

GÜNEY KORE HÜKÜMETLERİNİN KÜLTÜR POLİTİKALARI VE SİNEMA ENDÜSTRİSİ DESTEKLERİ

Mutlu Binark

Öz

Bu çalışmada Güney Kore hükümetlerinin yaratıcı içerik endüstrilerinden biri olan sinema endüstrisine yönelik kültür politikaları ve düzenlemeleri tarihsel bir bağlamda ve ekonomi politik bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Kore Film Konseyi'nin (KOFIC) Kore'de sinema endüstrisinin gelişmesindeki rolü ele alınmıştır. Ayrıca, Kore sinema endüstrisinin mevcut ve gelecek sorunları sıralanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Güney Kore hükümetleri, yaratıcı endüstri, sinema endüstrisi, Kore sineması, Kore Film Konseyi.

SOUTH KOREAN GOVERNMENT'S CULTURAL POLICIES AND REGULATIONS FOR THE MOVIE INDUSTRY

Abstract

The South Korean government's cultural policies and regulations for the movie industry are analyzed from the perspective of political economy in an historical context. The role of the Korean Film Council (KOFIC) in the development of the movie industry and the current and the future problems of the industry are also discussed.

Keywords: South Korean government, creative industries, movie industry, Korean cinema, Korean Film Council.

Geliş Tarihi | Received: 15.02.2019 • Kabul Tarihi | Accepted: 25.02.2019

Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7458-5203> • E-Posta: binark@hacettepe.edu.tr

"Bu film [Jurassic Park] 1,5 milyon
Hyundai Sonata Sedan'ın satışına bedel"
Kim Young Sam, Güney Kore Devlet Başkanı, 2012

Giriş: Neden bu çalışma ve saha...¹

Bu yazı 2017 yılından bu yana üzerinde çalıştığım Kore hükümetinin Kore Dalgası ya da yaygın bilinen adıyla "Hallyu" olarak tanınan kültürel içeriklere yönelik kültür politikası ve ekonomi politiği araştırmanın Mart-Eylül 2018 tarihleri arasında Güney Kore'de başta Busan, Seul, Naju, Bucheon ve Gwangju'da yürüttüğüm saha çalışması bulgularına dayanmaktadır.

Türkiye'de yakın zamanlarda Kore dizilerinin web sitelerinde fanların yaptığı çeviriler aracılığıyla yaygın tüketiminin olduğunu, K-pop melez müzik türünün ve K-pop yıldızlarının yine sosyal medya platformları üzerinden izlendiklerini, *BTS*, *EXO*, *INFINITE*, *GOT7*, *CNBlue*, *Big Bang*, *Shinee*, *FTIsland*, *Black Pink*, *RedVelvet*, *GirlsGeneration* gibi K-pop müzik gruplarına hayranlık kültürünün oluştuğunu söylemek mümkün. Bir yandan Türkiye'de Kore kaynaklı kültürel ürünlerin ergenler ve gençler arasında popülaritesi artarken bir yandan da kültürel içeriklere ilginin Kore diline, Kore kültürüne ve tarihine, Kore kökenli diğer içeriklere (hatta yiyeceğe, makyaj ve güzellik ürünlerine, mekânlara değin) yöneldiğini de gözlemliyoruz. Özellikle, Türkiye'den Kore'yi ziyaret edenler veya Kore'de yaşayan gençler YouTube ve Instagram üzerinden Kore'de dizilerde gördükleri sarayları, sahil kenarlarını; alış veriş mekânlarını, Kore yemekleri ile Kore güzellik ürünlerini tanıtmakta, çeşitli yorumlar yapmaktadır. Kore dramalarının bazı hayranları açtıkları bloglarda düzenli olarak dizilerin öykülerini açıklamakta, oyuncularını hakkında detaylı içerikler üretmekte, hatta Türkiye'de yapılan uyarlamalar ile Kore özgün eserlerini karşılaştırmaktadır. Twitter coğrafyasında ise, *EXO*'nun

¹ Bu çalışma, HÜ BAP Birimi tarafından SBI-2017-16354 koduyla desteklenen projenin Güney Kore saha araştırmasından üretilmiştir. Güney Kore saha çalışması Kore hükümetinin farklı yaratıcı endüstrilere destekleri ve kültür politikaları üzerinedir. Busan'daki saha çalışması sırasında KOFIC ile görüşmenin organizasyonunda ve politika metinlerinin çevirisinde yardımcı olan Lee Jaeseong'a teşekkür ederim. Tüm saha çalışması sırasında verdiği destek, öneriler ve ilgi için Ömer Faruk Kuşol'a teşekkürlerimi borç bilirim.

EXO-L'leri ve BTS'in Army üyelerinin Trend Topic yarışlarını görebiliyoruz. Kore kozmetik şirketleri Türkiye pazarında K-yıldızların cazibesini ve tanınırlığını kullanarak mağazalar açmakta, bu ürünler ve *K-Beauty* (Choi & Jeon, 2016, s. 50-60) olarak bilinen Kore güzellik idealleri ve beden politikaları genç kadınlar arasında hızla yaygınlaşmaktadır. Kore menşeli yaratıcı içerik endüstrisi üretimleri olarak sınıflandırılabilir TV dramalarından, K-pop'a, yiyeceğe, moda ve güzellik ürünlerine, çizgi romanlardan dijital oyunlara, filmden animeye değin tüm bu içeriklere yönelik olarak Kore hükümeti Kültür Spor ve Turizm Bakanlığı altında kurulu farklı ajanslarla ve özel sektör ile kimi zaman açık kimi zaman örtük işbirliği halinde kültür politikası üretmekte, çeşitli maddi destekleri endüstrinin küresel ölçekte yaygınlaşması ve ihracatının artması için desteklemektedir. Saha çalışmam bu kamu kurumlarının kültür politikasını ve "Hallyu"nun ekonomi politiğinin, hükümet raporları ve kurumlarda çalışan uzmanların birincil elden görüşleri ile ortaya konulması ve tematik olarak analiz edilmesi üzerine odaklanmaktaydı. 2018 yılının Mart ayından bu yana, Kore'de farklı kamu kurumlarından, kültür vakıflarından, büyük televizyon şirketlerinden, kablo televizyon kanallarından, kültür yönetimi ile uğraşan şirketlerden, film festivallerinden "Hallyu"nun sürdürülmesi konusunda bilgi toplamaktaydım. Kore Film Konseyi (KOFIC)² de Kore hükümetinin sinema alanına verdiği desteği yürüten bir ajanstı. Saha çalışmamı Kore'nin ikinci büyük kenti Busan'ı merkez alarak gerçekleştirmemin stratejik bir nedeni vardı aslında. Busan, Kore'nin en büyük ve en eski uluslararası film festivaline ev sahipliği yapmaktaydı: Busan Uluslararası Film Festivali³ (BIFF). Üstelik Busan'a geçici bir süreliğine yerleşince Kore hükümetinin 2010'larda aldığı kamu yönetimini farklı kentlere dağıtma politikası sonucu Busan'a başta Kore Film Konseyi, dijital oyun endüstrisi derneği, TV içerikleri sınıflandırma ve derecelendirme kuruluşu gibi birçok kamu ajansının taşındığını öğrendim. Busan UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı'nın da 2014 yılından bu yana film alanında bir üyesiydi.⁴ Bu nedenle, Busan'da başta film endüstrisi olmak üzere yaratıcı içerik alanında oldukça çok etkinlik ve merkez bulunmaktaydı: her yıl Mayıs ayında düzenlenen Busan Content Market,

² Bkz.: <http://www.kofic.or.kr/kofic/business/main/main.do> (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2019).

³ Bkz.: <http://www.biff.kr/structure/eng/default.asp> (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2019).

⁴ Bu konudaki çalışmam için bkz. (Binark, 2018). Ayrıca Unesco Creative Cities Network/ Busan için link: <https://en.unesco.org/creative-cities/busan> (Erişim Tarihi: 08 Şubat 2019).

KOCCA (Kore Yaratıcı İçerik Ajansı) desteği ile kurulmuş olan webtoon-
dan, karakter tasarımına, animeye değin içerik geliştiriciliğine destek ve-
ren Creative Content Lab Busan, Kore Film Arşivi,⁵ Busan Film Stüdyo-
su,⁶ Durareum (Busan Sinema Merkezi). Bu noktada Busan Uluslararası
Film Festivali'ni gerçekleştiren Busan Film Konseyi'nin⁷ kentin film en-
düstrisi alanında Asya için önemli bir merkez olmasında Kore hükümeti
kadar rolünün yadsınamaz olduğunu altını çizeyim.

Soo-Jeong Ahn'ın 2012 yılında Hong Kong Üniversitesi'nden ya-
yınlanan doktora tezi (*The Pusan International Film Festival: South Korean
Cinema and Globalization*) BIFF'in tarihini, yapısını, devlet kurumları ve
siyasetle ilişkisini hem kültür politikası tartışmasıyla hem de ekonomi
politik bakış açısıyla ele almaktadır. Ahn Güney Kore'de üç tür film festi-
valinin düzenlendiğini belirtmektedir: İlk olarak, devletin kurumlarının
-KOFIC-, yerel yönetimlerin, şirketlerin ve aydınların desteklediği en ge-
niş kapsamlı film festivalleri; ikinci olarak şirket destekli film festivalleri
ve son olarak aktivist gruplar tarafından yapılan bağımsız ve görece daha
küçük film festivalleri. Örneğin Kadın Filmleri Festivali, İnsan Hakları
Film Festivali veya Queer Film Festivali üçüncü türe giren festivallerden-
dir (Ahn, 2012, s. 15). BIFF ise özellikle "Asyalılık kimliğini" vurgulayarak,
dünya sinema endüstrisi için Asya bölgesinin ana merkezi olmayı hedef-
lemektedir. Doobo Shim de BIFF'in Kore ve Asya sinema endüstrisinin
gelişmesindeki önemli rolüne dikkat çekmektedir (2013, s. 60-61). BIFF
bu konum için, Asya Film Akademisi'nden, Asya Proje Pazarı'na değin çe-
şitli film destekleri geliştirmiştir. 2018 yılından itibaren de Asya Sinema
Fonu kapsamında senaryo desteği, post prodüksiyon ve Asya Belgeselleri
için destek vermeye başlamıştır. Dureraum olarak adlandırılan Busan Si-
nema Merkezi⁸ ise çok sayıda sinema salonundan, açık hava sinemasına,

⁵ Busan'daki Kore Film Arşivi'nde 9-18 saatleri arasında, hafta sonu dâhil Kore sinema-
sının klasiklerini ücretsiz izlemek mümkündür. Ayrıca yabancı film arşivi ile güncel
Kore sineması örnekleri de farklı dillerdeki altyazı seçenekleri ile yine ücretsiz izlene-
bilmektedir. Arşivde ayrıca araştırma malzemesi olarak zengin senaryo koleksiyonu,
Kore sineması ile ilgili yapılmış lisansüstü tez ve araştırmalar, Korece ve diğer dillerde
Kore sineması ile ilgili kitaplar, BIFF'in katalogları bulunmaktadır. Yabancı dilde sine-
ma dergileri de arşivde okurlara sunulmaktadır.

⁶ Busan Film Stüdyosu bünyesindeki A stüdyosu 826 m2, B stüdyosu ise 1653 m2 de
hizmet vermektedir.

⁷ Bkz.: <http://www.biff.kr/eng/> (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2019).

⁸ BIFF, 2011 tarihinde kalıcı olarak Heundae'deki Busan Sinema Merkezi'ne taşınmıştır.
Merkez 30.000 m2 olup, yaklaşık 150 milyon ABD dolarına mal olmuştur. Bkz. [http://
www.dureraum.org/bcc/main/main.do?rbsIdx=1](http://www.dureraum.org/bcc/main/main.do?rbsIdx=1) (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2019).

film arşivi ve kütüphane, eğitim ve seminer odalarına, ücretsiz wi-fi erişimli kafelerine değin büyük bir kültür sanat kompleksidir. Özellikle sinema tarihinden klasiklerin sinematekte düzenli gösterimi sağlanmakta, yönetmen retrospektifleri, gala gösterimleri ve temalı izlenceler hazırlanarak, kısa film ve belgesel gösterimleri, yönetmen ya da ekip söyleşileri düzenleyerek kentte canlı bir sinofil kültürünün varlığına ortam sağlanmaktadır. Busan kenti sinema endüstrisi ve film kültürü açısından böyle bir zenginliğe sahip olunca, film endüstrisine yönelik kültür politikası ve Kore sineması başlangıçta saha çalışmasında planlanan orandan daha fazla bir yoğunlukta ele alındı. Bu yazının bundan sonraki kısımlarında farklı Kore hükümetleri dönemlerinde kültür politikalarına bakış açıları ve bu politikalardan film endüstrisinin nasıl etkilendiği, Kore’de sinema endüstrisine yönelik düzenlemeler ve KOFIC’in endüstrideki rolü ele alınacaktır. KOFIC’in örgüt yapısı, görevleri üzerinden Kore hükümetinin sinema endüstrisine yönelik destek politikası ile Kore sinema endüstrisinin mevcut sorunları bu çalışmada, Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı Sinema Genel Müdürlüğü’nün⁹ çalışmaları için farklı bir model ve zemin olması açısından tartışmaya açılacaktır.

Yaratıcı Endüstrilere Yönelik Kore Hükümetlerinin Kültür Politikaları

Güney Kore hükümetlerinin yaratıcı içerik endüstrisi politikasının, ülkenin tarihsel, siyasi ve ekonomik bağlamı içinde oldukça özgül olduğunu söylemek mümkündür. 19. yüzyılın sonunda hem Kore’deki Joseon Hanedanlığı hem de Çin’deki Qing Hanedanlığı önce Batı ardından da Japon emperyalizmi karşısında siyasi, ekonomik ve kültürel olarak sömürgeleştirilmekten kaçamamıştır. Kore, 1919’dan II. Dünya Savaşı’nın sonuna dek Japon sömürgesi olarak kalmış, II. Dünya Savaşı’ndan sonrada Kuzey-Güney arasında gelişen ve savaşla sonuçlanan ayırım sonunda ikiye bölünmüştür (1952). Özellikle Kuzey-Güney savaşının ardından Güney Kore’de askeri yönetimler kamu erkine el koyarak¹⁰ ekonomik kalkınma planlarını

⁹ Bkz.: <http://sinema.kulturturizm.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2019).

¹⁰ Özellikle General Park Chung-Hee’nin 1961 yılında askeri darbe ile yönetime el koymasının ardından, devlet kapitalizminin anti-komünist söylem ile birleştirilerek, hızlı endüstrileşme için büyük aile şirketlerinin (“chaebol”) desteklenmesi politikası yürürlüğe konmuştur. Park rejimi altında, sinema endüstrisine yönelik olarak Japon askeri hükümetinin 1939 tarihli Sinema Filmleri Yasasının izlerini taşıyan Sinema Filmleri Yasası (1962) çıkartılmış, Kore’deki 71 film şirketinin sayısı 16’ya düşürülmüştür. Yasa, stüdyo, ses stüdyosu, çekim ekipmanı, tam zamanlı yönetmen, oyuncu ve teknisyen

yürürlüğe sokmuşlardır. Ancak tüm bu ekonomik kalkınma planları demokratik hakların ihlali ve kamusal katılım ile müzakerenin zayıflatılması pahasına gerçekleştirilmiştir. 1988 yılında Güney Kore'nin ev sahipliğinde Seul'de gerçekleşen Yaz Olimpiyatları¹¹ ulusal imgenin tanınması ve yaygınlaşmasında önemli bir dönüm noktasıdır (Jang & Paik, 2012, s. 200; Kwon & Kim, 2014, s. 521). Olimpiyatı izleyen yıllarda kültürel alandaki çeşitli yasaklar kaldırılmış, Japon anime ve mangaları Kore'de erişilebilir olmuştur. Benzeri şekilde de Amerikan filmleri üzerinde uygulanan kota sınırlaması da esnetilmiştir. Japon ve Kuzey Kore filmlerine yönelik yasaklar ise BIFF gibi büyük festivallerde yapılan gösterimler ile delinmiştir.¹² Yabancı kültürel içeriklere yönelik yasaklara yazının ilerleyen kısımlarında değinilecektir.

Moon Hwang Kyung'a göre (2018) 1960'lardan 1990'lara değin Kore'deki siyasi tarihe diktatörlük rejimleri¹³ ve bunlara karşı verilen demokrasi mücadeleleri damgasını vurmuştur: Örneğin Rhee Syngman'a karşı 1960'larda ortaya çıkan öğrenci olayları, ABD yanında 1965'de Vietnam Savaşı'na asker gönderilmesi, 1975 yılının Bahar'ında açıklanan 9 Numaralı Olağanüstü Hal Önlemi ile devlet karşıtı olarak görülen herhangi bir ifade ve hareketin sonucunda doğrudan tutuklama yetkisi, 18 Mayıs 1980 Jeolla eyaletinin başkenti Gwangju'daki Gwangju Ayaklanması, Haziran 1987 öğrenci ve işçi olayları gibi (Kyung, 2018, s. 160-191). 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 (Kyung, 2018, s. 210). Ancak,

istihdam eden yapımcıların film üretmesine olanak tanımaktaydı. Üstelik 1963 Anayasası, kamu ahlakını korumak için film ve eğlence içeriklerine devletin sansürünü meşru ve gerekli görmekteydi. Park rejimi altında anti-komünist film ödülü de tesis edilmişti. Hükümet propagandası yapan filmlerin yapımcıları bu rejimde ödüllendirilmekteydi. Kore'de gösterilecek yabancı film sayısı da yılda 30 olarak sınırlandırılmıştı.

¹¹ 1988 yılında Seul'de gerçekleşen Yaz Olimpiyatları ile başlayan ve 1990'lardaki öğrenci hareketlerini de konu edinen *Reply 1988* adlı televizyon dramasını bu noktada, bir mahallede yaşayan farklı ailelerin zaman içinde yaşamlarının toplumsal, ekonomik ve kültürel olarak nasıl değiştiğini, toplumsal cinsiyet rollerini ve sınıf ilişkilerini de ortaya koyması açısından "saha gözlemi" için öneriyorum.

¹² Özellikle BIFF'in Kore hükümetinin sansür politikasına karşı sansürsüz bir gösterim mekânı olarak önemli bir rol oynadığını belirtelim. Hatta 1996 da ilk kez Mamaru Oshii'nin *Kabuktaki Hayalet* (*Ghost in the Shell*, 1995) dahil olmak üzere 15 adet Japon filminin BIFF'te gösterimi gerçekleşmiştir. BIFF, Kore'de Kuzey Kore filmlerinin gösteriminin de ilk kez gerçekleşmesine aracı olmuştur.

¹³ Sırasıyla Park Chung Hee (1962-1979), Chun Doo Hwan (1980-1988) ve Roh Tae Woo (1988-1993) dönemlerini diktatörlük rejimleri olarak saymak mümkündür.

IMF borçları Kore hükümeti tarafından tarihinden önce ödenmiş ve Güney Kore sanayi sonrası ekonomiden enformasyon temelli yeni ekonomiye geçişi gerçekleştirmiştir. Kim Dae Jung'un (1998-2002) "Gün Işığı" Politikası ile Kuzey Kore ile olan ilişkilerin normalleştirilmesine yönelik başlangıç yapılmıştır (Kyung, 2018, s.211). 2002 yılında Japonya ile ortaklaşa düzenlenen Dünya Kupası'nın akabinde, liberal bir siyasetçi olan Roh Moo Hyun Başkanlığa (2003-2007) seçilmiştir. Roh hükümeti ülke içinde daha yüksek sosyo-ekonomik eşitliğin sağlanması ve yüksek düzeydeki merkezileşmenin yumuşatılması için idari başkentin Seul'den taşınması hedeflerini uygulamaya koymuştur. Roh'u takiben 2007 yılında Başkan seçilen Lee Myung Bak (2008-2012), Hyundai İnşaat Şirketinin Başkanlığı ve Seul Belediye Başkanlığı yapmıştır. Bu dönemde kültür politikaları hızla "Hallyu-hwa"ya (Hallyulaştırma) dönüşerek, tekrar agresifleşmiştir. Başkan Lee ile kültür politikaları yine sağ muhafazakâr bir söyleme bir yandan da oldukça tecimsel bir yöne kaymıştır. Lee hükümeti, Hallyu'yu üç döneme (Hallyu 1.0, Hallyu 2.0 ve Hallyu 3.0) ayırarak, K-pop'un egemenliğindeki Hallyu 3.0'ı¹⁴ önemsemiştir (KOFICE, 2018). Lee hükümetinin kültür politikasında altı çizilmesi gereken bir diğer husus, televizyon şebekelerinin içeriklerini denetleyen *The Korea Communications Commission*'ın (KCC) hükümet baskısı ile kanallar üzerindeki içerik sansürünü arttırmasıdır (Berg, 2015, s. 2005). "Hallyu-hwa" söylemi ile içeriklerin zenginleşmesi ve yaratıcılığın artması beklenirken, bu dönemde özellikle TV kanallarının yayınlarında yoğun bir sansür ve cezalar uygulanmıştır. 2012 yılında Park Geun Hye'nin Başkan seçilişi (2012-2017) ile kültür politikasında beyaz ve kara listelerin oluşturulduğu bir döneme girilmiştir (KOFIC, 2018a, s. 7).¹⁵ Park hükümeti Lee'nin kurduğu "Hallyu Kültürü Geliştirme Konseyi"nin çalışmalarını devam ettirerek, Hallyu içeriklerin çeşitlenmesini amaçlamıştır. Kore halkı tarafından Park yönetiminin bir tarikata kamu kaynaklarının aktarılması yolsuzluğu üzerine istifaya zorlanması ile 2017 yılında Moon Jae In Başkan seçilmiştir.

Her iki Kim döneminde kültür alanı "yeni ekonomi" alanı olarak tanımlanmıştır. Kore hükümetleri, kültür endüstrileri içerisindeki bazı özgül endüstri kollarını desteklemek yerine, ulusal ekonomik kalkınma modeline paralel olarak kültür endüstrilerini telekomünikasyon, elektronik,

¹⁴ Hallyu 3.0, K-pop'un egemenliğinde, dijital oyun, drama, yemek, dil gibi içeriklerden oluşur ve hedefi tüm dünya pazarıdır (KOFICE, 2017, s. 16).

¹⁵ Bu listelerin varlığı yakın zamanda Moon Jae In hükümeti ile birlikte ifşa edilmiş ve kara listede yer alan sanatçılardan devlet adına özür dilenmiştir. Bu listelerin varlığından KOFIC'deki görüşmemde uzman Kim de bahsetmiştir.

multimedya endüstrileri gibi diğer sektörlerle entegre etme yolunu seçmiştir (Kwon & Kim, 2013, s. 518). Bu çalışmada daha sonra üzerinde durulacağı üzere gerek içerik gerekse teknolojik yakınsama Kore'de yaratıcı kültürel içerik endüstrisinin önemli bir özelliği olarak ortaya çıkmaktadır. Seung Ho Kwon ve Joseph Kim'de belirttiği üzere, bu süreçte kültürel içerikler, yalnızca Kore'nin ulusal kimliğinin bir parçası olarak görülmeyip, ticari görünürlüğü ve ekonomik değeri ölçüsünde Kore kültür politikasında yeniden tanımlanmıştır (2014, s. 424). Özetlersek, Kim Young Sam hükümeti, Kore film ve müzik endüstrisindeki ağır sansürü kaldırıp, yabancı çokuluslu şirketlerin ve *chaebolları*¹⁶ kültür endüstrisi alanına girmesine olanak tanımıştır. Kim Dae Jung hükümetinde Başkan Kim, "Kültür Başkanı" olarak ün salmış, drama, film, müzik ve çevrimiçi oyun endüstrisinin ulusaşırı tüketiminin yaygınlaşması için politikalar geliştirmiştir. Tüm bu politikaların yaşama geçmesinde Kültür Spor ve Turizm Bakanlığı özel bir yere sahiptir. Başkan Roh döneminde 1990 yılında Kültür Bakanlığı ilk kez tek başına bir bakanlık olarak kurulmuştur (Kwon & Kim, 2013, s. 522). Bakanlık bünyesinde ilk kez Kültür Endüstrisi Bölümü 1994 yılında kurulmuş olup bütçesi 5,4 milyar KRW'dur (Kore Wonu). 1999 yılında bu bölümün içinde kültür endüstrisi koordinasyon, film ve video destekleme, yayım ve gazetecilik, oyun ve müzik, kültürel metalar alt bölümleri oluşturulmuştur ve bütçesi 100 milyar KRW'dur. 2004'e gelindiğinde ise, bütçesi 172,5 milyar KRW'a yükseltilmiş, kültür endüstrisi bölümünün yanı sıra kültürel medya bölümü de oluşturulmuştur. Kültürel endüstri bölümü altında, kültür endüstrisi politikası ve içerik destekleri olmak üzere iki yeni alt bölüm kurulmuştur. 2007 yılında ise, Bakanlık içinde her iki bölümün koordinasyonunu sağlamak üzere Kültür Endüstrisi Merkezi kurulmuş, bütçe 197,7 milyar KRW'a çıkmıştır. Bu dönemde yeni kurulan alt bölümler olmuştur: oyun endüstrisi, yeni medya, telif hakları, teknoloji emek gücü. 2012 yılında ise, bütçe 249,1 milyar KRW'a yükselip, bölümler yeniden yapılandırılmıştır. 2007'de kurulan bazı alt bölümler kapatılırken, popüler kültür endüstrisi, kültürel üretim ticareti gibi yeni alt bölümler açılmıştır (Kwon & Kim, 2014, s. 429). Kültür Spor ve Turizm Bakanlığı'na bağlı kurulan *Korean Creative Content Agency (KOCCA)*,¹⁷ *Korean Culture and*

¹⁶ *Chaebol*, büyük aile şirketleri anlamına gelmektedir. Örneğin, Samsung, Lotte, Hyundai, LG gibi.

¹⁷ KOCCA'nın Kore hükümetinin yaratıcı içerik endüstrisi politikasında oynadığı rol ayrı bir yazının konusudur. Kore'deki saha çalışmasında KOCCA'nın Naju'daki merkezine gidilerek, bu konuda Gelecek Politikaları Araştırması Takım Lideri Dr. Baek Seung Hyeok ile 4 Nisan 2018'de kapsamlı bir görüşme gerçekleştirilmiştir. Bkz. www.kocca.

Information Service (KOCIS),¹⁸ *Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE)*¹⁹ ve *Korean Film Council (KOFIC)* Kore hükümetlerinin kültür politikalarını geliştirmede ve uygulamadaki en önemli kurumsal aktörleridir.

Bu noktada Kore hükümetlerinin kültür politikasının 2017 Genel Seçimleriyle kısmen değiştiğini belirtelim. 2017 Genel Seçimlerinde sosyal demokrat bir politikacı olan avukat Moon Jae-In "Halkın Milleti" sloganıyla Başkan seçilmiştir. Moon Jae-In hükümetinin kültür politikasında "insanlar için kültür" tanımına geçilirken, "Halkın ülkesi, adaletli Güney Kore" sloganı geliştirilmiş, Kore dalgası da "nazik Hallyu" olarak, diğer kültürlerle işbirlikleri ve iletişimle yayılmalıdır şeklinde yeniden tanımlanmıştır (KOFICE, 2018). Moon yönetimi ayrıca Park yönetimi uygulamalarına karşı kültür endüstrisi alanında çalışanların "özgürlük" ve "yaratıcılığına" vurgu yapmıştır. Görüleceği üzere, Kore'de kamu erkinin yaratıcı içerik endüstrisine devlet desteği verilmesine ilişkin müdahaleci ve düzenleyici eli/rolü ortadan kalkmamış, ancak söylem "karşılıklılığı" ve "özgürlüğü" kapsayacak bir şekilde revize edilmiştir. Moon hükümeti tarafından da kültürel diplomasi aracı olarak Hallyu'nun kullanımı (Pyongchang Kış Olimpiyatları'nın kapanışında EXO, Malezya'da Yaz 2018'de düzenlenen Asya Oyunları'nın kapanışında Super Junior'ın, BM Genel Kurulu'nda 2020 UNESCO Gençliğin Güçlendirilmesi Kampanyasında konuşmacı olarak BTS'in yer alması vb.) devam etmektedir. Hiç kuşkusuz, Moon hükümeti de yaratıcı içerik endüstrisini başarılı bir kültürel ekonomik formülasyon olarak görmeye devam etmektedir.

Kore'de Sinema Endüstrisine Yönelik Hükümetlerin Politikaları

Erken dönem Kore sinemasıyla ilgili olarak Jim Myn Parc, Japon askeri ve sömürgeci rejimi tarafından Kore'nin işgal edildiği 1910-1945 döneminde oldukça ağır baskı ve sansür rejimi altında kaldığını belirtmektedir (2016, s. 1). Örneğin, 1942 yılında Kore dilinde film çekilmesi Japon sömürge rejimi tarafından tamamen yasaklanmıştır. 1950-1953 Kore Savaşı'ndan

kr (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2019).

¹⁸ KOCIS Uluslararası Araştırma Analizi Sorumlu Müdürü Kang Choi ile 21 Mart 2018 tarihinde Seul'de KOCIS'in Kore hükümetinin yaratıcı içerik politikası konusunda görüşülmüştür. Bkz. www.kocis.go.kr (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2019).

¹⁹ KOFICE Politika Bölümü Gelecek Araştırması Takım Lideri Dr. Nam Sang Hyun ile 21 Mart 2018 tarihinde Seul'de KOFICE'nin Kore hükümetinin yaratıcı içerik politikası konusunda görüşülmüştür. Bkz. www.kofice.or.kr (Erişim Tarihi: 14 Şubat 2019).

sonra da, Kore sineması devletin anti-komünist tehdit, Kuzey Kore rejimi ile Çin'in şeytanileştirilmesi söylemleri tarafından hem içerik hem de ekonomik olarak baskılanmıştır.

Hyae Joon Kim sinema endüstrisinde uygulanabilecek kültür politikalarının üç tür olduğunu belirtmektedir: denetim modeli, destek modeli ve serbest pazar modeli (TY, s. 351). Kore sinema endüstrisi üzerinde hükümetin uyguladığı kültür politikası 1980'lerin sonuna değin denetim modeli olmuştur. Mee Hyun Kim de Kore sinema endüstrisi üzerindeki düzenlemeleri ele aldığı çalışmasında, sömürgecilik sonrası dönem ile savaş sonrası Kore sinemasının 1950'lerin sonu ve 1990'ların başı olmak üzere bir dönemde ele alınabileceğini belirtir. Bu dönemde sinema endüstrisinin ekonomi politiğini Seul'un Chungmuro bölgesindeki yapımcılar ile bölgesel dağıtımcılar yönetmektedir. 1962 tarihli Sinema Filmleri Yasası²⁰, film üretimini (sayı ve içerik dâhil) hükümetin denetimine bırakmıştır. Çok az sayıda yapımcının yabancı film ithal etme ve gösterime sokma hakkı vardır (Parc, 2016, s. 3). Yabancı film ithal etme kotası, özellikle Kore sinema endüstrisinin varlığını güçlendirmek kadar istenmeyen dış etkilere karşı da Kore halkını korumaktadır.²¹ Milim Kim, Kore hükümetinin 1973 yılında *Korean Motion Picture Promotion Corporation* (KMPPC) kurduğunu ve bu Komite aracılığıyla yabancı filmlerin gösteriminden elde edilen gelirlerin yerli filmlerin üretiminin desteklenmesinde kullanılmasının amaçlandığını belirtmektedir. Bu Komitede oluşan kaynaklar ile Kore filmlerinin dış pazarlarda tanıtımı için broşürler üretilmiştir. 1984 yılında Kore hükümeti *Korean Academy of Film Arts'ı* (KAFA) kurmuştur (Kim, 2011, s. 173). Film endüstrisinin çeşitlenmesi ancak 1990'larda Hollywood filmlerine yönelik ithal kotasının ortadan kalkmasıyla mümkün olmuştur. 1980'lerden itibaren Kore-ABD dış ticaret görüşmelerinde, sinema endüstrisindeki korumacılık konusu da gündeme gelmiş, Hollywood şirketlerinin Kore'de yerel büro açmalarına, gösterim kotası limitlerinin ve içeriğe yönelik sansürün esnetilmesine karar verilmiştir. Kore-ABD gümrük tarifeleri görüşmeleri ve anlaşmanın sonucunda, *UIP, 20th Century Fox, Warner Brothers, Columbia Tristar, Buena Vista* gibi şirketler Kore'de bölgesel bürolarını hizmete sokmuşlardır. Böylece Hollywood yapımcıları ve dağıtımcıları 1990'lardan itibaren

²⁰ Ocak 1962'de yürürlüğe giren Sinema Filmleri Yasası, dokuz kez değiştirilmiştir. Temmuz 1996'da Film Destekleme Yasası adına almıştı.

²¹ Parc'ın çalışması, yabancı film ithal etme kotasının, beklenildiği gibi Kore'de yapımcıların kaliteli "yerli" filmler çekmesine bir katkısı olmadığını göstermektedir (2016, s. 3-7).

Kore pazarında tüm sinema salonlarına doğrudan dağıtım ile girme şansı bulmuştur.

KMPPC 1990-1999 arasında senaryo destekleri vermeye başlamış, film stüdyolarının kurulması, teknik araç gereçlerin yenilenmesi, yabancı ülkelerde teknisyen eğitimi, film dağıtım fuarlarına katılıma destek verme gibi rolleri üstlenmiş; 2000-2010 arasında ise, HD film üretimini desteklemiş, sanat ve bağımsız filmlere destek geliştirmiş, uluslararası ortak yapımlara, düşük bütçeli filmlere destek vermiş, bağımsız ve öğrenci filmlerinin yapım sonrası desteklerini, senaryo pazarı desteklerini, bölgesel medya merkezlerinin açılmasını, Kuzey-Güney Kore filmlerinin değişimine yönelik destek programlarını geliştirmiştir. Ayrıca dağıtım alanında da, bağımsız filmlerin DVD üretimi ve dağıtımına, altyazı çeviri hizmetine, Asya film endüstrisi ağının oluşmasına, Asyalı film profesyonellerinin eğitilmesine, Kore sineması üzerine yayınlara, ticari ve bağımsız Kore filmlerinin Japonya'da dağıtımına, Koreli film yapımcılarının uluslararası film festivallerine ve uluslararası yapım atölyelerine katılmasına destek vermeyi görev edinmiştir (Kim, 2011, s. 174). KAFA bünyesinde oluşturulan eğitimler de Kore sinema endüstrisinin gelişmesine katkı vermiştir (Kim, 2011, s. 179).

Kim Yong Sam'ın Başkanlığı'nda hem denetim hem de serbest pazar modelinin birlikte var olmaya devam ettiği söylenebilir. Kim Young Sam döneminde, sinema endüstrisi hizmet endüstrisi yerine üretim endüstrisi olarak yeniden sınıflandırılmıştır (Parc, 2016, s.10). Böylece sinema endüstrisine yönelik vergi muafiyetlerinin, banka kredi borçlanmalarının önü açılmıştır. Kim Dae Jung'un döneminde ise destek modeline geçilmiştir. Kim Mee Hyun Kore sinema endüstrisinin ikinci dönemini pazarın liberalleşmesinin ardından büyük sermaye gruplarının yatırım yaptığı bir dönem olarak tanımlar. 1990'ların ortalarından itibaren Samsung, Daewoo, Byucksan, Haitai, Hanbo, SCK, Saehan, Jinro, Hyundai, LG gibi büyük şirketler bu alana hızla yatırımcı olarak girmiştir. Ancak, 1999 ekonomik krizi bu şirketlerin tekrar sinema endüstrisinden çekilmesine yol açmıştır. Buna karşın CJ Entertainment, Tonyang, Lotte gibi şirketler kültür endüstrisi alanında doğrudan içerik yerine dağıtım ve gösterim salonlarına yatırım yapmaya devam etmiştir. Örneğin, CJ Entertainment 11 perdeli Gangbyeon CGV'yi 1998'de, Tongyang Megabox'ı, Lotte de Lotte Cinema'yı 1998 yılında hizmete sokmuştur. 1997'de 507 olan sinema salonu sayısı bu yatırımlar ile 2005 yılında 1648'e ulaşmıştır (Kim, TY, s. 417). 1998 yılı Kore sinema endüstrisi açısından finans birikiminin de

yatırımcı olarak sektöre girdiği önemli bir tarihtir. Kang Je Kyu'nun *The Gingko Bed* (1995) filmi Ilshin Investment tarafından desteklenmiştir. Aralık 1995'de yenilenen Film Destek Yasası, 1999 yılında tekrar yenilenmiştir. Bu yenilenme ile KOFIC kurulmuştur. Kim Hyae Joon'un deyişiy-le KOFIC'in kuruluşundaki temel amaç, sinema endüstrisinin özgürlüğüne saygı duyacak destek politikalarını etkili hale getirmektir (TY, s. 355). Bundan sonra küçük ve orta ölçekli işletme destekleri ve KOFIC film destekleri endüstriye dâhil olmuştur. Günümüzde film yapımı için maddi kaynaklar yalnızca finans birikimi ile değil, dağıtımçıların yatırımı ve kamu fonları ile birlikte sağlanmaktadır. Bu noktada Parc şu soruyu sorar, Kore hükümeti kimleri desteklemektedir? Bu noktada bazı araştırmacılar Kore hükümetinin ağırlıklı olarak tanınmış yıldızları Kore "ulusal markasını" parlatmak için desteklediği eleştirisinde bulunmaktadır (Choi & Kim ile Oh & Lee'den aktaran Parc, 2016, s. 11).

Kim Mee Hyun'a göre, Kore sinema endüstrisinin 2000'li yıllarda ortaya çıkan başarısı ve küresel çekiciliği, içerik sansürünün ortadan kalkması ve pazarda serbest rekabet koşullarının ortaya çıkması ile olanaklı olmuştur (TY, s. 418). Parc ise Kore sinemasının 2000'li yıllardaki başarısını büyük şirketlerin sinema ekosistemine yatırımlarıyla ilişkilendirir (2016, s. 13). Benzeri şekilde Su Hyun Berg de *chaebolların* endüstriye girişlerinin yerel izleyicinin yakalanması ve üretimin niteliğinin artmasında etkisi olduğunu belirtmektedir (2015, s. 1996). Örneğin, 2000'li yıllarda *Shiri* (Kang Je Gyu, 1999), *JSA* (Park Chan Wook, 2000) *Friend* (Kwak Kyung Taek, 2001) gibi filmler büyük şirketlerin yatırımlarıyla Kore'de gişe rekorları kırmıştır. Kim Hyae Joon da Kore sinema endüstrisinin yaptığı atılımın ifade özgürlüğü ile ilişkili olduğunu belirtir (TY, s. 352). Çünkü bir filmi izleyici açısından çekici kılan yaratıcılıktır, yoksa finansal olarak destek bulması değil. Kim Dae Jung hükümetinin "Destek ver ama müdahale etme" politikası, sinema endüstrisinde genç kuşakların yaratıcılığını desteklemiştir.

Kore Film Konseyi (KOFIC)

Busan'da KOFIC'de görev yapan ve 24 Nisan 2018'de görüştüğüm Kim Hong Chon şöyle diyor: "KOFIC Kore Turizm Bakanlığı'nın altında çalışan bir enstitü ve asıl işimiz Kore filminin yerli ve uluslararası olarak tanıtımını yapmak. Gişe bilgisini topluyor, film endüstrisi araştırması ve eğitimi düzeltmek için birçok iş yapıyoruz. KAPA isimli Kore Film Akademisini işletiyoruz. Film yapımı ile ilgili eğitim, enstitü ve teknik gelişim, KOFIC'in yaptığı ana iş bu."

KOFIC yukarıda daha önce belirtildiği üzere Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı'na bağlı özel bir ajanstır. KOFIC, 90'ların sonu 2000'lerin başında Kim Dae Jung yönetimiyle hükümetin doğrudan baskısından kurtulmuş ve otonom hareket etmeye başlamıştır. Ancak Park hükümeti ile KOFIC özellikle oluşturulan kara listeden çok etkilenmiş, KOFIC hükümetin propaganda amaçlı destek vermeyi kararlaştırdığı içeriklere destek vermenin bir aracı olarak kullanılmıştır. KOFIC'de görüştüğüm uzman Kim de bunun altını çizmektedir. Şu an iktidarda olan Moon dönemi ile KOFIC tekrar otonomluğuna kavuşmuş gözükmektedir. KOFIC'in amaçları arasında, Kore içinde yerel film endüstrisini geliştirmek ve desteklemek, Kore filmlerinin uluslararası pazarda bilinirliğini ve izlenmesini arttırmak, uluslararası ortak yapımları geliştirmek, Kore filmleri ve sinema endüstrisi ile ilgili araştırmalar yapmak ve istatistikler tutmak, sinema endüstrisinde çalışan profesyonellerin sürekli eğitimini sağlamak, film çekimleri için Namyangju Stüdyoları'nın kullanımını temin etmek, dijital sinema, 3D gibi sinema endüstrisinin geleceği ve yeni teknolojileri kullanması konusunda araştırmalar yapmak, Kore sinemasının gelişmesi için fon oluşturmak, sinema salonlarına destek vermek, sinema biletlerinin satışını takip etmek, Kore filmlerinin gösterim standartlarını yönetmek ve geliştirmek yer almaktadır. KOFIC'in özellikle Kore'de çekilen uluslararası yapımların arttırılması yönünde yakın zamanlarda uygulamaya başladığı bir başka destek programı vardır. Örneğin, bu destek programından Busan'da çekilen popüler bir Hollywood filmi *Black Panther* (Ryan Coogler, 2018) yararlanmıştı.

KOFIC'in örgüt yapısına bakıldığında Konsey'in çalışmasının alt gruplara bölündüğünü ve görev tanımlarının çok net yapıldığı görülmektedir. Alt Komitelerin Rollerini Tablo 1 de şu şekilde sıralanmıştır:

Aşağıda Tablo 2'de görüleceği üzere yıllar içinde yabancı filmlerin Kore'de gösterim sayısı artmakla birlikte pazar payları ve gelirleri Kore filmleri karşısında çok yüksek bir şekilde artmamış, pazar payı ve geliri Kore filmleri lehine yükselmiştir.

No	Alt Komite Adı	Alt Komitenin Görevleri
1	Video Endüstrisi Destekleme Alt Komitesi	<p>Madde 49'a koşut olarak video endüstrisinin geliştirilmesi ve pazar yönelimi ve politikasının oluşturulması.</p> <p>Video endüstrisinin desteklenmesinde gerekli uygulamaların gerçekleştirilmesi.</p> <p>Film, yayıncılık ve iletişim gibi yakınsak medya ortamlarının üretimi için politika ve uygulamaların yürütülmesi.</p>
2	Sanat Destek Alt Komitesi	<p>Film Destek Yasasındaki madde 27 gereği Kore Sinemasına, madde 38(1)2 gereğince de sanat sineması gösteren özel salonlara destek verilmesi.</p> <p>Film Destek Yasası madde 29 gereği, gösterim sınıflandırması yapmak.</p>
3	Süreç için Uygun Ortamın Yaratılması Alt Komitesi	<p>Sinema endüstrisindeki haksız rekabeti takip etmek ve iyileştirmek.</p> <p>Film endüstrisindeki haksız eylemler hakkında önlemler almak.</p> <p>Film endüstrisinde haksız eylemlere karşı Adil Ticaret Komisyonunu takip etmek.</p> <p>Film endüstrisinin ağ üzerinden gösteriminde sistem geliştirmesi ve politika için önerilerde bulunmak.</p> <p>Film Destek Komitesi Başkanı'nın diğer isteklerini yerine getirmek.</p>
4	Filmlerde Kültürel Çeşitlilik Alt Komitesi	<p>Kültürel çeşitliliği geliştirmek için sanat filmlerini, bağımsız filmleri, azınlık filmlerini, sinematekleri desteklemek için kurumsal politikaların uygulanması için önerilerde bulunmak.</p> <p>Kültür ve görsel kültür alanında film endüstrisinde kültürel çeşitliliğin sağlanması için rehberlik yapmak.</p>
5	Yurtdışında Kore Filmlerinin Yaygınlaşması için Alt Komite	<p>Kore filmlerinin küresel ölçekte rekabet gücünü arttırmak ve orta ve uzun vadeli yurtdışı yayılım stratejileri geliştirmek.</p> <p>Ortak yapımları arttırmak ve çekim için mekânların cazibesini arttıracak stratejiler geliştirmek.</p> <p>Yabancı video çekim yerleri için değerlendirmelerde bulunmak ve öneriler geliştirmek.</p> <p>Diğer Kore filmlerinin küreselleşmesi için öneriler geliştirmek.</p>

Tablo 1. KOFIC Alt Komitelerinin Rollerini

YIL	Kore Filmleri			Yabancı Filmler			Toplam	
	Yıl	Toplam Gösterilen Film Sayısı	Girişler (milyon)	Pazar Payı (%)	Toplam Gösterilen Film Sayısı	Girişler (milyon)	Pazar Payı (%)	Gösterilen Film Sayısı
2008	110	62.05	42.1	270	85.38	57.9	380	147.43
2009	119	75.64	48.7	243	79.75	51.3	362	155.40
2010	142	68.84	46.6	287	78.92	53.4	429	147.76
2011	152	82.87	51.9	290	76.86	48.1	442	159.72
2012	175	114.61	58.8	466	80.28	41.2	641	194.89
2013	183	127.29	59.7	724	86.06	40.3	907	213.35
2014	217	107.70	50.1	878	107.37	49.9	1095	215.07
2015	257	112.94	52.0	946	104.36	48.0	1203	217.30
2016	337	116.56	53.7	1236	100.47	46.3	1573	217.03
2017	494	113.90	51.8	1271	105.97	48.2	1765	219.87

Tablo 2. 2008-2017 yılları arasında Yerli ve Yabancı Film Gösterimleri, Gelirler ve Pazar Payları (KOFIC, 2017, s. 15).

2017 yılına ilişkin KOFIC'in hazırladığı raporda, özellikle bağımsız Kore sinemasının dağıtım sorunlarına değinilmiş, bağımsız filmlerin ancak Busan, Bucheon ve Jeonju'da düzenlenen festivallerde gösterim şansı bulunduğu belirtilmiştir (2018a, s. 13). 2017 yılında Kore'de gişe hasılatı sıralamasında ilk üç film Kore filmidir: *A Taxi Driver*²² (Showbox Inc.) 84.78 milyon ABD doları gişe hasılatı ile 1906 salonda 12.186.327 seyirciye ulaşmıştır; *Along with the Gods: Two Worlds* (Lotte Shopping, Lotte Ent.Co. Ltd) 60.45 milyon ABD doları gişe hasılatı ile 1912 salonda 8.539.524 seyirciye ulaşmıştır; *Confidential Assignment* (CJ E&M Corp.) 7.817.631 ABD doları gişe hasılatı ile 1392 salonda gösterime girmiş 7.817.631 seyirciye ulaşmıştır (KOFIC, 2018a, s. 16). 1971 ve 2017 yılları arasındaki gişe hasılatı rekoru kıran on filme ilişkin istatistiğe bakıldığında da Kore filmlerinin bu listenin dokuz filmini oluşturduğu görülecektir (Bkz. Tablo 3).

KOFIC'de görüşülen uzman Kim Hong Chon Kore sinemasının Hal-lyu içeriklerden farkını bu noktada şöyle vurgulamaktadır:

2000'lerden beri Kore endüstrisinde birçok değişim oldu. Birçok yönetmen, film festivalinde ortaya çıktı. Ama 2000'lerden asıl nokta,

²² Hun Jang'ın yönettiği film 1980'lerde Gwangju ayaklanması sırasında geçen politik sinema örneğidir.

Sıra	Filmin Adı	Gösterim Tarihi	Ülke	Girişler	Dağıtıcı
1	Roaring Currents	2014.7.30	Kore	17.613.682	CJ E&M Corp.
2	Ode to My Father	2014.12.17	Kore	14.257.115	CJ E&M Corp.
3	Avatar	2009.12.17	ABD	13.624.328	20 th Century Fox Kore
4	Veteran	2015.8.5	Kore	13.414.009	CJ E&M Corp.
5	The Host	2006.07.27	Kore	13.019.740	Showbox Inc.
6	The Thieves	2012.7.25	Kore	12.983.330	Showbox Inc.
7	Miracle in Cell No.7.	2013.1.23	Kore	12.811.206	Next Ent.World
8	Assasination	2015.7.22	Kore	12.705.700	Showbox Inc.
9	Masquerade	2009.9.13	Kore	12.319.542	CJ E&M Corp.
10	King and the Clown	2005.12.29	Kore	12.302.831	Cinema Service Co. Ltd.

Tablo 3. 1971-2017 yılları arasında gişe hasılat rekoru kıran filmler (KOFIC, 2018a, s. 17).

Kore filmi ve yönetmenleri dünya çapında ilgi çekti. Cannes, Berlin, Venedik'te gösterildi. Kore filmi, K-pop ya da Kore dramasından gerçekten farklı. Kore filmi hiç ticari değil. Asya'daki birçok genç Hong Sang Soo'yu bilmiyor. Kitlesele medyadan (ya da) K-pop'tan, Kore filmi farklı. Gençler drama ya da K-pop görmek istiyor. K-pop starı. Aktörler ya da aktrisler. Fakat belki de Kore filmi tüketim şekline dolaylı farklı. Drama (ya da) K-pop'u, YouTube (veya) ücretsiz TV'den izleyebilirler ama eğer filmi görmek istiyorsanız, sinemaya gitmek ve ödemek zorundasınız, fakat özellikle Asya'da yapmıyorlar, bunu ödemek için çok fazla paraları yok (Kim Hong Chon, kişisel görüşme, KOFIC, Busan, 24 Nisan 2018).

Kim'in belirttiği gibi, Japonya'da Kore filmlerini sinemada izleme kültürü varken, Orta Doğu, Latin Amerika gibi ülkeler ile diğer Asya ülkelerinde Kore filmleri İnternet üzerinden izlenmektedir (KOFICE, 2017, s.30). Bu şekilde izleme pratiklerinin telif hakları üzerindeki olumsuz etkisi Kore sinema endüstrisi için bir sorun teşkil etmektedir.

KOFIC'ın hazırladığı *Status & Insight Korean Film Industry 2017* raporunda özellikle ülke genelinde gösterim merkezlerindeki tekelleşme sorununa dikkat çekilmiştir. CGV, Lotte Cinema ve Megabox, ülke genelinde gösterimlerin %97'sini paylaşmaktadır (2018b, s.6). Gösterim tekelinin kırılması için, pazara yeni aktörlerin girmesinin desteklenmesi gerekmektedir. KOFIC uzmanı Kim, sinema filmi desteklerini ise şu şekilde açıklamaktadır:

Film endüstrisinin yapım maliyetinin iki yolu vardır. Birincisi, dünyanın herhangi bir ülkesinde olduğu gibi hibe. Film yapmak için kamusal hibe alırlar. Diğer yol ise oldukça Kore film endüstrisine özeldir. Kore endüstrisinin başarısı: HÜKÜMET FONLARI. Yüzde ellisi hükümete aittir. Diğer kısmı ise finansal kısımdır, yatırım şirketi gibi. Fona yatırım yaparlar ve 10 yıl boyunca devam eder. Hangi yapıma/üretim için yatırım yapacaklarına dair bir karar alırlar. Bu da yapıma desteklemenin diğer yoludur. Böylece, iki (yolumuz) vardır. Fon genellikle gişe hasılatında görülür, yapmak zorundalar çünkü para kazanmak için yatırımda bulunuyorlar. Sanatsal kısmı biz sağlamak zorundayız (Kim Hong Chon, kişisel görüşme, KOFIC, Busan, 24 Nisan 2018).

KOFIC *auteur* sinemasını da desteklemektedir; ancak görüşmede Kim'in belirttiği gibi çevrimiçi izleme pratikleri *auteur* sinemasını ya da sinemaya gitme pratiklerini değiştirmektedir:

Bağımsız sinema programını destekliyoruz, *auteur* sineması... ancak sinemayı tüketim şekli de değişiyor. Alışveriş merkezine gidiyorlar, sonrasında film izliyorlar. Sinema salonuna artık gitmiyoruz, böylece tüketim şekli değişiyor. Ve *auteur* sineması, desteklememize rağmen, *auteur* sinemasının izleyicisi azalıyor. KOFIC'in büyük bir sorunu bu. Ayrıca, söylediğiniz gibi insanlar çevrimiçi streaming (yayın/akış) ile filmi izliyorlar, böylece bu da diğer bir problem (Kim Hong Chon, kişisel görüşme, KOFIC, Busan, 24 Nisan 2018).

Kore sinema endüstrisinde farklı medya içerikleri üreten şirketlerin rolü artık kalıcı hale gelmiştir. Sinema endüstrisine yatırım yapan CJ Grup, Kore dışında Tayland, Malezya ve Vietnam'da doğrudan müşteriye çevrimiçi satış işine gireceğini ilan etmiştir. JTBC kablo kanalını ve Megabox sinema salonlarının sahibi Joongang Medya Grubu alanda yatırıma devam edeceğini belirtirken, New grubu sinema salonu açmanın yanı sıra, drama üretimi ve dağıtımını işine de gireceğini belirtmiştir. CGV yatırımlarını sanat sinemasına, Megabox da orta bütçeli tür sinemasına yönlendirmiştir. Kore sinema endüstrisi geleceğini OTT (*Over the Top*)²³ alanında görmekte, yapımcılar ve dağıtımcılar buna yönelmektedir (KOFIC, 2018b, s.7). Aslında OTT hizmet sağlayıcıları küresel müzik pazarını çoktan değiştirmiştir. Şimdi OTT hizmet sağlayıcıları devletin endüstriye yönelik düzenlemelerinden muaf bir şekilde, sinema filmi izleme ortamını ve izleme pratiklerini etkilemektedir (KOFICE, 2018:271).

²³ *Over The Top* için bakınız: <https://www.btnet.com.tr/televizyonun-gelecegi-ott-hakinda-bilmek-istediginiz-hersey-konuk-yazar/> (Erişim Tarihi: 10 Şubat 2019).

Küresel OTT hizmet sağlayıcılarından Netflix, 2016'da *Train to Busan*'ın (Yeon Sang-ho) ve *Pandora*'nın (Park Jong-woo) dünya haklarını, Amazon ise *The Handmaiden*'in (Park Chan-wook) dünya haklarını satın alırken, 2017 yılında Netflix ABD pazarı için *Steel Rain* (Yang Woo seok) ile *Psychokinesis*'in (Yeon Sang-ho) haklarını satın almıştır (KOFIC, 2018b, s. 47). 2017 yılında Kore filmlerinin en çok ihraç edildiği bölgeler sırasıyla %53.2 Asya, %12.1 ile ABD, %9.3 Avrupa, %3.8 Latin Amerika, %1.0 Avustralya vd., %0.4 Orta Doğu, %20.1 diğerleridir (KOFIC, 2018b, s. 48). Asya bölgesi içinde Kore filmlerinin en yoğun alıcısı olan Çin THAAD füzeleri sorunundan dolayı, Kore menşeli içeriklerin ithalatına sınır koymuştur. Bundan ötürü de kültürel içeriklerin ihracatında Çin'in pazar payı oldukça düşmüştür. Hindistan yeniden yapım haklarının satışıyla yeni yükselen bir pazar olarak görülmektedir. Kore Film Konseyi, Kore'de yabancı filmlerin çekilmesi için çeşitli yapım destekleri vermektedir. 2016 yılında *Okja* (Bong Joon-Ho) ve *Sense8*'in 2. sezonu Kore'de çekilmiştir. Çin sinema endüstrisi Çin hükümetinin Kore'ye ekonomik yaptırımları nedeniyle 2017 yılında Kore'de hiç film çekmemiştir (KOFIC, 2018b, s. 52).

Kore Film ve Kültür Enstitüsü Politika Müdürü Kwak Seo-yeon tarafından hazırlanan "Kasım 2018 Kore Film Endüstrisi Raporu"nda, 2018 yılında sinema salonlarında film izlemeye gelen sinema seyircisi sayısı ve gelirler, dağıtımcılar ve payları, Kore'de gişe hasılatı açısından yabancı filmler ve Kore filmlerinin gelir ve seyirci sayısı karşılaştırması, bağımsız filmler ve gelirleri kapsamlı olarak ele alınmaktadır. Bu ve benzeri raporlar Kore'de sinema seyircisinin hangi filmleri hangi sinema salonlarında izlediklerini kapsamlı olarak ortaya koymaktadır. Örneğin, KOCCA tarafından Kasım 2018'de hazırlanan "2018'in ilk yarısı İçerik Endüstrisi Yönelim Analizi Raporu: Film Endüstrisi Raporu"nda,²⁴ Kore'de film endüstrisi ile ilgili şu önemli saptamalarda bulunulmuştur: 2018 yılının ilk yarısında, film endüstrisi şirketlerinin sayısı 3.862'dir. 2018 yılının ilk yarısında, film endüstrisi ihracatı, toplam içerik endüstrisi ihracatının %0,8'ini oluşturmaktadır; bu ihraç geliri yaklaşık 18.44 milyon ABD dolarına denk düşmektedir; 2018 yılının ilk yarısında, film endüstrisi şirketlerinin cirosu 807,6 milyar KRW'dur. Genel şirketler film endüstrisine yatırımcı olarak girerken, mevcut film pazarının da dört ana dağıtımcıya kayması

²⁴ Bu raporun hazırlanmasında 118 şirket (CJ & ENM, J Content dâhil) verisinden yararlanılmıştır. Rapor, genel olarak içerik şirketlerinin satışlarını göstermektedir, ancak içerik endüstrisine yönelik bir sınırlama oluşturmamaktadır. Raporda 32 oyun, 11 bilgi, 11 yayım, 27 yayım, 11 reklam, 11 film, 11 müzik, 4 animasyon/karakter ve 36 ilişkili şirket verisi kullanılmıştır.

beklenmektedir. Kore menşeli ve yaklaşık 50 milyon kişinin kullandığı Naver portalı, Naver WebToon ve Snow adlı ortak yatırımlar yaparak, bir video içerik yapım şirketi kurmuştur. Tüm bu veriler, sinema endüstrisine farklı endüstrilerden yatırımcı ve aktörlerin gireceğini göstermektedir. Özellikle medya yakınsaması gelecekte sinema endüstrisini önemli ölçüde etkileyecektir. Henry Jenkins yakınsama olgusunu şu şekilde tanımlamaktadır: “İçeriğin çeşitli medya platformlarından aktığı, çeşitli medya endüstrileri arasında işbirliğinin söz konusu olduğu, medya izleyicilerinin istedikleri her alan ve konu ile ilgili her yere gidebilecekleri bir ‘göçmen ruhuna’ sahip oldukları bir durumdur. Yakınsama bu işin teknolojik, endüstriyel, kültürel ve sosyal dönüşümlerle ilgili yönünü, kimin söz söylediği ve kimin ne düşündüğü üzerinden açıklayan bir kavramdır” (Jenkins’ten aktaran Hartley vd., 2018, s. 58). John Hartley vd. medyanın gitgide daha fazla “medya ötesi” platform ve biçimlere dağıldığına dikkat çeker: “Sayısal teknolojiler müzik endüstrisini cep telefonlarında müzik dinleyen insanlara dönüştürdü. Bazı insanlar dinledikleri müziklerini Apple ve Amazon aracılığıyla çevrimiçi satın alıyorlar ve dinleme deneyimlerini iTunes gibi araçları kullanarak kişiselleştiriyorlar” (2018, s. 58). Benzeri bir yakınsamayı akıllı telefon ve tabletlerden film izleme deneyiminin giderek yaygınlaşması için de söylemek mümkündür. Seoul Broadcasting System’de (SBS) Drama Hub’da Kıdemli Program Yapımcısı ve Yönetmen olarak çalışan Lee Young Suk ile 26 Nisan 2018’de Seul’de yaptığım görüşmede Lee “öykü anlatma geleneği hep varolacaktır; ama biçemi, süresi ve izleme pratikleri değişmektedir” demiştir.

KOFIC’in geleceğe yönelik amaçları arasında, Asya sinema ağı kurmak yer almaktadır. Bunun için de, Kim’in deyişiyle,

Söylediğim gibi Asya film tanıtımını kurmaya çalışıyoruz. Kore şeklinin, tek yönlü bir doğrultu, tek yönlü bir iletişim gibi olduğunu düşünüyorum. Biz satıyoruz, Asya’daki insanlar izliyor. Tek yönlü bir doğrultu gibi, ama bu sorun için KOFIC’in yaptığı şey değiş tokuş etmek, iki taraflı bir iletişim. Bu durum ise küreselleşmeyi ve tüm Asya ülkelerine gitmeyi ifade ediyor. Asya ülkeleri, ekonomik (ve) kültürel olarak gerçekten farklı. Bazı Asya ülkeleri arasında çok fazla fark var. Bu yüzden, Asya’da filmle ilgili insanların eğitim görmesini ve teknik destek sağlanmasını istiyoruz. Kore filmi tanıtmaktansa, onların sinemasını dünya çapında tanıtmak, bir tür Asya ülke(leri) üzerinde diplomatik uluslararası değişim programı gibi. Gelecekte inşa etmeye çalıştığımız şey bu (Kim Hong Chon, kişisel görüşme, KOFIC, Busan, 24 Nisan 2018).

Sonuç Olarak

Kore hükümetlerinin kültürel içerikleri oldukça tecimsel tanımladığı ve ihraç ürünü olarak gördüğü hâkim kültür politikasında, sinema endüstrisi de önemli destekler almaktadır. Ancak buradaki çelişki, yurtiçindeki ve yurtdışındaki başarının ne ile ölçüleceği sorusunda yatmaktadır: Gişe hasılatı, izleyici sayısının çokluğu veya ihracat gelirleri mi? Yoksa önemli film festivallerinden alınan ödüller mi? Hükümetin destekleri, KOFIC'den görüştüğüm uzman Kim'in de belirttiği üzere, belli bir öykü anlatma biçimini ve belli film türlerini anaakımlaştırmakta, böylece anlatılar kalıplaşmaktadır. Kore sinemasının geleceğinde tartışılması gereken diğer konular da Sanal Gerçeklik (*Virtual Reality*) ve Arttırılmış Gerçeklik (*Augmented Reality*) uygulamalarının sinema endüstrisinde öykü anlatmada kullanımının başlaması ile anlatı biçiminin, izleme pratiklerinin nasıl değişeceği üzerine politika yapılması gereğidir. Bir diğer husus ise, Netflix ve Amazon gibi ulusaşırı sermaye ve aktörlerin iç pazara girişile, öykü üretme sürecinin, öykülerin süresinin ve izleme biçimlerinin değişmesinin sinema endüstrisini nasıl etkileyeceğidir. KOFIC uzmanı Kim haklı olarak şu soruları sormaktadır:

Netflix ve Amazon'un filmin formunu ve şeklini değiştirdiğini düşünüyorum.... Biz sinemaya gitmek ve 2 saat boyunca filmi izlemek zorundayız. 60 dakikalık film cazip, çünkü iki saat boyunca cep telefonunu tutmayı kimse istemez, gerçekten sıkıcı. Formun şimdi değiştiğini düşünüyorum ve sinema konsepti sorun. Filmi nasıl tanımlarsınız? Netflix'in filmi, filmin draması? Henüz bilmiyorum (Kim Hong Chon, kişisel görüşme, KOFIC, Busan, 24 Nisan 2018).

Kore sinema endüstrisinin geleceği için ayrıca kaynakların kullanımını konusunda şeffaflık, kârın bölüşümünün çeşitlenmesi ve telif haklarının ihlâli (korsan gösterim) ile mücadele verilmesi gerekmektedir. Aslında tüm bu soruların benzerleri Türkiye'deki endüstri için de sorulabilir. Türkiye'de yeni çıkan 7163 numaralı ve 18 Ocak 2019 tarihli "Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"²⁵ akademide çok tartışılmadığını göz önüne alırsak, yasanın bağımsız sinema ve farklı etnik azınlıkların sinemasını güçlendirip güçlendirmeyeceğini, teknolojik yeniliklerden beslenerek farklı öykü anlatma ve izleme pratiklerine

²⁵ Bkz: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/01/20190130.htm> (Erişim Tarihi: 10 Şubat 2019).

yönelik bir politika geliştirmesine olanak verip vermediğini, “desteklenecek dizi ve film” derken kurulacak destekleme kurulu tarafından ölçütlerin nasıl tanımlanacağı gibi konuları tartışmanın gereği ortaya çıkmaktadır. Her şeyden önce Kore sinema endüstrisinin bu çalışmada özetlenen tarihi ve ekonomi politik yapısı, KOFIC örneği ve kurumun analizi “yaratıcılık” için ifade özgürlüğünün, demokratik koşulların/ekosistemin varlığı ile kamu kaynakları ile gerçekleşen destekler de şeffaflık ve hesap verilebilirliğin lüzumunu Türkiye’deki sinema endüstrisi için de ortaya koymuştur. Özellikle, yaratıcılığın gelişmesi için ifade özgürlüğü gerek yönetmen Lee Chang Dong²⁶ gerekse KOFIC uzmanı Kim tarafından vurgulanmaktadır: “Yaratıcı bir ürün yaptığımızda, özgür olmak zorundayız, ne yapmak istiyorsam yapmalıyım. Ne düşünebiliyorsam düşünmeliyim” (Kim Hong Chon, kişisel görüşme, KOFIC, Busan, 24 Nisan 2018).

Lee ile Bakan olarak geçirdiği yıllar ve kültür politikası üzerine yapılan bir görüşmede, Lee kültürel alanın gelişmesi için özgür olması, kültür yönetimi ile ilgili kurumların da otonom olması gerektiğinin altını çizmektedir (KOFICE, 2018a, s. 13-19). Daha önce belirtildiği üzere Park Geun Hye hükümeti döneminde kültürel içerik üretiminin farklı alanlarında kara bir liste oluşturulmuş olup, Hallyu destekleri beyaz listelere verilmiştir. Lee kendisi ile yapılan görüşmede bu tür uygulamaların demokrasi rejimine zarar verdiğini belirtmiştir. Lee kendi Bakanlığı döneminde “Creative Korea” Projesinin başlatıldığına dikkat çekerek, oluşturulan kültür politikası ile kültürel varlıkların korunması, desteklenmesi ve geliştirilmesinin amaçlandığını belirtmektedir. Bu politikada en çok önem verilen husus “yaratıcılık” olup, kültür endüstrilerinde yaratıcılığın geliştirilmesi için politika yapımına ve kültür yönetimi uygulamalarına önem verilmiştir. Lee kendi Bakanlığı döneminde Vietnam ile ilişkilerin gelişmesine önem vermişken, Moon hükümetinin de ASEAN ve Güney Asya ülkeleri ile olan ilişkileri geliştirme potansiyeli olduğunu düşünmektedir. Lee Çin hükümeti ve Genel Sekreter Xi’nin “Tek Kuşak Tek Yol Projesi”nin (*One Belt One Road Initiative*) ve Çin’in Asya’da artan gücünün farkında olarak, Kore’nin ne Çin ne de ABD arasında sıkışıp kalması gerektiğine işaret etmektedir. Söyleşide özellikle Hallyu’nun geleceği ile ilgili olarak, şu anki tüketiminin görece kolay olduğunu (K-drama

²⁶ Lee Chang Dong, 2003 ve 2004 yılları arasında Roh Moo Hyun’un Başkanlığı döneminde Kültür Turizm ve Spor Bakanlığı yapmıştır. Yönetmen *Green Fish* (1997), *Peppermint Candy* (1999), *Oasis* (2002), *Poetry* (2010), *Burning* (2018) gibi toplumsal sorunları ele alan filmlere imza atmıştır.

ve K-pop gibi) ama zamanla Kore edebiyatının küresel ölçekte okunmasına da katkı yapacağını belirtmektedir. Lee'ye göre, Hallyu'nun birçok penceresi/yönü vardır. Dramalar, müzik ve filmler gibi. Lee'ye göre, film endüstrisi de Hallyu'nun farklı bir penceresidir. Lee Kore'nin tıpkı Fransa gibi ülke içinde yabancı filmlerin gösterim oranına kota uygulayan nadir demokratik ülkelerden olduğunu belirtir. Bu kota uygulamasının amacı Kore sinema endüstrisini korumaktır. Endüstri güçlü olmadığı sürece, Lee'ye göre, Kore filmlerini dışarıya satmanın bir anlamı yoktur. Lee üzerine Kim Youn Jin'in yazdığı kitapta da, Lee Kore sinema endüstrisinin en önemli sorununun pazar yönelimlerinin yarattığı anaakımlaştırma, izleyici ile iletişim kurma sorunu, dağıtım tekeli sorunu, pazarlama bedelleri ve Kore gişe filmlerinin diğer Kore filmlerini yok etme sorunu olduğunu belirtmiştir (2007, s. 76-77). Lee'ye göre tecimsel olmayan bir sanat filmi'nin üretilmesi öğrenme sürecidir. Lee, kendisi ile yapılan görüşmede, Çin hükümetinin kültür politikasına da değinmektedir (KOFICE, 2018). Ona göre, Çin hükümetinin giderek yoğunlaşan kültürel içerik politikasına karşı Kore'nin sermaye yatırımı anlamında baş etmesinin imkânı yoktur. Bu noktada Lee, Çin'in kültür politikası ile baş etmenin yolunun "yaratıcılık", "özgürlük" ve "çeşitlilik" olduğunu belirtmektedir. Çünkü Çin hükümetinin kültür politikasının zayıf noktası sansürdür. Kore sinema endüstrisini güçlendirmenin yolu, Lee'ye göre bağımsız, deneysel ve genç yönetmenlerin eserlerini desteklemektir. Kore'de büyük şirketler eğlence içerikli filmlere, gişe garantisi olan içeriklere yatırım yapmaktadır. Oysa ona göre kültürel çeşitliliğe ve yeni filmlere yatırım bir anlamda kamusal yatırımdır. Lee'nin söyleşisinde altını çizdiği bu hususlar, hem Kültür Bakanlığı görevini yerine getiren bir kişi hem de *auteur* sanatçı olarak üzerinde düşünülmesi gereken önemli saptamalardır.

Son olarak, bir filmi "Kore filmi" kılan nedir? Örneğin Japon yazar Haruki Murakami'nin *Burning Barn* adlı kısa öyküsünden Lee Chang Dong'un uyarladığı, Japon kamu televizyonu NHK ile ortak yapım olan *Burning*²⁷ (Şüpheli) filmi Cannes film festivalinde en iyi film ödülü için

²⁷ *Burning* filmi'nin kısaca değerlendirecek, NHK ortak yapımı olan ve Murakami'nin başarılı bir uyarlaması olan filmin evrensel bir anlatı olduğunu söyleyebiliriz. Başrol oyuncularından biri Steven Yeun da Kore kökenli bir Amerikalı'dır. Film kendisi de edebiyat kökenli olan yönetmen Lee'nin uyarlama eser konusundaki yetkinliğini ortaya koymakta, Murakami'nin öyküsünü tekinsiz Paju kırsalında sesler, jazz ve geniş açılar ile Seul'un yabancılaştırıcı ve sınıf ayrımını yeniden ve yeniden üreten kapalı ve dar mekânlarında başarılı bir şekilde kurgulamaktadır. Bu anlamda Kore sineması olarak, "Korelilik" vurgusu olmadan yapılan evrensel bir anlatıdır, denilebilir.

yarışırken, KOFIC tarafından Twitter’da an be an desteklenmiştir. *Burning* için başarılı bir Murakami anlatısı ve iyi bir *auteur* sineması örneği demek mümkün. Pekiyi bu filmi KOFIC’e göre “Kore filmi” kılan şeyler nedir? Yönetmeni mi? Kore dili mi? Mekânlar mı?... *Auteur* sineması bir kenara bırakılacak olursa, “Hallyu” içerikler için söylenebilecek şey, iki boyutlu kültürel üretim ve akışlar olduğudur, bir yandan melez, ulusötesi ve oldukça tecimsel anlatı ve üsluplara sahipken, bir yandan da Kore ve Korelilik markasını ve örtük milliyetçiliğini üreten içerikler vardır. Kore *auteur* ve bağımsız sineması Kore hükümetinin ister doğrudan isterse “nazık” veya “ince” “Hallyu-hwa” politikası içinde bir yandan desteklenmekte, öte yandan da Hallyu’nun anaakımlaştırmasına karşı mücadele vermektedir. Kim’in Kore sineması için vurgusu, “K-filmi, Kore markasının bir parçasıdır; ama ticari bir ürün değildir” (Kim Hong Chon, kişisel görüşme, KOFIC, Busan, 24 Nisan 2018) şeklinde olmuştur. Oysa, “Hallyu-hwa”nın tüm yaratıcı içerik endüstrilerindeki egemenliği, endüstride K-drama ve K-pop kökenli yıldız sistemini desteklemekte, yapımcılar üzerinde yıldız sisteminin baskısı yoğunlaşmaktadır. KOFIC de bağımsız ve *auteur* sineması ile tecimsel gişe filmleri arasında denge kurmak zorunda kalmaktadır. Üstelik platform kapitalizmi de sinema endüstrisinin geleceğini üretim pratikleri ile izleme pratiklerini hiç kuşkusuz etkilemektedir.²⁸

Kaynakça

Ahn, S. J. (2012). *The Pusan International Film Festival: South Korean Cinema and Globalization*. Hong Kong: Hong Kong University Press.

Berg, S.H. (2015). Creative Cluster Evolution: The Case of the Film and TV Industries in Seoul. *SK, European Planning Studies*, 23(10), 1993-2008.

Binark, M. (2018). Film Endüstrisi ve Sinema Kültürünün Gelişmesinde Busan Film Komisyonu’nun Rolü. *Moment Dergi*, 5(1), 105-115.

Choi, Y.G. & Jeon, C.R. (2016). *K-Culture 10*. Seoul: HangukMunhwaSa. (Korece)

Hartley, J., Potts, J., Cunningham, S., Flew, T., Keane, M. & Banks, J.

²⁸ Bu noktada Netflix’in yapımcılığını üstlendiği Bong Joon Ho’nun *Okja* filmi örnek verilebilir. Bkz.: <https://www.netflix.com/tr/title/80091936> (Erişim Tarihi: 10 Şubat 2019).

(2018). *Yaratıcı Endüstrilerde Temel Kavramlar*. (Çev. A. Tolungüç vd.) Ankara: Başkent Üniversitesi YAKEM Yayınları.

Jang, G. & Paik, W.K. (2012). Korean Wave a Tool for Korea's New Cultural Diplomacy, *Advances in Applied Sociology*, 2(3): 196-202.

Kim, H.J (TY). A History of Korean Film Policies, *Introduction to Korea Film*. (s.351-355). Busan: KOFIC.

Kim, M.H. (TY). Trends in the Structure of the Korean Film Industry, *Introduction to Korea Film*. (s. 413-419). Busan: KOFIC.

Kim, M. (2011). The Role of the Government in Cultural Industry: Some Observation From Korea's Experience, *Keio Communication Review*, 33, 163-182.

Kim, Y.J. (2007). *Korean Film Directors: Lee Chang Dong*. Seul: KOFIC.

KOCCA. (2018). 2018 (2018'in İlk Yarısı İçerik Endüstrisi Yönelim Analizi Raporu: Film Endüstrisi). Kasım. Naju: KOCCA. (Korece)

KOFIC. (2018a) *Korean Cinema 2017*. Busan: KOFIC.

KOFIC. (2018b). *Status and Insight: Korean Film Industry 2017*. Busan: KOFIC.

KOFIC. (2017). *Korea Shooting Guide*. Busan: KOFIC.

KOFICE. (2018). *HallyuwaMunhwaSongJek Hallyu 2000 Nyen*. Seul: KOFICE. (Korece)

KOFICE. (2017). *GirobarHallyuTrendi*. Seul: KOFICE. (Korece)

Kyung, M.H. (2018). *Kore Tarihi* (Çev. A. S. Doğru). İstanbul: Feylesof.

Kwon, S.H. & Kim, J. (2014). The Cultural Industry Policies of Korean Government and the Korean Wave. *International Journal of Cultural Policy*, 20:4, 422-439.

Kwon, S. H. & Kim, J. (2013). From Censorship to Active Support: The Korean State and Korea's Cultural Industries. *The Economic and Labour Relations Review*, 24(4):517-532.

Parc, J. (2016). The Effects of Protection in Cultural Industries: The Case of The Korean Film Policies, *International Journal of Cultural Policy*. DOI: 10.1080/10286632.2015.1116526

Shim, D. (2013). Korean Cinema Industry and Cinema Regionalizm in East Asia, N. Otmazgin ve E. Ben-Ari (Ed.) *Popular Culture CoPructions and Colobarations in East Asia*. (s.52-67). Singapore: NUS Press & Kyoto University Press.

Kişisel Görüşmeler

Dr. Baek Seung Hyeok, KOCCA (Kore Yaratıcı İçerik Ajansı), Gelecek Politikaları Araştırması Takım Lideri, 5 Nisan 2018, Naju (Korece).

Kang Choi, KOCIS (Kore Kültür ve Enformasyon Merkezi), Uluslararası Araştırma Analizi Sorumlu Müdür, 21 Mart 2018, Seul (Korece).

Kim Hong Chon, KOFIC (Kore Film Konseyi), Araştırmacı, 24 Nisan 2018, Busan (İngilizce).

Lee Yong Suk, SBS Drama Hub Kıdemli Yapımcı ve Yönetmen, 26 Nisan 2018, Seul (İngilizce).