore dizilerinin dünya genelindeki popülaritesi, diğer televizyon kanallarının da bu fırsatı değerlendirmesine neden olmuştur. Bu ilgiyi artıran diğer etkenler ise Türkiye’nin Kore Savaşı’na asker göndermesi ve 2002 Dünya Kupası’nda Güney Kore ile oynanan üçüncülük/dördüncülük maçlarıdır. Bu etkenler, Türkiye ve Güney Kore arasında karşılıklı ilgiyi artırmış ve iki ülkenin insanları arasında bir saygı bağı oluşturmuştur. Ayrıca, TV ve sosyal medya araçları gibi kitlelerin beğeni yargılarını etkileyen popüler kültür unsurları da bu ilgiyi artıran etkenler arasında yer almaktadır.

Bu araştırmada, araştırmanın sonuçlarını daha iyi anlamak amacıyla Hallyu’nun küresel etkisini inceleyen bir dizi çalışma gözden geçirilerek Hallyu dalgasıyla ilgili yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

Asa (2019) yapmış olduğu çalışmada; Güney Kore dizilerini İmam Hatip Lisesi öğrencileri üzerinde incelemiş ve Hallyu’nun gündelik hayatta gençler üzerinde etkisi olduğunu tespit etmiştir. Asa’nın çalışmasında, Kore dizilerinin içeriğinde İslami değerlere aykırı unsurlar bulunduğu ve duygu pazarlamacılığıyla Müslüman gençlerin bağımlılıklarının kolaylaştırıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Keskin (2021) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada; k-pop gruplarından biri olan BTS üzerine bir çalışma yapılmıştır. Araştırmada, k-pop yıldızlarının ‘Soft Masculinity’ olarak sunulması ve tatlı-şirin çocuk imajının hayranları cezbediği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda BTS grubunun, gençlere zor günlerinde verdiği pozitif mesajlar, müziği dinlemelerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Zhanadilova (2019) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada; gençlerin niçin k-pop dinlediklerini incelemiş ve k-pop dinleyen gençlerin günlük yaşamlarını nasıl etkilediğini araştırmıştır. Çalışma, k-pop idollerinin tarzlarının farklı olması ve bu tarzlarını değiştirmeleri, farklı konularda şarkılar söylemelerine vurgu yapmıştır.

Macit’in (2018) gerçekleştirmiş olduğu bir çalışmada; Güney Kore dizileri, az şiddet içermesi, romantik aşkın etkileyici şekilde yansıtılması, oyuncuların cazip dış görünüşleri ve ahlaki

¹İnsanların gönüllü olarak belirli bir ünlüyü veya türü seçtiği ve belirli bir ‘kabul’ kültürü oluşturmak için bir araya geldiği fenomeni ifade eder. Ortak bir ilgiyi paylaşan bu fenomenler, diğer kişilerle empati ve dostluk duygusu kurmakta ve bir hayran alt kültürünü oluşturmaktadır.

² Hayranların en sevdikleri ünlülere verdikleri isim.

değerlere önem verilmesi gibi özellikleriyle bağımlılık yaratan yapımlar arasında yer almaktadır.

YÖNTEM

Sosyal dünyanın karmaşık yapısını daha kapsamlı ve geniş bir şekilde anlayabilmek ve yorumlayabilmek için nitel yöntemin bize sunduğu zenginliklere ihtiyaç duyulmaktadır. “Sosyal gerçekliği bireylerin meydana getirdiği bir gerçeklik olarak kavrayan düşüncenin temelinde, bizlere çeşitli ve ayrıntılı bilgi sunabilecek yöntem nitel veridir.” (Kümbetoğlu, 2017, s. 43). Sosyal ilişkileri sadece survey ve istatistiksel verilere dayanarak yorumlamak ve derinlemesine anlamak yeterli olmadığından, nitel araştırma yöntemine ihtiyaç duyulmaktadır. “Nitel araştırmada oluşturan veriler üç farklı şekilde ele alınabilir: Birincisi; araştırmanın içinde yer alan sosyal, kültürel, demografik ve fiziksel özelliği ele alan çevresel veriler, ikicisi; araştırmanın ilerleyen aşamasında karşılaşılan olaylar ve ilişkilerin araştırmaya olan tesirini gösteren süreçle ilgili veriler, üçüncüsü; araştırılan grubun hakkında olabildiği gibi, araştırma grubun ilerleyen süreç hakkında düşündüklerine bağlı algılara ilişkin verilerdir.” (Kümbetoğlu, 2017, s. 43). Tüm bu veriler, araştırmanın amacına ve araştırmacının sorularına göre yorumlanabilir. Veriler, araştırmacının hipotezlerini doğrulayabilir veya yanlışlayabilir ve araştırmanın sonuçlarına ilişkin önerilerde bulunmak için kullanılabilir.

Nitel araştırma, insan davranışlarının ve kültürlerinin karmaşıklığını anlamak ve gerçekliğe yüklenen anlamları keşfetmek için kullanılan bir araştırma yöntemidir. Bu yöntem, insanların ve kültürlerin derinlemesine incelenmesiyle gerçekleştirilir ve daha kapsamlı bir anlayış sunar. “Gerçekliğin bütüncül bir biçimde kavranması için insanlar arasındaki ilişkileri, süreçleri, bağları ortaya çıkarıcı olmalıdır.” (Kümbetoğlu, 2017, s. 47). Bir araştırmacı, belirli durumlarda bireylerin başkalarıyla ilişkilerinde nasıl düşündüklerini ve davrandıklarını anlamak için nitel araştırma yöntemlerine başvurabilir. Nitel yöntemler, bireyleri anlamak için farklı teknikler kullanarak, derinlemesine görüşmeler, gözlem ve belge analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerini içermektedir. Bu yöntemler aracılığıyla elde edilen veriler, araştırmacıların bireylerin davranışları ve düşünceleri hakkında daha kapsamlı bir anlayışa sahip olmalarını sağlamaktadır.

Araştırmacı, bireylerin farklı kültürlerde ve ailelerde nasıl yaşadıklarını keşfeder ve insan eylemlerine ve toplumsal olaylara yüklediği anlamları anlamaya çalışır. Sosyal bilimsel araştırmanın amaçlarından biri, bu farklı kültür ve çeşitliliğin altında yatan anlamı araştırmaktır. Başka bir deyişle, insanların iç dünyasını anlamaktır. Bu amaç doğrultusunda, sosyal bilimciler akademik araştırmalar yaparak insan davranışlarının ve toplumsal yapıların arkasındaki nedenleri ve düşünceleri keşfetmek için çeşitli araştırma yöntemlerini kullanırlar. Bu çalışmalar sayesinde, farklı kültürler ve toplumlar hakkında daha derin bir anlayış elde edilir. Şöyle ki “Nitel araştırma, insanların deneyimlerini olduğu gibi tanımlamayı ve açıklamayı amaçlamaktadır. Araştırmacılar da bu sürecin sonunda yorumlarına kanıt olması için veri toplamaktadırlar.” (Salı, 2018, s. 142). Bu çalışma, nitel araştırma yöntemi kullanarak, Hallyu hayranlarının deneyimlerini doğru bir şekilde tanımlamayı ve açıklamayı amaçlamaktadır. Çalışmada, nitel tekniklerden biri olan katılımcı gözlem ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Görüşme yapılan kişiler amaçlı ve kartopu örnekleme teknikleriyle belirlenmiştir. “Kartopu örnekleme; özellikle nadir görülen durumları incelemede bu özellikte bir bireyle temas kurulmasının ardından, bu bireyin yardımıyla diğer bir bireyle görüşüp

zincirleme olarak örnekleme oluşturma işlemidir.” (Kılıç, 2013). Bu örneklemlerin kullanılmasının ana nedeni zengin veriler elde edebilmektir. Bu bağlamda, 18-27 yaş arasındaki kadın hayranlar arasından üniversite öğrencisi veya üniversite mezunu olan kişiler görüşmeciler olarak seçilmiştir. Görüşmeciler, kartopu örnekleme kullanılarak belirlenmiştir. Kartopu örnekleme yapmak isteyen bir gözlemci, araştırdığı konu hakkında en çok bilgiye sahip olan kişiye “Araştırılan bu konu hakkında en çok bilen kişi kimdir? Görüşmeye başlanacak kişiler kimlerdir? (Uwe, 2009) bu soruları sormaya başlar. Bu yöntem aracılığıyla, araştırmayı yürüten kişi, görüşmeleri gerçekleştireceği diğer kişileri belirler ve bu kişilere yönelteceği sorularla verileri toplar. Böylece önerilen kişilere ulaşarak görüşmeler devam ettikçe, veri toplama işlemi tamamlanır. Buradan hareketle bu çalışmada, kartopu örnekleme yöntemiyle görüşmeciler belirlenirken ilk olarak arkadaş çevresi referans alınmıştır. Ardından, kartopu örnekleme kullanılarak tavsiye edilen kişilerle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşme sırasında soruların unutulmaması için ana başlıklı sorular çıkartılmış ve görüşme formu hazırlanmıştır. Akabinde her bireyin yaşamış olduğu deneyimler, farklı yaşam tarzlarına ve farklı bakış açılarına sahip olduğu dikkate alınarak derinlemesine görüşme tekniği uygulanmıştır. “Derinlemesine görüşme, araştırılan konunun bütün boyutlarını kapsayan, daha çok uçlu sorular sorulduğu ve detaylı cevapların alınmasına imkan veren, yüz yüze, birebir görüşülecek bilgi toplanmasına imkan veren bir veri toplama tekniğidir. Karşısındaki kişinin duygu, bilgi, tecrübe ve gözlemlerine görüşme yoluyla ulaşılır.” (Tekin, 2012). Bu teknik, katılımcıların deneyimleri hakkında ayrıntılı ve kapsamlı bilgi sağlamak için tasarlanmıştır. Bu çalışmada, derinlemesine görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Verilerin doğru ve eksiksiz olması için görüşme sırasında katılımcılardan ses kaydı alınmıştır. Görüşmeler sonrasında, bu ses kayıtları analiz edilmiştir.

Araştırmanın Amacı

Kore Dalgası, dünya genelinde hızla yayılan bir fenomen haline gelmiştir. Son yıllarda Türkiye’de de gözle görülür şekilde artan Hallyu hayranları, 21. yüzyılda Kore dizilerinin ve müziğinin küresel başarısıyla ortak bir deneyim yaşamaktadır. Kore Dalgası, Asyalı hayranlar üzerinde uzun süredir etkisi olan bir kültürel harekettir. Ancak son yıllarda, bu hareket Batı dünyasında ve birçok ülkede popüler hale gelmiştir. Bu makale, bu kültürel hareketin neden Batı’yı fethettiğini ve yerel -Asya ülkeleri- olarak görülen bir şeyin nasıl sınırlarını aşmış hayran kitlelerini nasıl etkilediğini, Türkiye bağlamında Kayseri örneği üzerinden keşfetmektedir.

Buradan hareketle, Güney Kore’nin dizilerini izleyen ve müziklerini dinleyen 18-27 yaşında Kayserili kadın hayranlar üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Bu yaş aralığında, Güney Kore dizilerinde ve müziklerinde gençleri etkileyen faktörlerin neler olduğu anlaşılmasına çalışılmıştır. Ayrıca, gençlerin Kore dizilerini izlemeye ve müziklerini dinlemeye iten faktörler de ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmanın temel amacı, Kayseri’de Hallyu akımının popüleritesinin nedenlerini anlamak ve kültürel etkilerini incelemektir. Bu çalışma, Güney Kore popüler kültürünün nasıl küresel bir hit haline geldiğini ve diğer popüler kültür türlerinden nasıl ayrıldığını araştırmayı amaçlamaktadır. Bu araştırma sayesinde, Kore popüler kültürünün başarısının altında yatan nedenler keşfedilerek Kore müziği ve dizilerinin diğer türlerden ne kadar farklı olduğu ortaya konulmuştur.

Araştırmanın Önemi

Hallyu olarak bilinen Kore Dalgası, dünya genelinde büyük kitlelere ulaşmıştır ve bu yayılıştta internet ve sosyal medyanın büyük bir rolü vardır. Sosyal ağlar sayesinde küresel bir gençlik alt kültürü ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, Hallyu genellikle genç hayranlardan oluşan geniş bir kitleye sahiptir. Her ülkeye göre farklı yayılma biçimleri ve ülkelere farklı etkisi bulunmaktadır. Bu kapsamda bu çalışma Kayseri’deki hayranlar üzerinde yapılmış ve Kayserili hayranların Kore dizilerini izleme ve müziklerini dinleme nedenleri ortaya çıkarılmıştır. Kayseri’de daha önce yapılmamış bir çalışma olup bu alandaki eksikliğin giderilmesine yönelik katkı sağlayacaktır.

Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Araştırmada görüşme formunu uygulayabilmek için (Tarih: 31/05/2022, Sayı:229) etik kurulundan gerekli izinler alınmıştır. İzin alındıktan sonra Haziran – Eylül aylarında görüşmelere başlanmıştır. Araştırmanın örnekleme yöntemi, yakın arkadaş çevreden başlayıp kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. Bu yöntemle araştırmaya katılacak 11 kişiye ulaşılmıştır. Bu araştırmanın hedef kitlesi, 18-27 yaş aralığındaki kadın hayranlar olup, yarı yapılandırılmış görüşme soruları kullanılarak veri toplanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları, araştırmacının belirli bir konuda belli bir çerçevede yönelttiği sorulardan oluşmakta ve katılımcıların serbestçe cevaplamasına izin vermektedir. Bu yöntem, araştırmacının belirli bir konu hakkında derinlemesine anlayış sağlamasına ve katılımcıların düşüncelerini daha ayrıntılı bir şekilde açıklamasına olanak tanımaktadır. Elde edilen veriler, bu yöntemle analiz edilir ve sonuçlar belirlenir. Bu çalışmanın odak noktası, k-pop ve k-diziler üzerinedir. Bu kapsamda, araştırmanın hedef kitlesi olan 18-27 yaş aralığındaki kadın görüşmecilere yönelik olarak yarı yapılandırılmış görüşme soruları kullanılmıştır. Soruların sıralaması ise öncelikle k-pop, daha sonra da k-diziler olarak belirlenmiştir.

Fakat bu çalışmada, hayranları k-pop ve k-dramaları neden izlediklerini, onları diğer dizilerden ve müziklerden farklı kılan hususların ne olduğu sorusu ön planda tutulmuştur. Görüşmede verilerin unutulmaması için görüşme yapılan kişilerden ses kaydı için izin alınmıştır ve ses kayıtları analiz edilmiştir. Görüşmecilerin isimlerinin baş harfi kodlanmış ve görüşmecilerin yaşları bu çalışmada belirtilmiştir. Toplanan veriler, betimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. “Bu analiz türünde araştırmacı görüştüğü ya da gözlemiş olduğu bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verebilmektedir. “Bu analiz türünde temel amaç elde edilmiş olan bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır.” (aktaran Özdemir, 2010, s. 336). Bu yöntem, araştırma sonuçlarının daha anlaşılır ve etkili bir şekilde aktarılmasına katkı sağlamaktadır.

Araştırma Problemi

“Kayseri’deki Kore fanlarının neden Kore müziği dinlediği ve neden Kore dizisi izlediği” araştırmanın problemini oluşturmaktadır. Bu bağlamsal çerçeveyi açık bir biçimde ortaya koyabilmek için ise araştırmada cevap aradığımız ana sorular aşağıda belirtilmiştir.

1) Kore dizilerine ve Kore müziklerine nasıl ulaştınız?

- 2) Kore dizilerinin hangi özellikleri gençlerin ilgisini çekmekte ve gençler için ne anlam ifade etmektedir?
- 3) Kore müziğinin hangi özellikleri gençlerin ilgisini çekmekte ve gençler için ne anlam ifade etmektedir?
- 4) Kore Dalgasının başarısının ardındaki faktörler nelerdir?

Araştırmanın Evreni, Örnekleme ve Sınırlılıkları

“Nitel araştırmada sosyal gerçekliği nicel gibi genelleme amacıyla incelenmediğinden, araştırmacılar verileri derleyebileceği modeller üzerinde çalışırlar.” (Kümbetoğlu, 2017, s. 97). “Nitel araştırmada örneklem ise, kesin ve belirlenmiş seçme tekniklerinden farklı olarak esnek biçimde belirlenir.” (Kümbetoğlu, 2017, s. 97). Bu bağlamda araştırmanın evrenini, Kayseri’deki 18 yaş üstü kadın hayranlar oluşturmaktadır. Bu araştırmanın örnekleme ise, Kayseri’de yaşayan Kore hayranlarıdır. Araştırmanın yürütücüsü olarak ben de Hallyu dünyasının içinde yer almaktayım. Bu nedenle görüşme yapılan kişilere arkadaş çevremden ve sosyal medya üzerinden ulaşılmıştır. Kore dizisi izleyen ve k-pop dinleyen, farklı zamanlarda 11 kadın hayranla görüşülmüştür. Görüşmeciler farklı bölümlerde okuyan üniversite öğrencileri ve mezunlarından oluşan 18-27 yaş aralığındaki kadınlardan oluşmaktadır. Görüşme, hayranların kendilerini rahat hissedebileceği samimi sohbet tarzında bir ortamda gerçekleştirilmiştir. Böylece görüşmelerden, hayranların k-dizi ve k-pop hakkındaki fikirleri, tercihleri ve deneyimleri hakkında sonuçlar elde edilmiştir.

BULGULAR

Kültür, bir toplumun bireylerinin sahip oldukları yaşama biçimleri, inançları, gelenekleri, değerleri gibi çeşitli unsurları kapsar. Bu unsurlar, toplumdaki insanların neyi önemsediklerini, nasıl düşündüklerini, davrandıklarını, yaratıcılık gösterdiklerini ve birbirleriyle nasıl etkileşim kurduklarını belirler. Bu nedenle kültür, bir toplumda insanların yaşamlarını etkileyen temel bir unsurdur. Kültür, insanların kavrayış ve deneyimlerine dayanarak oluşur ve günlük hayatta kabul ettiğimiz normları ve yaşadığımız deneyimleri belirler. Bu normlar ve deneyimler, insanların neyi önemsediklerini, nasıl düşündüklerini, davrandıklarını ve birbirleriyle nasıl etkileşim kurduklarını belirleyen önemli faktörlerdir. Kültür, insanların günlük hayatta karşılaştığı durumları anlama ve yorumlama biçimlerini şekillendirir. Bu nedenle kültürün yorumlanması ve anlaşılması kişisel perspektiflere bağlı olarak farklılık gösterir. “Frans Boas’a göre; her birimizin taktığı bir ‘kültürel gözlük’ benzetmesini önerir.” (Gökalp, 2011, s. 31). Kültür, insanların dünyayı anlaması ve yorumlaması için kullandığı bir araçtır. Bireylerin dünyayı algılama ve yorumlama biçimleri, onların sahip oldukları kültürel bakış açılarına bağlıdır. Bu nedenle kültür, bireylerin kendilerini ifade etmeleri ve davranışlarını şekillendirmeleri için son derece önemlidir. Herkesin benzersiz bir kültürel perspektifi vardır ve bu perspektif, insanların dünyayı anlama ve etkileşim kurma biçimlerini belirler.

Küreselleşmenin artmasıyla birlikte ‘Küresel Kültür’ kavramı önem kazanmıştır. Bu kavram, farklı toplumlar arasında kabul edilen, paylaşılan ve yayılan kültürel öğeleri ifade eder. Müzik, moda ve film gibi kültürel öğeler küresel kültürün bir parçasıdır. Farklı kültürlerin birbirleriyle etkileşimi, kültürel çeşitliliği artıran ve kültürel zenginliği destekleyen önemli bir olgudur. Her kültür, kendine özgü bir bakış açısı ve değerler sistemiyle kültürel alanda yer almaktadır ve bu kültürler arasındaki etkileşimler karşılıklıdır. Bu karşılıklı etkileşimler, kültürlerin birbirlerini

etkilemesine ve birbirlerinden öğrenmesine olanak tanımaktadır. Bu nedenle, kültürler arasındaki bu etkileşimler, kültürlerin gelişimine ve zenginleşmesine katkıda bulunmaktadır.

Küreselleşme, teknolojinin ilerlemesi ve iletişim araçlarının yaygınlaşması sonucu dünya genelinde bir kültürel ve ekonomik birleşmeyi beraberinde getirmiştir. Bu kültürel birleşme, bazı kültürel öğelerin yaygınlaşmasına ve benzer davranış biçimleri sergilenmesine neden olmaktadır. “Hemen hemen bütün toplumların benzer davranış biçimleri sergilemeleri, küreselleşme ve çok uluslu kapitalizmin varlığının bir sonucu olarak görülebilir.” (Karakoç, 2009, s. 101). Küreselleşme, dünya çapında iletişim, iş birliği ve ticaretin artması anlamına gelirken, çok uluslu kapitalizmde şirketlerin küresel piyasalarda faaliyet göstermesini ve dünya genelinde hakimiyet kurmasını ifade eder. Bu durum farklı toplumların, benzer tüketim alışkanlıkları, yaşam tarzları ve davranış biçimleri geliştirmesine neden olmaktadır.

Artan küresel akışlarla dünya bir bütünleşme eğilimindedir. Dünya, Marshall McLuhan’ın deyimiyle ‘Küresel Köy’ haline gelmiştir. Bu kavram, dünya nüfusunun birbirleriyle çok daha yakın bir şekilde etkileşim kurduğunu, kültürlerin birbirlerini etkilediğini ve dünya genelinde ortak bir kültür oluştuğunu ifade etmektedir. Küreselleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan küresel köy kavramının gerçekleşmesinde, medyanın katkısı büyük bir öneme sahiptir. Medya, teknolojik gelişmeler sayesinde haber, bilgi ve kültürün hızlı ve kolay bir şekilde dünya çapında yayılmasını sağlamıştır. Böylece medya, dünya genelindeki kültürel etkileşimleri hızlandırmakta ve geniş kitlelere yaymaktadır. Günümüzde, insanlar dünya genelindeki olaylardan haberdar olmak ve diğer kültürlerle etkileşime geçmek için internet, televizyon ve diğer medya araçlarını kullanmaktadırlar.

“Kitleselel medyanın modern toplumdaki verimliliğinin en dikkat çekici özelliklerinden birisi onun dünyadaki milyonlarca kişinin aynı kültürel ürünleri tecrübe etmesine izin vermesidir.” (Edles, 2005, s. 81). Kitleselel medya, kültürel ürünlerin yaygın olarak tüketilmesi yoluyla dünya çapında bir bütünleşme eğilimi yaratmaktadır. Farklı kültürlerden insanlar arasında etkileşimler ve ortak deneyimler yaşandıkça, benzerliklerin arttığı ve farklılıkların azaldığı bir kültürel zemin oluşmaktadır. Gençler, kitleselel medya araçlarına daha çok maruz kaldıklarında, bu araçlar tarafından etkilenme olasılıkları daha yüksektir. Bu etkiler, gençler arasında benzer kültürel değerlerin oluşmasına sebep olmaktadır. “Bir endüstri toplumunda yaşadığımız için, bütün kaynaklarımız gibi, popüler kültürümüzde endüstrileşmiş bir kültürdür.” (Fiske, 1999, s. 40). Bu kültür, kültür endüstrisi olarak adlandırılan bir sektör tarafından üretilip pazarlanmaktadır. Televizyon, sinema, müzik, moda ve diğer popüler medya araçları, günümüzde kültürün önemli bir parçası haline gelmiştir. Bu medya araçları, halkın ilgisini çekecek içerikler üreterek, onların kültürel tüketim talebini karşılamaktadır. Kapitalist toplumun özelliklerinden biri, insanların tüketici olarak kabul edilmesidir. Bu toplumda insanlar, maddi ve kültürel ihtiyaçlarını karşılamak için çeşitli ürünlere yönelmektedirler. İnsanlar, kolaylıkla erişebilecekleri ürünler sayesinde ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Dolayısıyla, tüketim toplumunda, herkes bir tüketici olarak kabul edilmektedir. Teknolojinin hızlı gelişimi ve internetin yaygınlaşması, tüketicilere her türlü içeriğe erişebilme imkanı sağlamıştır. Kapitalist tüketim toplumu, kültürel içeriğin sunulması, tüketilmesi ve dağıtılması konusunda önemli değişikliklere yol açmıştır.

Kültür endüstrisi, bireylerin tüketim davranışlarını etkileyen ve değiştiren bir faktördür. Bu endüstri, tüketicilerin belirli bir kültürel kimlik ve tarz benimsemelerini hedefler. Bu, insanların

özellikle eğlence, sanat ve medya alanlarında tüketim alışkanlıklarını etkileyen önemli bir faktördür. Kültür endüstrisi, insanların tüketim tercihleri ve yaşam tarzlarını belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. Endüstri ürünlerinin çekiciliği, insanların belirli bir ürüne yönelmeleri ve satın almaları konusunda etkilidir. Bu etki, insanların alışveriş alışkanlıklarını, tutumlarını ve davranışlarını değiştirmektedir.

Kültür endüstrisi, farklı toplumsal sınıflar arasında farklı anlamlar taşıyan ürünler sunarak, bireyleri belirli bir sınıfa yönlendirmektedir. Bu ürünler, toplumsal sınıfın kültürel değerleri ve normlarına uygun olarak tasarlanabilmektedir. Kültür endüstrisinin etkisi tamamen belirli bir sınıfın tercihleriyle sınırlı değildir. Herkesin belirli bir tüketim tercihi vardır ve kültür endüstrisi, farklı kesimlerin ilgisini çekebilecek ürünler sunarak geniş bir kitleye hitap etmektedir. Sonuç olarak, kültür endüstrisi, bireylerin tüketim tercihlerini ve yaşam tarzlarını şekillendirmede önemli bir role sahiptir. Ancak, bireylerin kendi tercihlerine ve seçimlerine göre kültür endüstrisinin etkisi farklılık gösterir ve tamamen belirli bir sınıfa yönelik değildir. Kültür endüstrisi, bireylerin kişisel ilgi ve tercihlerine göre farklılık gösteren kültürel seçimlerini etkileyebilir ve dolayısıyla her birey için farklı bir etki yaratabilir. Bu durum, kültür endüstrisinin geniş kitleler tarafından benimsenmesine ve popüler kültürün oluşumuna katkı sağlamaktadır.

Kore Dizileri (K-dizi)

Bu makalede, k-pop ve k-drama hayranlarının bu kültüre neden dahil olduğu ve k-pop ve k-dizilerinin diğer kültürel ürünlerden farklılaşan özellikleri anlaşılmış ve açıklanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda ise Hallyu akımı nasıl bu kadar geniş bir hayran kitlesine ulaşmayı başardı? Hallyu kültürüne neden ilgi duyulmaktadır? sorularına cevap aranmıştır.

Bu bölümde “Kore dizilerine ve Kore müziklerine nasıl ulaştınız?” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki gibidir.

“Genellikle internetten, önceden Koreantürk vardı. Ondan sonra nereden bulsam izliyorum. İngilizce altı yazılı bulsam da izliyorum” (Ş, 26 yaş).

“İnternet sitelerinden izliyorum. Koreantürk, Asya fanatik gibi sitelerden” (E, 25 yaş).

“O zamanlar Dream Tv de k-pop zamanı vardı oradan dinlerdim. Asya.com siteleri var oradan izlerdim hep sonra Netflix’te yayınlanmaya başlayınca oradan izledim” (F, 28 yaş).

Güney Kore dizilerini takip etmek isteyen hayranlar, aktif bir şekilde internet sitelerini kullanmaktadır. Başlıca izledikleri siteler; Koreantürk, Asyafanatik ve Netflix’dir. Dijitalleşmenin artması ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, insanlar, artık film ve dizi izlemek için çevrimiçi platformları tercih etmektedir. “Kore dramalarının uluslararası popüleritesi, 2000’li yıllarda video akışı web sitelerinin ve sosyal ağların ortaya çıkmasından bu yana daha yüksek bir seviyeye geçmiştir.” (Culture, 2011, s. 38). İnternet kullanımı, hayranların düşünme ve izleme şekillerinde önemli değişikliklere neden olmakta, tüketim ve paylaşım şekillerinde köklü bir değişime yol açmaktadır. Artık insanlar, filmleri, dizileri, müzikleri ve diğer kültürel ürünleri çevrimiçi platformlardan izleyip paylaşabilmektedirler. Bunun yanı sıra, internet sayesinde insanlar, özellikle de hayranlar, daha önce ulaşılmaz olan içeriklere kolayca erişebilir hale gelmiştir. Bu durum, kültürel ürünlerin tüketim ve paylaşımının artışına yol

açmaktadır. Böylece, internet, televizyon, Netflix gibi platformlar coğrafya ve dil sınırlarını aşarak hayranlarına yeni bir sosyal deneyim sunmaktadır. Bu sayede insanlar farklı kültürleri, dilleri ve yaşam tarzlarını keşfederek birbirlerini daha iyi anlayabilir ve bu bilgileri paylaşarak kültürlerarası etkileşimi artırabilirler.

Bu bölümde hayranlara, “Neden Kore dizilerini tercih ettikleri, neden bu kadar Kore dizilerine bağımlı oldukları ve Kore dizilerini diğer dizilerden farklı yapan şeyin ne olduğu” hakkında sorular sorulmuştur.

“ABD dizisi ya da bizim dizilerin bana göre onların bir farkı yok. Aynı tip insanlar aynı kıyafetler, saç şekilleri, makyaj yapımları hep aynı. Ama o tarafa döndüğüm zaman orada başka bir dünya var. Avrupa ve Amerika’daki insanlarda gelenek yok bir kalıp yok ne bir kıyafet ne de bir yemek ya da davranış şekli olsun, ama Koreliler öyle değil, Korelilerde belli bir kıyafet var, belli bir ev var, (belirli bir sembolleri var), hepsi Noodle, Bibimbap, Kimchi yiyor. Orada belli kendine has özelliği var. Burada yok. Daha renkli geliyor çünkü; Modern ve gelenek bir araya karışmış evleri. Çok hoşuma gidiyor. Evleri modern hale getirip sana gösteriyorlar. Bambaşka bir dünya çünkü hiç orayı görmemişsin. Batı sana yabancı gelmiyor, biliyorsun, tanıyorsun. Ama Kore’nin konuşma şekli bambaşka, davranış şekli tonlaması bile bambaşka” (E, 24 yaş).

Dizilerde gösterilen kültürler, o ülkenin değerlerini yansıtır ve o kültür hakkında düşünme fırsatı verir. Batı kültürü ve Amerikan kültürü birçok izleyici için tanıdık olabilir, fakat Güney Kore kültürü farklı bir dünya sunmaktadır. Güney Kore’nin mimari yapıları, kıyafetleri, yemekleri ve davranışları birçok ülkeye göre farklılık göstermektedir. “Aşk hikayelerinin geçtiği ortam, nefes kesen manzarası, lüks evleri, şık kıyafetleri ve muhteşem meslekleri ile Kore toplumundaki tüm sınıf farklılıklarını ve sosyal ilişkileri homojenleştirmeye ve gerçek dışı bir şehir gösterisi varlığı yaratmaya çalışır.” (Mee, 2005, s. 7). Kore dizileri, modern ve geleneksel unsurların bir arada var olduğu ortamlarda romantik aşk hikayelerini anlatarak izleyicileri etkilemektedir. Kore dizilerinde sıklıkla kullanılan gösterişli unsurlar arasında lüks evler, şık kıyafetler ve dikkat çekici meslekler gibi unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar, dizilerin görsel olarak daha ilgi çekici ve etkileyici olmasını sağlamaktadır.

Kore dizileri, sadece gösterişli unsurları değil, aynı zamanda Güney Kore kültürünü ve geleneklerini de yansıtmaktadır. Bu gelenekler, dizilerin karakterleri ve hikayelerinde sıklıkla kullanılmakta ve izleyicilere farklı bir kültürü tanıtmaktadır. Kore dizilerinde sıklıkla işlenen geleneklerden biri de Kore mutfağıdır. Bu mutfağın karakteristik özellikleri, dizilerde sık sık gösterilmektedir. Kore dizilerinde karakterler, genellikle geleneksel yemekleri hazırlarken veya restoranlarda yemek yerken görülürler. Bu yemeklerin sunumu ve lezzeti, izleyicileri etkileyerek Kore mutfağına ilgi duymalarına neden olmaktadır. Kore dizilerinde sıklıkla işlenen yemekler arasında; Noodle, Bibimbap, Kimchi gibi yemekler yer almaktadır. Kore dizilerinde işlenen Kore mutfağı, izleyicilerin Kore kültürüne olan ilgisini artıran önemli bir faktördür. “Koreli olmayan izleyici ve tüketicinin hem farklı bir kültür karşısında yeni şeyler öğrenme merakını canlı tutmaktadır.” (aktaran Fırat, 2008, s. 69). Kore dizileri, farklı bir kültürü tanıtmaya konusundaki başarısıyla hayranların ilgisini çekmektedir. İzleyicilerin yeni şeyler öğrenme merakını canlı tutan bu dizi türü, kültürel farklılıkların anlaşılması ve keşfedilmesine yardımcı olmaktadır.

Dizilerde gösterilen Güney Kore kültürü, davranış şekillerinden tonlamasına kadar izleyiciye farklı, samimi ve eğlenceli gelmektedir. Güney Kore dizilerinde sunulan farklı kültür ve eğlence anlayışı, Amerikan kültüründen ayrıldığı için hayranlara yeni bir dünya deneyimi yaşatmaktadır. Bu durum, izleyicilere Batı kültüründen farklı bir kültür ve yaşam tarzı keşfetme olanağı sunmaktadır.

“ABD dizilerinde çok bel altı şeyler dönebiliyor. 20 bölüm varsa en fazla 3-4 bölüm öpme sahnesi var ya da yok. Bizim dizilerde adam öldürme, hakaret etme, sürekli şiddete meyilli içerik söz konusu. Kore dizisi hem eğlendiriyor hem de kötü içerikli sahneler yok.” (Ş, 26 yaş).

“Kısa sürüyor genellikle 16 bölümlük oluyor. Kısa ve öz olduğu için belki de çekici geliyor. Diğerleri uzatıyor bilmem kaç sezon. Bazı Kore dizilerinde de 2 ya da 3 sezon izleyebiliyorsun ama adamlar abartmıyor. Diğer dizilerde tam tersi. Biraz daha samimi geliyor. Amerikalılar onlar pat küt böyle kabalar. Koreliler öyle gelmiyor bana.” (Ş, 25 yaş).

“Amerikan dizisi izliyorum ama Kore dizisinde bizim kültürümüze daha yakın olduğunu düşünüyorum. Anlatılan konu biçimi daha bana uyuyor. Bir de Türk dizileri neden değil? Bizim diziler çok uzun oluyor. Sonradan çok saçmıyorlar. Sanki o yüzden Kore dizilerini daha çok seviyorum.” (E, 26).

Görüşmecilerin sıklıkla vurguladığı bir konu olan dizi bölüm sayısı, Kore dizilerinin izlenmesinde tek neden olmamakla birlikte oldukça etkili bir faktördür. Amerikan, Batı ve Türk dizileri gibi diğer ülkelerin dizileri genellikle uzun süreli ve birçok sezondan oluşurken, Güney Kore dizileri daha kısa sürelidir ve genellikle bir, iki sezon sürmektedir. Kısa bölüm süreleri, Güney Kore dizilerinin izlenebilirliğini artırmaktadır. Hızlı bir başlangıç ve net bir sona sahip olan bölümler, konudan uzaklaşmadan izleyicilerin zamanını verimli kullanmasına olanak sağlamaktadır.

ABD ve diğer ülkelerde yayınlanan dizilerle karşılaştırıldığında, ilk yayınlanan Güney Kore dizilerinde ahlaka aykırı unsurlar sınırlıdır. Hayranlar, Güney Kore dizilerini ahlaki açıdan daha uygun bulmaktadır. Amerikan ve birçok farklı dizide ahlaka uygun olmayan görüntülere sıkça rastlanmaktadır. Ancak Güney Kore dizilerinde bu durum tam tersidir. Ahlaka uygun görüntüler, Güney Kore dizilerini diğer dizi türlerinden ayırmaktadır. Kore dizilerinin bu özelliği diziyi çekici ve izlenebilir yapmaktadır. İsrail’de yapılan bir araştırmada: “Batı tarzı TV dramalarının aksine, Kore dramasında ifade edilen duygular saf ve sadedir, bu niteliklerin bir sonucu olarak, Kore televizyon dramasının her yaş, aile izlemesi ve dindar izleyiciler için de uygun olduğudur.” (Levkowitz & Lyan, 2015, s.12). Güney Kore televizyon dizileri, her yaşta izleyiciye hitap etmeleri ve ailelerin birlikte keyifle izleyebilmeleri yanı sıra, dindar izleyicilerinde ilgiyle takip edebilecekleri ideal bir seçenek olarak öne çıkmaktadır.

Görüşmecinin de ifadesiyle, “Dizilerdeki ahlaka uygun görüntüler bizim kültürümüze daha uygundur.” “Türk dizi ve filmlerinin bir yerinde illaki yatak odası sahnesine yer verirken, Güney Kore filmlerinde aşkı platonik görüyoruz, aşkı kabalaştırmadan, uygunsuz sahnelere yer vermeden.” (Özturhan, 2019, s. 78). Türk dizileri ve filmleri sıklıkla yatak odası sahnelerine yer verirken, Güney Kore dizileri aşkı daha çok platonik bir şekilde ele alır ve uygunsuz sahnelerden kaçınarak ahlaki unsurları korumayı tercih etmektedir. Bu nedenle ahlaki unsurların, ticari bir

meta haline dönüşmesi oldukça yaygın bir durumdur. Ahlaki unsurların metaya dönüşmesi, duygu yüklü konuları ve çekici idolleri sayesinde, hayranları etkileme gücüne sahip olan Kore dizilerinin popülerliğini artırmaktadır. Bu dizilerde ahlaki değerlerin korunması, muhafazakar izleyicilerin ilgisini çekmede önemli bir faktördür.

“ABD dizilerini izleyenlerde çok fazla var ama. Bağımlılık açısından tatlı tatlı konuşmalar olsun, birbirine verdikleri hediyeler olsun, romantikliği fazla abartmaları bizi içine çeken şeyler diye düşünüyorum. Gerek ABD gere Batı dizilerinde olsun romantiklik duygusu çok aşırı işlenmiyor. Kore de biraz daha arada mesafe kalarak, aşk acısı veya hareketlilik, onu sevdiğin için ona kıyamama, onun için her şeyi göze alma, daha çok ön plana çıktığı için dizilerde bunlar hoşuma gidiyor. Bunu için izliyoruz, seviyoruz. Çünkü farklı geliyor.” (Ş, 25 yaş).

“İnsanlar dini ve ahlaki yönden bakıyorlar diye düşünüyorum. Amerikalıların biraz daha açık seçik ya, sınırları yok, her şey tamamen görünüyor. Ama Kore dizilerinde bir yavaştan alma, el ele tutuşurken bir on saat bekleniyor. Ama Amerikalılar da direk, on saniye falan sürmüyor bile. Kore dizilerinde o tutuşma anını biraz daha yumuşak gösteriliyor. Daha içli alışılmışın dışında. Bir de renk kullanılan renkler var. Kore dizilerinde kullanılan renkler daha açık renktir. Dizi başlar başlamaz bir Kore gösterilir, Korelilerle ilgili toplumsal bir şey gösterilir. Orayı tanıtmaya havası falan (caddeleri, sokakları) ama Amerikan dizilerinde öyle değil, Karanlık, kasvet, koyu renklerin kullanımı çok yaygın.” (E, 24 yaş).

“Dizi izlemedeki nedenim dış görünüşü, sonra konularına bakıyorum ne işliyormuş. Yani ilk oyuncuya bakıyorum. Sonra konusuna bakarım. İlğimi çekerse izlerim. Amerikan dizilerinde tabii ilgimi çeken de oluyor. Kore dizilerinin dış görüntüsü ve dilini merak ediyorum. Korece, kıyafet, dış görünüş, oynama tarzı, duyguyu yansıtma da çok dikkatimi çekiyor. Amerikan dizilerinde bir an da duyguyu verip hemen geçiyorlar. Hani ne olduğunu anlayalım. Amerikan dizilerindeki oyuncular kötü demiyorum ama Koreliler o duyguyu çok güzel yansıtıyorlar. Korece de çok tatlı geliyor. Aegyo yapıyorlar ya sevimli sevimli insana bağımlılık yapan şey oydu. Korece konuşma tarzı çok hoşuma gidiyor. İngilizce de direk konuşuyorsun ya da kabaca Amerikan İngilizcesiyle konuşuyorsun ama Korece de tatlı tatlı konuşursun. Tatlı tatlı, sevimli sevimli konuştuğumuz için dikkatimi çekiyor.” (Ş, 25 yaş).

Dizide yer alan idollerin fiziksel görünüşleri de izlenme oranları üzerinde etkili bir rol oynamaktadır. Birçok hayran, idollerin çekici fiziksel görünüm ve konuşma tarzlarına hayranlık duymaktadır. “Koreli yıldızlar ‘karizmatik’ değil ‘sevimli’ olarak görülüyor bu nedenle insanlar onları hayal kurmaktan çok tüketilecek nesnelere olarak görülmektedir.” (Mee, 2005, s. 9). Koreli ünlüler, genellikle ‘sevimli’ ve ‘çekici’ olarak kabul edilirler ve bu nedenle hayranlar, onları sadece hayal etmekle kalmaz, aynı zamanda tüketim nesnelere olarak da görürler. Bu sevimli imaj, idollerin ticarileştirilmesine yol açmaktadır. İdollerin performansları artık sadece hayranlarına sunulan bir eğlence kaynağı olmanın ötesinde, aynı zamanda ticari bir ürün olarak da görülmektedir.

Genellikle Kore dizilerinin bağımlılık yapan özellikleri arasında, duygusal tüketim yer almaktadır. Dizilerde işlenen romantik kurgu, Güney Kore kültürüne özgü bir bakış açısıyla

sunulmaktadır ve izleyiciyi derinden etkilemektedir. Bu sayede, izleyici ve oyuncu arasında duygusal bir bağ oluşmakta ve izleyiciler benzer duyguları paylaşmaktadır. Kore dizilerinde başroldeki çiftin dizinin sonunda el ele tutuşması ya da sarılması, Amerikan dizilerindeki yatak sahnelerinden daha fazla duygusal etki yaratmaktadır. Duygusal yakınlık, Kore dizilerinin ana fikridir ve izleyiciye yoğun bir duygu deneyimi yaşatmaktadır. Bu nedenle dizinin hızlı bir şekilde tüketilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. K-drama hayranları, özellikle kadın hayranları, oyuncularla duygusal bir bağ kurmakta ve dizinin duygusal atmosferinden etkilenmektedir. “Kültürlerarası hayranlar arasında, duygusal yakınlık etkili bir rol oynamaktadır ve kültürlerarası içerikler, kültürel mesafelere, çeşitliliğe ve engellere rağmen dikkat çekicidir.” (Chin & Morimoto, 2013, s. 93). Duygusal yakınlık, kültürlerarası hayran topluluklarının dizileri izleme veya bir ürünü kullanmaya gönüllü katılımını artırmaktadır. Bu sayede, k-dizileri yoğun ve sürükleyici hikaye anlatımıyla izleyiciler arasında duygusal bir bağ kurmaktadır.

Aynı zamanda dizilerde Konfüçyüsçü ahlak ve etik ilkelerine önem verildiği açıkça görülmektedir. “Amerikan ve Japon pop kültürleri, şiddet ve sansasyonelizme karşı Konfüçyüs kültürünün ailevi ahlakına uygunluğunu ve şiddet içermeyen yapısını benimsemektedir.” (Hae-Joang, 2005, s. 6). Amerikan ve Japon popüler kültürüyle karşılaştırıldığında, Kore kültürünün Konfüçyüsçü bir duyarlılıkla tüketilmesi kolaylaşmaktadır. “Müslüman ülkeler dramaları ‘güvenli’ bulmaktadır.” (Jang & Paik, 2012, s. 198). Kore dizilerinin diğer dizilere kıyasla muhafazakâr olduğu görüşmeciler tarafından belirtilmiştir. Ahlaka uygun görüntüler, dizileri daha güvenli hale getirmektedir. Konfüçyüsçü temelli değerler hayranlara hitap etmekte, hayranlar bu değerleri kendi kültürlerine uygun bulup izlemektedirler. Kore dizilerinde vurgulanan ahlak, dizilerin popüleritesini korumak için önemli bir değerdir ve Kore dizilerinde vurgulanan bu ahlaki değerler, sadece Güney Kore’de değil, dünya genelindeki hayranlar tarafından da takdir görmektedir.

Kapitalist toplumda romantizm, medya ve ticari kültür tarafından yaygın bir şekilde yansıtılmaktadır ve insanların günlük hayatta özlem duydukları duyguları temsil etmektedir. Dizilerdeki hikayeler gerçek hayattan kesitler sunmakta ve böylece kadın hayranların kolayca özdeşleşmesini sağlamaktadır. Hayranlar, izledikleri dizilerdeki karakterleri kendileriyle özdeşleştirerek, karakterlerle duygusal bir bağ kurma eğilimindedirler. Dizilerdeki romantizm ise duyguların farklı bir bireysel alana geçmesine olanak tanımaktadır. Böylece k-dizileri, romantik hikayeleri ve karakterleri ile dikkat çekmektedir. Örneğin Çin’de yapılan bir çalışmada “K-dramaların aktör özellikleri, oyunculuk becerileri, aşk hikayelerin geliştirilmesi önemlidir.” (Hwang, 2014, s. 20) sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, aşk hikayelerinde bulunan unsurların, izleyicilerin memnuniyetini etkileyen önemli faktörler arasında yer aldığını göstermektedir.

Kore dizileri uzun yıllardır aşk ve romantizm temasına büyük önem vermekte ve bu tema genellikle büyük bir başarıyla işlenmektedir. Kore dizilerinde sıkça kullanılan sırt üstü gezintiler, bilek tutma, şemsiye tutma gibi romantik jestler, diğer ülkelerin dizilerinde pek sık rastlanmayan ve özellikle Kore kültüründe sevgi dolu bir bağı ifade etmek için kullanılan hareketlerdir. Bu jestler, Kore dizilerinin romantik aşk hikayelerine farklı bir boyut kazandırarak, izleyicileri derinden etkilemektedir. Kore dizileri, romantizmi işleme biçimleri ve karakterler arasındaki yoğun duygusal bağları ile öne çıkmaktadır. Bu sayede, izleyicilerin duygusal bir bağ kurması kolaylaşmaktadır. Kore dizilerindeki romantik jestler, izleyiciler

arasında bir kültürel bağ oluşturmakta ve bu jestler, izleyicilerin hikayeye daha fazla dahil olmalarını ve duygusal olarak yatırım yapmalarını sağlamaktadır.

“İlk başta insanın hoşuna giden şeyler bunlar, tatlı küçük şeyler olur ya insanı heyecanlandıran öyle şeylerdi. Bir insanın sana arkadan sarılması, sana dönüp şemsiye getirmesi ...bunları ABD dizisinde görmedim. Bizim kültürümüze daha yakın görüyorum. Bu hareketlerin Amerikan kültüründe ya da izlediğim diğer dizilerde yok. Onlar daha direk işin içine giriyor.” (E, 26 yaş).

“Ooo ne kadar romantikmiş falan diyorum. Koreli erkekler böyleymiş. Gerçekten böyle mi davranıyorlarmış diye düşünüyordum. Gerçekten çok mu düşüncelilermiş. Empatileri çok mu yüksekmiş. Amerikan dizilerinde bunu görmedim. En fazla sarılıyor. Hediye falan veriyor. Romantik olarak etkisi fazla geçmiyor. Kore dizisi o duyguyu tamamen veriyor, sıkıyor. O yüzden daha iyi benim için. Kadına davranışı farklı bir şey. Kadını öne çıkarıyor. Onun değerli olduğunu hissettiriyor. Bu da büyük etki. Kadın olarak hepimizin beklediği şeyler.” (Ş, 25 yaş).

Kore dizilerinde, sıradan romantik aşk üçgenleri konu alınırken, Amerikan ve diğer ülke dizilerinden farklı bir yaklaşım benimsenmektedir. Kore dizilerinde, romantizm daha yavaş ve daha zarif bir şekilde işlenmektedir. Bu dizilerde el/bilek tutma, arkadan sarılma ve şemsiye tutma gibi basit hareketler önemlidir ve sıkça kullanılır. Bu hareketler, karakterler arasındaki duygusal bağ arttırmaya yardımcı olur ve romantik bir atmosfer yaratır. Özellikle erkek karakterlerin, kadın karakterlere karşı gösterdikleri duyarlılık ve hassasiyet, izleyicileri etkilemektedir. Bu tür davranışlar, Amerikan dizilerinde gördüğümüz romantizm anlayışından oldukça farklıdır. Kore dizilerindeki romantizm, daha çok duygusal bir bağ kurma ve karşılıklı anlayışa dayanır. Dizilerdeki romantik davranışlarla her kadın, dizinin bir parçası olduğunu düşünmekte ve diziyi izlerken kendini değerli hissetmektedir. Adorno’nun da belirttiği gibi, “Kültür endüstrisi, gündelik yaşamı cennet gibi sunar.” (W.Adorno, 2009, s. 75). Kültür endüstrisi, insanların gerçek hayatlarından kaçmalarına neden olacak şekilde, gündelik hayatı gerçeküstü ve idealize edilmiş bir şekilde göstermektedir. Böylece günlük yaşamda hoş giden davranışlar, kültür endüstrisi tarafından sunulmaktadır. Bu sunum, insanların günlük yaşamlarında hoşlandıkları davranışları yansıtmakta ve özellikle kadın hayranlar bu davranışlara dayanarak farklı ilişkiler kurmaktadır.

“Televizyon izleyicileri, keyif aldıkları en önemli faktörün ihtiyaçlarını tatmin etmek olduğunu düşünürler ve aslında komedi her zaman gerekli değildir. Romantizmde seyircinin ruhuna dokunabilir ve Kore dizileri farklı beklentileri karşılamaktadır.” (Huang, 2009, s. 124). Romantizm konusunda kendilerinde eksiklik hisseden hayranlar, bu davranış biçimlerini takip ederek keyif almaktadır. Adorno’nun ifadesiyle “İnsanlara hayali bir mutluluk uydurarak onları aldatır.” (W.Adorno, 2009, s. 119). Bu bağlamda, romantikleşen kişilerin davranışları ve hayranların dizi izleme şekilleri de bu aldatmacanın bir örneğidir. Gerçek dünyadan uzaklaşarak televizyon dizileri izlemek, bazı insanlara düşsel bir mutluluk sağlayarak gerçek hayattan kaçmalarına olanak tanır. Bu durum, Adorno’nun eleştirdiği durumlardan biridir.

Kore Müziği (K-pop)

Bu bölümde, hayranlara “Neden insanlar K-pop müziği dinler?”, “K-pop idollerinin hayranlar üzerindeki etkileri nelerdir?”, “K-pop müziğinin diğer türlerden farklı ve dikkat çekici yönleri nelerdir?” gibi konular hakkında sorular sorulmuştur.

“İlk Playfull Kiss’i izledikten sonra çalan şarkuları araştırdım. SS501 grubuna baktım ve ilgimi çekti. SS501 ne demek diye internete girdim. Bir de ben araştırmayı seven birisiyim bir kelimeyi bilmiyorsam, hemen araştırırım. Hemen girdim baktım. 5 tane adam, isimleri var, üyeleri yaşları, nereli oldukları falan diye bir müzik dinliyorsun sonra başka bir müzik daha dinliyorsun. Sonra Boys Over Flowers’ da çalan şarkı (stand by me) Shine grubunu buldum. Her birine bakıyorsun beşer tane insan var. Belki daha fazla. Sonra Facebook da karşına çıkıyor. Bunlar bir grup bizde yok. Onlarda grup kültürü varmış. Bu grupların yöneticisi kim onların bir ismi varmış. Bunları araştırıp öğreniyorsun. Sonra buluyorsun.” (E, 24 yaş).

“Böyle 6-7 kişi olması, bir yandan da güzel bence Türkiye’de o hiç yok. Ama insana çeşitlilik veriyor, görsellik açısından. O grupta seni bağlayacak daha çok şey oluyor. Dans koreografileri daha gösterişli oluyor. Birbirini tamamlıyor gibi. Hayranlar daha fazla kişi olmasını seviyor. Üyeler arasında ilişki kurmayı seviyor. Hep öyle takip ediyorlar. Konser kayıtlarını izleyip, o şunu yaptı, bunu yaptı.” (A, 22 yaş).

“Grupların çok olması başta garip gelmişti. O kadar kalabalık grup olur mu ya? Diye düşünmüştüm. Ama gruplarda dans içeriği olunca vokal, rap hem dans içeriğinin olması ister istemez o alandaki yetenekli kişilerin grupta olmasını gerektirdiği için grupların kalabalık olmasını gerektiğini düşünüyorum.” (F, 28 yaş).

“Bir grubu çok yönlü yapar. Grupa bir şey yaptıklarında da daha çok etkili olur. Diye düşünüyorum... Koreografi olunca daha güzel oluyor. Grupların kalabalık olması daha cüretkâr, daha cesur oluyor. 4 kişilik bir grupta çok şey hareketler olmasını beklemiyorum. Görsellik şov açısından ama bir bütün herkes dansçı kullanıyor orası ayrı bir dava ama. Hepsinin idol olduğunu düşünürsek, daha güzel bir etkisi oluyor.” (G, 25 yaş).

K-pop ve Amerikan pop müziği birçok yönden benzerliği olmasına rağmen, k-pop’ı benzersiz yapan şey grubun içerisindeki idol çokluğudur. Çoğu hayranın gözüne çarpan ilk şey, bir k-pop grubunun içinde çok sayıda üye barındırmasıdır. K-pop gruplarındaki idollerin sayıca fazla olması, farklı becerilerini sergileme alanı sunmaktadır. Bu durum, k-pop gruplarını çok yönlü yapmaktadır. Birden fazla üyeye sahip olmaları, koreografileri ve dans uyumlarıyla hayranları etkisi altına almaktadır. K-pop grup dansları görsel bir şova dönüşmektedir. Farklı beğeni ölçütlerine sahip olan hayranlar, kendi düşünce yapılarına uygun idolleri grup üyeleri arasında kolaylıkla keşfetmelerine imkan sağlamaktadır. Grupların çok sayıda üyeye sahip olması, hayranları etkileme açısından önemli bir faktördür.

Görsel açıdan estetik değerler, her zaman k-pop’ın önemli bir parçasını oluşturmuştur. K-pop idolleri hem koreografi hem de görsel şovlar açısından daha fazla görünüşe ve görselliğe dayalı rolleri benimserler. Büyük gruplar, yeni ve özgün oluşumları temsil ederler ve koreografi bölümleri arasındaki geçişleri kolaylaştırırlar. Küresel çapta hayranlara hitap etmek zordur, bu yüzden tüm hayranların zevkine uygun olacak daha fazla çeşitlilik sağlanmalıdır. İsrail’de yapılan bir araştırmada; “K-pop müziği, izleyicilere görsel ve işitsel açıdan keyifli bir deneyim

sunarak, hayranların ilgisini çekmektedir.” (Otmazgin & Lyan, 2013:79). Görüşmecinin ifadesiyle “Görsellik şov açısından ama bir bütün herkes dansçı kullanıyor orası ayrı bir dava ama. Hepsinin idol olduğunu düşünürsek, daha güzel bir etkisi oluyor.” Hayranlar tarafından idol gruplarının örnek kişi olarak kabul edilmesinde, genellikle masumiyet ve samimiyet imajları belirleyici bir etkiye sahiptir. Bu nedenle, idol görünüşleri ve davranışları, kusursuz bir imaj yaratmak için özenle seçilmektedir. “Çeşitliliğin fazla olması Adorno’nun deyimiyile, herkes için uygun bir şey öngörülür ve böylelikle bu işlemlerden kimse kaçamazdı.” (W.Adorno, 2009, s. 51). Theodor Adorno, tüketim kültürünün, tüketicilerin kaçamayacakları şekilde, toplumun tüm kesimlerine hitap eden ve ilgi uyandıran materyaller sunarak kendisini sürdürdüğünü belirtmektedir. Bu kültür, bireylerin yaşamlarını ele geçirir ve kendi çıkarları doğrultusunda şekillendirir. K-pop grupları da benzer bir şekilde, çeşitlilik, görsellik ve koreografi gibi unsurları kullanarak hayran kitlesini genişletmeyi amaçlamaktadır. Bu gruplar, idollerin kişilikleri ve yetenekleri üzerine inşa edilen bir imaj yaratır ve sıkı bir yönetim altında çalışarak tüketim kültürü içinde varlıklarını sürdürürler.

Burada, görüşme yapılan kişilere, k-pop müzik videolarının hangi çekici özelliklere sahip olduğu ve diğer müzik videolarından nasıl ayrıldığı hakkında sorular sorulmuştur.

“Müzik kliplerin de senaryoya odaklanıyorlar. Adamların bir senaryosu var. Hele BTS’de, kızlar çok paylaşıyor. BTS’de kullanılan sözler olsun orada kullanılan bir eşya yazı. Arka plandaki bir bölümü, bir gönderme var sen arkadakini merak ediyorsun. Öndekiyle onu karşılaştırıyorsun. Bir bağlantı var. Bir örüntü var. İlk dikkatimi çeken dans, dansın koreografisi, kıyafetlere odaklanıyorsun. Sonra kişilere tek tek o gruptaki üyelerde kimmiş. Önde mi duruyor, arkada mı duruyor. Bizim kültürümüzde şu var. Bir şey hazırladığımız zaman arka üçlüysen hep arka üçlünün hiç öne geçmiyorsun. Kore kliplerinde öyle değil. Bir klipte öndeysen arkaya, arkadaysa öne geliyorsun. Bir yer değiştirme var. Biz de yok ya önde ya arkada. Sonra mekâna odaklanıyorsun. Mekândaki renk değişimleri BTS klibinde su sahnesi vardı. Sahneye su veriliyordu. Ben onu efekt zannediyordum. Kızlar arasında dedikodusu geçmişti. Gerçekten su vermişler, söyle çekmişler diye izliyoruz. Klibin arka planına odaklanmıştık. Gerçekten su vermişler. Adamlar emeklerin karşılığını alıyor. Bir şey için gerçekten uğraşıyorlar. Yeşil bir perdenin önünde bir şey yok. Amerika’dakiler öyle. Basit ya paten ya da kayak kayıyorlar. Oyuncululuyla sesiyle Show programlarına katılarak hep görüyoruz. Kadınların daha dansları daha naif, jessy-sert bir kadın ilk önce bunlar çıkış yaparken, naif çıkıyor, sonraları kişiliklerini dönüştürüyorlar.” (E, 24 yaş).

“Teknoloji çok yüksek, görsellik yüksek, moda bir örüntü içinde uyumlu oluyor. Yüksek teknoloji kullanmaları, makyajları, şarkı söylerken, dans ederken gösterdiği, mimik ve jestlerdi. Bunlarda etki ediyorlar. Cool davranıyor, şarkıya göre. Bts’in belirli bir olay örgüsü oluyor. İnsan da merak uyandırıyor. Acaba diğer albümde hikayenin neresi devam edecek, onu merak ediyorsun. Teoriler üretiliyor. Diğer bölümde bu olacak, şu olacak, diğer gruplarda oluyor. GOT7 grubunda da oluyor. GIRLFRIEND var. Teoriler olduğunu söylüyorlar. Ne olacak oda merak uyandırıyor. Şarkı söyleyen şarkıcı olarak biliyorsun. Bir de oyuncululuğunu görüyorsun. Nasıl oynadığını görüyorsun.” (Ş, 25 yaş).

“Direk görselliğe odaklanıyorlar. Yüzü güzel olan kliplerde daha çok gösteriliyor. Biraz daha dikkat çekici olsun. Şarkıyı klibe uyarlıyorlar. Bir konu üzerinde işleniyor genelde görsellik ön planda oluyor genellikle.” (F, 28 yaş).

“Kore kliplerin de renklere odaklanıyorlar. Hareketler canlılık. Birçok Kore kliplerini gördüm. Ama dikkatimi çeken şey renkli olması. Çok renkliler, giydiği kıyafetler, sanatçılar kullanılan açılar, makyajları çok renkliler.” (A, 22 yaş).

K-pop müziği, görsel estetiği ön plana çıkaran bir popüler kültür fenomenidir. K-pop sanatçıları, müzik videoları, canlı performansları ve sahne gösterileri aracılığıyla görsel bir şölen sunarak hayranlarına unutulmaz bir deneyim yaşatmayı hedeflemektedirler. Aslında, k-pop endüstrisinde tanınmış unsurlar bulunmasına rağmen, aynı zamanda yenilikler de mevcuttur. Bu yenilikler özellikle koreografi alanında kendini göstermektedir. Ayrıca hayranlar, müzik videolarında anlatılan hikayelerin olay örgülerini takip ederek teorilere katılırlar. Bunun yanı sıra görsellik, k-pop müzik videolarında ilk fark edilen öğelerden biridir. Bunun nedeni, renkli sahneler, özenle seçilmiş kıyafetler, sanatçıların kullanılan açıları ve makyajları gibi görsel unsurların büyük önem taşımasıdır. Bu nedenle k-pop hayranlarının ilgisinde fiziksel görünüm büyük bir rol oynamaktadır. Bu durum, k-pop müziğinin popülerliğinde ve kültürel etkisinde önemli bir rol oynamaktadır. “Görsel imgeyi vurgulayan, hızlı tempo ve neşeli fon müziği ile son modayı takip eden bir video nesli olduğudur.” (Mee, 2005, s. 3). K-pop müzik videoları, renkli kostümleri, ilginç sahne tasarımları, yaratıcı koreografileri ve diğer görsel unsurlarla doludur. Bu unsurlar, k-pop hayranlarının zevklerini tatmin etmek için tasarlanmıştır.

K-pop müziği, genellikle aşk ve ilişkiler gibi kişisel konulara odaklanan diğer pop müziklerinden farklı olarak, sıklıkla toplumsal ve sosyal konulara da değinmektedir. K-pop müziği sadece renkli kostümler ve yaratıcı koreografilerle dolu değil, aynı zamanda müziğin gücünü kullanarak insanlarda farkındalık yaratmak için de kullanılan bir araçtır. Eğitim, toplumsal baskı, intihar gibi çeşitli konular, k-pop şarkılarında ele alınmaktadır.

“Önemsiyorum, anlamları güzel oluyor. Bts’in let me know şarkısı var ya o çok hoşuma gidiyor. Çünkü tekrarlama yok. Bizdeki gibi nakarat söz tekrarlama yok. Bizdeki Demet Akalın gibi hep sözleri tekrar ediyor. Ama Kore müzikleri öyle değil, Kore’de bir hikaye var.” (E,24 yaş).

“Bts’in love yourself kampanyası vardı. Okulda şiddete maruz kalıyorlar. Bir sürü sıkıntılar çekiyorlar. Aşağılanma olsun onlara karşı şiddeti önlemek amacıyla kampanya başlatmışlar. Çok etkiliyorlar insanı, mutluluk veriyorlar. Seni kötü düşüncelerden arındırıyorlar. Seni değerli hissettiriyorlar. Sürekli aşk sözleri de değil. Ruh haline bakılarak aşk sözleri de dinleyebilir ama verdiği mesajda önemli. (Lise ve ortaokul çağındasın böyle şeylere daha çok ihtiyacın oluyor). Karışık oluyorsun insanın kafası onu dinlediğinde daha rahat oluyor. Sözlerinin rahatlatıcı etkisi var.” (Ş, 27 yaş).

“Bence sözlerin klibe yansımaları kullanıyorlar. Anlamını yansıtıyorlar. Sözlerde bir hikaye anlatımı var. Stray Kids kliplerinde mesaj veriyor. Gelecek şarkıları spoil içeriyor. Bizi heyecanlandırıyor. Klbin içinde o tarz ayrıntılara yer veriyor. Bazı kliplerinde de Türk Bayrağı görüyorsun oda bir iç çektiriyor. Heyecanlandırıyor.” (Ş, 25 yaş).

K-pop hayranlarına göre, k-pop müzik videolarının büyük çoğunluğu bir hikaye anlatımı içerir ve bu hikayeler, hayranların ilgisini çekecek ve bir sonraki videoyu merakla beklemelerini

sağlayacak ipuçları vermektedir. Teorilerde ve hikayelerde verilen mesajla ilgilenen bir sürü insan vardır. “Binark’a göre de BTS’in başarısının arkasında yatan sebeplerinden birisi, şarkı sözlerinin küresel arenadaki gençliğin sorunlarıyla (eğitim baskısı, işsizlik kaygısı, aile içi şiddet, kim olduğunu bilmeme, sevgisizlik, cinsellik ve yabancılaşma vb.) temellenmesidir.” (aktaran Keskin, s. 160). BTS ve STRAY KIDS gibi birçok k-pop grubu, müziklerinde ve kliplerinde toplumsal sorunlara değinerek sosyal mesajlar verirler. Bu gruplar, genellikle genç hayran kitlesine hitap ederler ve hayranlarını toplumsal konulara duyarlı olmaya teşvik ederler. “Karanlık düşünceleri, kaygıyı ve depresyonu bilirler ve bunlarla ilişki kurabilirler, sadece müziklerini dinlemek, performanslarını izlemek ya da röportajlarda ve şovlarda kendilerine sadık kaldıklarını görmek bana yalnız olmadığımı hissettiriyor, müziklerini dinlediğimde mutlu olmamı kolaylaştırıyor.” (Scott, 2018). K-pop müziğini dinlemek ve performanslarını izlemek, hayranların kötü düşüncelerinden arınmalarına yardımcı olmakta, ayrıca şarkı sözlerinde verilen mesajlar, hayranların kendilerini daha değerli hissetmelerini sağlamaktadır. K-pop şarkıları, rahatlatıcı sözleri ve hikaye anlatımıyla hayranları pasif konumdan çıkartarak aktif bir konuma getirmekte ve hayranların ilgisini canlı tutmaktadır.

K-pop şarkı sözleri ve müzik videolarındaki hikaye anlatımı, günümüzde büyük ölçüde metalaşmıştır ve anlık olarak tüketilmektedir. Bu müzik videolarındaki hikaye anlatımı, genellikle ilgi çekici ve duygusal sahnelerle doludur ve dinleyicilerin dikkatini çekmek için tasarlanmıştır. Görüşmecinin “Lise ve ortaokul çağındasın böyle şeylere daha çok ihtiyacın oluyor. Karışık oluyorsun insanın kafası onu dinlediğinde daha rahat oluyor. Sözlerinin rahatlatıcı etkisi var.” sözlerinden de anlaşılacağı gibi, ergenlik yıllarında kafa karışıklığı yaşayanlar için k-pop müziği güzel bir kaçış fırsatıdır. K-pop müziğinin şarkı sözleri, kafa karışıklığı yaşayan hayranların hayatlarına etki ederek onların rahatlamasına yardımcı olmaktadır.

“Çok masum çok saf gözükiyorlar. Sevecen bütün her şey buna çıkıyor. Sevecen bir tavır sergiliyorlar. Tatlı, içten asla yapaylık yok. Yapay olanlar genelde kötü karakterler. Çıkar ilişkileri olan kötü karakterler gibi. Karakterler her zaman herkesin yardımına koşan öyle yansıtılıyor. Tatlılık, sevecenlik, masumluk, kibarlık.” (K, 25 yaş).

“Sanırım müzikleri ve renkli olmaları ya da hareketli olmaları, zaten çok fazla dram üzerine dram yaşıyoruz şu günlerde, onların renkliliği insanın hoşuna gidiyor.” (E, 25 yaş).

Yukarıda belirtildiği gibi, k-pop dünyası, k-idollarıyla ve müzik videolarındaki renkleriyle büyüleyici bir özelliğe sahiptir. K-pop’ın o renkli ve eğlenceli dünyası hayranları etkilemektedir. Bu müzik tarzı, insanların hayatın zorluklarından kaçış noktası olarak tercih ettiği bir seçenek olarak görülmektedir. Kültür endüstrisi ürünleri sadece insanların boş zamanlarını doldurmaları için değil, aynı zamanda gerçek dünyanın streslerinden uzaklaşmaları ve rahatlamaları için de sunulur. Adorno’ya göre, kültür endüstrisi tarafından sunulan şeyleri tüketmek, bir tür aldatmacadır. Kültür endüstrisi, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için ürünler sunan bir sektördür. Bu sektör, pazarlama teknikleri kullanarak insanları belirli tüketim alışkanlıklarına yönlendirir. Bu tüketim alışkanlıkları genellikle hazza dayalıdır ve insanların kendi özgür iradeleriyle seçim yapmalarına olanak tanımayacak şekilde sunulur. Kültür endüstrisi, insanların özgür iradeyle seçim yapmak yerine, sunmuş olduğu ürünlerin cazibesine kapılan insanları kontrol altına almaktadır. Özellikle gençler, popüler kültürün etkileme gücüne

maruz kalmaktadırlar ve bu da belirlenen standartlara uygun davranışlar sergilemelerine sebep olmaktadır.

Görüşmecinin ifadesinden hareketle “Çok masum çok saf gözüküyorlar. Sevecen bütün her şey buna çıkıyor. Sevecen bir tavır sergiliyorlar. Tatlılık, sevecenlik, masumluk, kibarlık.” K-pop endüstrisi, Batı’nın sert imajından farklı olarak, idolleri daha masum, sevimli ve sevecen bir imaja sahip kılarak dış görünümünü daha çekici bir hale getirmektedir. “Hallyu yıldızlarının dışlaştırılmış aşık olunacak ideal erkeklik imajının (soft masculinity) her ne kadar ‘bishonen’, ‘kawaii’ veya ‘kkonminam’ kökenli Konfüçyanist gelenekten beslenen yönleri bulunsa da günümüz küresel pazarında özellikle bayan izler kitlenin beğeni ve hazzına sunulan (erkekliğin yeniden üretimine dayanan ve hegemonik erkekliğe alternatif) popüler erkeklik imajı olarak sunulduğu gözlemlenmiştir.” (Keskin, 2020, s. 18-19). K-pop, erkeklerin görünüşleriyle (tatlılık, sevimlilik, masumluk, kibarlık) yeni bir erkeklik imajı oluşturmuştur. Bu yeni imaj, hayranlarını etkilemektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Kültürel küreselleşme tarihsel olarak Batı kültürü ve Amerikan kültürü tarafından etkilenmiş olsa da son zamanlarda Asya kültürleri de küresel popüler kültürün bir parçası haline gelmiştir. Hallyu, küresel kültürel etkileşimlerin bir sonucu olarak ortaya çıkan ve Güney Kore kültürünü dünya genelinde popüler hale getiren bir fenomendir. Hallyu, Batı ve Asya etkilerinin bir araya gelmesiyle oluşmuş bir kültürel sentezdir. Hallyu, Güney Kore’nin kültürel bir fenomen haline gelmesinde önemli bir rol oynamıştır. Bu fenomen, Güney Kore’nin eğlence endüstrisindeki büyük ilerlemeleri ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeleri sayesinde dünya çapında büyük bir etki yaratmıştır. Hallyu kültürü, Doğu Asya’dan yayılan ve uluslararası sınırları aşan bir kültürdür ve farklı bir kültür olarak kabul edilmektedir. Sınırları aşan o kültürü anlamak ve yorumlamak önemlidir. Bu çalışmada, Kayseri’deki hayranların Kore müziğini ve Kore dizilerini sevme nedenlerinden hareketle varılan sonuç, Kore dizilerinin Batılı yapımlara göre cinselliği ve çıplaklığı daha az barındırması ve daha muhafazakar sahneler içermesidir.

Kore dizilerinin çekiciliğine katkıda bulunan faktörlerden biri, genellikle sınırlı sayıda bölümden oluşmalarıdır. Kore dizilerinin bu özelliği, izleyicilerin ilgisini çekmektedir çünkü daha kısa ve yoğun bir hikaye anlatımı sunmaktadır. Batı/Amerikan yapımı pembe diziler ise genellikle daha uzun sürelidir. Diğer diziler gibi sezonluk olmaması, dizide anlatılan hikayenin daha az karmaşık hale gelmesini sağlar. Bu nedenle Kore dizileri daha hızlı ve kolay tüketilebilir hale gelir. Amerikan dizilerinde olaylar hızlı gelişirken, Kore dizilerinde ise daha yavaş ve duyguyu yüklü ilerlemeler görülür. Bu durum oyuncularını ve diziyi daha etkileyici hale getirir.

İdollerin sevimli ve romantik hareketleri, izleyiciler tarafından dikkat çekici bulunmaktadır. Diğer dizilerde bulunması zor olan romantizm ve romantik davranışlar, hayranlara rahatlama ve gündelik hayatın verdiği sıkıntılardan kurtulma imkanı sunmaktadır. Aşk acısı, sevdiği için ona kıyamama, her şeyi göze alma, el bileğinden tutma gibi hareketler masumiyetin göstergesidir. Bu hareketler Kore erkeklerini daha romantik yapmaktadır. Anlatılan bir konu, hikaye temaları ve karakter davranışları, hayranlarla bağ kurmak için önemli bir etkidir. Bu tür hikayeler, genellikle basit bir konuya ve anlatıya sahiptir. Görüşmecinin ifadesiyle de destekleyecek olursak “Kore dizisi o duyguyu tamamen veriyor, sıkıyıyor. O yüzden daha iyi benim için. Kadına davranışı farklı bir şey. Kadını öne çıkarıyor. Onun değerli olduğunu

hissettiriyor. Bu da büyük etki. Kadın olarak hepimizin beklediği şeyler.” Hayranlar, Kore dizilerinde gösterilen saf ve gerçek aşka benzer bir yaşam biçimini arzulamaktadırlar ve bu duygunun günlük hayatta da tecrübe edilebileceğine olan inancı benimsemektedirler. “İnsan ilişkilerine ve sosyal gerçeklere yapılan duygusal yatırım seviyesi, kadınları Kore dramalarına çekmeye devam eden önemli bir popüler zevk kaynağı oluşturuyor.” (The Korean Wave, 2011, s. 74). Kore dizilerinin yoğun duygusal deneyimler sunması ve küresel ölçekte popülerlik kazanmaları, büyük bir hayran kitlesine sahip olmalarını sağlamıştır.

Kore dizilerinde gösterilen yoğun duygusallığın yanı sıra Konfüçyanizm etkisinde görülmektedir. Konfüçyanizm öğretisinin getirdiği ahlaki öğretiler, dizilerde gösterilmektedir. Kore dizilerinin izleyici kitlesi arasında popüler olmasının nedenlerinden biri, geleneksel ve Batılı unsurların bir arada bulunduğu kültürlerarası etkileşimin içinde yer almasıdır. Kore dizileri, geleneksel ve modern unsurları başarılı bir şekilde harmanlayarak, izleyicilerin ilgisini çekmeyi başarmıştır. “Müslüman ülkelerle karşılaştırıldığında daha az müstehcen ve Müslüman ülkeler dramaları ‘güvenli’ bulmaktadır.” (The Korean Wave, 2011, s. 72). Kore dizilerine ilgi duyan hayranlar, bu ahlaki değerleri kendi kültürlerine yakın bulmaktadır.

“Kültürel unsurlara dayanan başka benzerlik veya yakınlık seviyeleri de vardır: giyim, etnik tipler, jestler, beden dili, mizah tanımları, hikaye akışı hakkında fikirler, müzik gelenekleri, dini unsurlar, vb değişkenlik gösterebilir.” (Straubhaar & Pastina, 2005, s. 74). Bu kültürel unsurlar, benzerlik ve yakınlık seviyelerinin belirlenmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Kore dizilerinde ahlaka uygun davranışların uygun seviyede işlenmesi, hayranlar arasında kültürel bir yakınlık oluşturmada ve bu özellik, dizilerin daha hızlı keşfedilmesine ve hayranların hikayenin içine daha kolay bir şekilde girmesine olanak tanımaktadır.

Görüşmecilere göre, k-pop müziği, kendine özgü bir tarzı ve estetiği olan bir müzik türüdür. Bu müzik tarzı, özellikle gençler tarafından temsil edilmektedir ve müzik kliplerindeki çekici dans hareketleri, hikaye anlatımı ve koreografileri ile dikkat çekmektedir. Bu özellikler, k-pop’ın başarısında önemli bir etkiye sahiptir. K-pop müziğinde, koreografilerde hikaye anlatımı kültür endüstrisi tarafından bilinçli bir şekilde üretilmektedir. “Kültür endüstrisinin ideolojisi, kitle endüstrisinin bir parçası olmuş müziği kullanmaktadır. Bu kullanım biçimi ile müzik bu ideoloji için artık tamamı ile bir meta olmuştur.” (Akkol, 2018, s. 12). Bu kullanım, müziği ideolojik bir araç olarak kullanma eğilimindedir ve k-pop müziği de bu ideolojik amaca hizmet eden kültür endüstrisinin bir ürünüdür. “Müziğin ticari bir metaya dönüşmesi özellikle kapitalist toplumlarda kaçınılmazdır.” (Akkol, 2018, s. 115). Bu nedenle k-pop müziğinin de bir meta haline dönüşmesi, kültür endüstrisi tarafından yayılmasını kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır. K-pop müziğinin popülerliğinin artmasının nedenlerinden biri, müziğin ticarileştirilmesi ve pazarlanmasıdır.

K-pop’ı dinleme nedenleri arasında renkli kullanım, kıyafetler, müzik videolarındaki mesajlar ve tatlı hareketler de yer almaktadır. “Pop, rap, R&B, punk, rock, soul gibi müzik türlerini tek çatıda toplamayı başaran k-pop sadece müzik olarak ele alınamaz, ışıltılı sahneleri, dans performansları ve idollerleriyle bir kültürden bahsedilmektedir.” (Eke, s. 434). Bu da 21. yüzyılın müzik anlayışının büyük ölçüde görselliğe odaklandığını göstermektedir.

Vurgulanması gereken diğer konu ise; Koreli sanatçıların grup olarak çıkış yapması ve dans hareketlerinin hem kolay algılanabilir olması hem de güzel görünmesidir. K-pop müziği sadece

sese değil aynı zamanda dans, koreografi gibi görsel görüntüye odaklandığı için bu grup kültürünü başka bir düzeye taşımaktadır. Görüşmecilerin ifade ettiği gibi, şarkıcılar dansçıları görsel açıdan kullanabilirler, ancak her birinin ayrı ayrı idol olması grubu daha çekici hale getirmektedir. Bu özellikler, K-pop’ın diğer türlerden farklılaşmasında ve hayranlarını kendine çekmesinde etkin bir rol oynamaktadır. K-pop müziğinin çeşitliliği, hayranların dikkatini çekerek kendi zevklerine ve tercihlerine uygun idolleri kolayca bulmalarını sağlamaktadır. “Sahne yalnızca müzik icra edilen bir alan değildir, dans, koreografi, dekor, giysiler, müzik ve seslerin tınılarının kesiştiği etkileşimsel bir alandır.” (aktaran Keskin, 2004, s.163). K-pop, kendine özgü dansları, imajları ve koreografileri ile öne çıkarak, farklı içerikleriyle geniş bir hayran kitlesinin ilgisini çekmeyi başarmıştır. Küreselleşen dünyada sınırları aşarak, farklı etnik kökenlerden hayranlara ulaşmıştır.

K-pop ve k-dizileri, kültür endüstrisinin bir ürünüdür ve kapitalizm sisteminin sunduğu bir pazarda yer almaktadır. Bu sektör, tüketicilerin/hayranların istedikleri ürünleri kolayca bulabildiği bir pazar alanı oluşturmaktadır. Bu ürünlerin popülerliği, üreticilerin ticari başarısını artırmakta ve bu da sektörün büyümesine katkı sağlamaktadır. Hallyu, kültür endüstrisi tarafından güçlü bir şekilde oluşturulan duygu ve haz kültürüne dayanmaktadır. Tüm dünyadaki farklı sınıflardan insanlar, ortak bir beğeni anlayışı sergileyerek Hallyu’ya ilgi göstermektedir. Hallyu kültürü, farklı içerikler sunmasına rağmen, bu içeriklerin tüketimi tamamen özgür iradeye dayanmamaktadır. Tüm bu içerikler, kültür endüstrisi tarafından planlanmakta ve üretim araçlarına sahip olanlar tarafından üretilmektedir.

Ekonomik sermayeyi elinde bulunduran sınıflar, tarih boyunca toplumları etkileme gücüne sahip olmuştur. Bu sınıflar, sahip oldukları zenginlik ve kaynaklar sayesinde medya, reklam, kültür sanat gibi alanlarda etkinlikler düzenleyerek, kitleleri biçimlendirmişlerdir. Bu etkileme gücü, farklı sınıfları bir araya toplayarak, ortak bir kültür yaratmıştır. Özellikle günümüzde, globalleşme ve teknolojinin gelişimiyle birlikte, dünya çapında yayılan bir tüketim kültürü oluşmuştur. Bu kültürde, müzik, film ve diğer popüler kültür ürünleri, geniş kitleler tarafından benimsenerek, tüketilmekte ve takip edilmektedir. Ekonomik sermayeyi elinde bulunduran sınıfların etkisiyle, toplumlar üzerinde büyük bir kültürel etki yaratılmıştır. Bu etki, farklı sınıfları bir araya getirerek, ortak bir kültür yaratmalarına neden olmuştur. Bu süreçte, tüketim kültürü ve popüler kültür ürünleri, insanların ortak bir dilde buluşmasına yardımcı olmuştur. McDonald’s örneğinde olduğu gibi, Hallyu Dalgasında küresel çapta büyük bir etki yaratmaktadır. Kore’nin popüler kültürü; Kore müziği, Kore dizileri ve filmleri gibi birçok sanat dalı, dünya genelindeki izleyicileri benzersiz ve etkileyici özellikleriyle cezbederek onlara anlamlı ve eşsiz bir deneyim sunmaktadır. Bu eşsiz deneyim, insanları farklı kültürlerle tanıştırmakla diyalogu arttırmaktadır. Bu dalga, sadece Kore’nin kültürünü dünya çapında tanıtmakla kalmayıp, aynı zamanda insanlar arasında bağlar kurarak küresel bir topluluk oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

- Adorno, T. W. (2009). *Kültür endüstrisi yönetimi*. (Çev. E. Gen, N. Ülner ve M. Tüzel). İletişim Yayınları.
- Akkol, M. L. (2018). Müzik sosyolojisinde t. w. adorno’nun yeri. *Alternatif Politika*, s. 12.
- Asa, S. (2019). *Güney kore popüler kültürü’nün (Hallyu) imam hatip lisesi öğrencilerine etkisi üzerine bir alan araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa
- Belkıs, K. (2017). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma*. Bağlam Yayıncılık.
- Bertha, C. & Hitchcock, M. L. (2013). Towards a theory of transcultural fandom. *Journal of Audience and Reception Studies*, 10(1), 43-97.
- Binark, M. (2019). Güney Kore hükümetlerinin kültür politikaları ve sinema endüstrisi destekleri. *sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 153.
- Bok-rae, K. (2015, October). *Past, present and future of Hallyu (Korean Wave)*.
- Chae, C.-J.& O.-G. (2013). Constructing culturally proximate spaces through social network services: The case of hallyu (Korean Wave) in Turkey. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 10(38), 86.
- Culture, K. (2011). *K-drama a new tv genre with global appeal*. Korean Culture and Information Service South Korea
- Do, T. E. (2011). *Emergence of the Korean popular culture in the world*. <https://www.theseus.fi/handle/10024/42870>
- Doobo, S. (2013). An Essay on K-pop: Korean wave, idols, and modernity. *Social Studies Education*, 52(2), 13-28.
- Edles, L. D. (2005). *Uygulamalı kültürel sosyoloji*. (Çev. C. Atay). Babil Yayınları.
- Eke, A. N. (2023) Kore pop müziği. *k-pop Zdergisi*. https://www.zdergisi.istanbul/media/magazines/pdf/003.104_k-pop.pdf
- Eun, S. C. (2013). Brilliant hallyu and ilastic surgery. *Korean Med Sci*, 1561.
- Fırat, D. (2017). Küresel yönde ters akış: Asya’dan doğan alternatif bir popüler kültür. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, 2(3), 67-74.
- Fiske, J. (1999). *Popüler kültürü anlamak*. (Çev. S. İrvan). Bilim ve Sanat Yayınları.
- Gökalp, E. (2011). *Kültür sosyolojisi*. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Hae-Joang, C. (2005). Reading the “Korean Wave” as a sign of global shift . *Korean Journal*, 45(4), 6.
- Hong, S. (2021). *Hallyu after BTS and Netflix*, <https://snuac.snu.ac.kr/eng/index.php/2021/10/14/hallyu-after-bts-and-netflix-issues-and-perspectives/>
- Huang, X. (2009). ‘Korean Wave’ — the popular culture, comes as both cultural and economic imperialism in the east asia. *Asian Social Science*, 5(8), 124.

- Hwang, R.G. (2014). A Study on influence of korean wave cultural contents satisfaction & national image by k-drama characteristic in china. *14 Journal of Korea Entertainment Industry Association*, 8(1), 20.
- Jang, G. & Won, K.P. (2012). Korean wave as tool for korea’s new cultural diplomacy. *Advances in Applied Sociology*, 2(3), 196-202.
- Jeon, W. K. (2013). *The ‘Korean Wave’ and television drama*. Doktora tezi, University of Glasgow, UK. <https://theses.gla.ac.uk/4499/1/2013jeonphd.pdf>
- Ju, S. L. (2010). Korean television dramas in japan :Imagining “East Asianness” and consuming “Nostalgia”. *Asian Women*, 78-79.
- Ju, H. (2010). *Glocalization of the Korean popuer culture in east asia : theorizing the korean wave*. Doktora tezi, Norman University, Oklahoma.
- Karakoç, E. (2009). *Medya ve popüler kültür eleştirel bir yaklaşım*. LiteraTürk Yayını.
- Keskin, A. (2022). *Güney Kore k-pop popüler kültürü ve Türkiye’deki yansımaları: sosyolojik bir inceleme*. Doktora Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, İstanbul.
- Keskin, A. (2020). Bts veya aşık olunacak erkeklik: Youtube’da netnografik bir analiz. *Egemia Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya Ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi*, 6(4), 22.
- Kılıç, S. (2013). Örneklemeye Yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*, 3(1).
- KOCIS. (2011). *K-pop new force in pop music*. <https://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=2217>
- KOCIS. (2015). *Drama a new tv genre with global appeal*. <https://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=2226>
- Kofice. [2017-şanep] 2017 hanryu baeksere. *munhwasanep yanryu sarlyu*, s. 30-116.
- Levkowitz A, Lyan I. (2015). Consuming the other israeli hallyu case study. *Israeli Hallyu Case Study*, 12.
- Lyan I, N. O. (2013). Hallyu across the desert: K-pop fandom in Israel and Palestine. <https://escholarship.org/uc/item/7sm3999r>
- Macit, M. (2018). *Kore dalgası: Küresel popüler kültür fenomeni hallyu/kore dizileri*. Bir yayıncılık.
- Marques, I. S. (2022). *South Korea’s creatıve economy: a case study on the hallyu wave (Korean Wave)*. [https://www.iscap.pt/cei/erei/n10/artigos/In%C3%AAs%20Santos_Luana%20Marques_South%20Korea%C2%B4s%20Creative%20Economy_%20A%20Case%20Study%20on%20the%20Hallyu%20Wave%20\(Korean%20Wave\).pdf](https://www.iscap.pt/cei/erei/n10/artigos/In%C3%AAs%20Santos_Luana%20Marques_South%20Korea%C2%B4s%20Creative%20Economy_%20A%20Case%20Study%20on%20the%20Hallyu%20Wave%20(Korean%20Wave).pdf)
- Mee, K. H. (2005). Korean TV dramas in Taiwan: With an emphasis on the localization process. *Korea Journal*, 45(4), 183–205.
- Özturhan, F. (2019). *İmam hatip lisesi öğrencilerini güney kore dizilerini izleme durumları ve dizilerin etkileri*. Yüksek lisans tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: sosyal bilimlerde yöntembilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Ravina, M. (2009). Introduction: Conceptualizing the korean wave. *Southeast Review of Asian Studies*, 31, 3-4.
- Salı, D. J. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Anadolu Üniversitesi Yayını.

- Scott, N. (2018). *BTS won't cure my depression, but loving them helps me cope*. <https://fashionmagazine.com/flare/k-pop-mental-health/>
- Shim, D. (2008). The growth of korean cultural. *Television industry in east asia*, 15.
- Straubhaar, A. C. (2005, June). Multiple proximities between television genres and audiences the schism between telenovelas global distribution and local consumption. *International Communication Gazette* 67(3), 74.
- Tekin, H. H. (2012). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(13), 101-116.
- The Korean Wave. (2011). *A New Pop Culture Phenomenon Contemporary Korea No.1*.
- Türközü, S.G., Türközü, H.K., & Oh Eun, K. (2014). *Kore’yi tanıyarak Korece öğrenelim*. Lotus Yayınları.
- Uwe, F. (2009). *An introduction to qualitative research* . Sage.
- Zhanadılova, A. (2019). *Kazakistan’da popüler kültürün bir göstereni olarak k-pop kimliği (Astana örneği)*. Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.