TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA
ANABİLİM DALI

TÜRKİYEDE KORE DİZİLERİNİN POPÜLER OLMASININ EDENLERİ : UYARLANAN KORE DİZİLERİ ÇERÇEVESİNDE BİR ANALİZ

Yüksek Lisans Tezi

Eunhyung JUNG

Ankara-2019

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA
ANABİLİM DALI

TÜRKİYEDE KORE DİZİLERİNİN POPÜLER OLMASININ NEDENLERİ : UYARLANAN KORE DİZİLERİ ÇERÇEVESİNDE BİR ANALİZ

Yüksek Lisans Tezi

Eunhyung JUNG

Tez Danışmanı
Dr. Öğretim Üyesi Engin SARI

Ankara-2019

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO TELEVİZYON VE SİNEMA
ANABİLİM DALI

Eunhyung JUNG

TÜRKİYEDE KORE DİZİLERİNİN POPÜ LER OLMASININ NEDENLERİ : UYARLANAN KORE DİZİLERİ ÇERÇEVESİNDE BİR ANALİZ

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Dr. Öğretim Üyesi Engin SARI

Tez Jürisi Ü yeleri

Adı ve Soyadı	İmzası
1- Dr. Öğr. Üyesi Engin SARI	
2 - Prof. Dr. Selen Akarcalı	
3 - Prof. Dr. Serdar Batuk	

Tez Sınavı Tarihi 26.06.2019

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim.(……/……/2..)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin
Adı ve Soyadı

İmzası

……

TEŞEKKÜRLER

Öncelikle, Türkiye'de okuyabilmeme fırsat veren ve bu tezden vazgeçmeden sonuna kadar yazabilmem için beni en iyi hoca ve arkadaşlarla tanıştıran Rabb'e çok şükrediyorum.

Yüksek lisans öğrenimim boyunca üzerimde emeği geçen bütün hocalarıma, özelikle çalışmalarıma olan katkılarıyla beni çok iyi yönlendiren ve bana öneriler sunan sayın danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Engin Sarı'ya dolayı teşekkür ederim. Danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Engin Sarı'nın tez çalışmama büyük katkısı olmuştur. Kıymetli hocama öner-ilerinden dolayı teşekkür ederim.

Bugünlere gelmemi sağlayan ve yardımını hiç esirgemeyen değerli aileme, Türkçe çeviride bana eşlik eden sevgili arkadaşım Afra Çelebi'ye, bana evini açıp elinden gelen bütün yardımı yapan arkadaşım Rümeysa Karakuş'a, uzun zamandır dostum olup yüksek lisans hayatım boyunca bana büyük ilham veren Ceyda Kırbaş'a, 10 yıl önce Türkiye'de şans eseri karşılaşıp yakınlaştığım, birlikte gülüp ağladığım ve daima kendisinden güç aldığım canım arkadaşım Eonyak Kim'e minnettarlığımı sunmak istiyorum.

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER I
TABLO LİSTESİ III
GÖRÜNTÜ LİSTESİ IV
GRAFİK LİSTESİ V
GİRİŞ 1
KURAMSAL TEMELLER ve KAYNAK ÖZETLERİ 5

BÖLÜM 1. KORE DİZİLERİNİN TARİHİ 10
1.1. Disiplin Kontrol Dönemi 14
1.2. Baskı ve Direniş Dönemi 18
1.3. Kültürel Politika Dönemi ve Küreselleşme 22

BÖLÜM 2. HALLYU DİZİLERİ 30
2.1. Hallyu (Kore Dalgası) Dizilerin Başlangıcı ve Yayılışı 30
2.1.1 Hallyu dizilerinin başlangıcı "What is Love?" 33
2.1.2 Hallyu dizilerinin Asyada başlattığı furya "Winter Sonata" 35
2.1.3 Hallyu dizilerinin küresel yayılımı "Dae Jang Geum" 42
2.2. Hallyu Dizilerinin etkisi 47
2.3. Hallyu Dizilerinin Popüler Olmasının Nedenleri 57

BÖLÜM 3. TÜRKİYE'DE HALLYU DİZİLERİ 64
3.1. Türkiye'de Hallyu Dalgasının Geçmişi 64
3.2. Türkiye'de Hallyu Dizilerinin Popüler Olmasının Nedenleri 78
3.3. Türkiye'de Hallyu Dalgasının Etkisi ve Türkiye'deki Uyarlama Kore Dizileri 81

BÖLÜM 4. ARAŞTIRMA BULGULARI: "SHE WAS PRETTY" VE "SEVİYOR SEVMİYOR" 87
4.1. Dizilerin Seçim Kriterleri 87
4.2. Dizilerin Genel Bilgisi ve Hikayeleri 89
4.3. Dizilerin Karşılaştırması ve Analiz 95

BÖLÜM 5. KORE DİZİLERİNİN GENÇ İZLEYİCİLERI ÜZERİNE NİCEL BİR ALIMLAMA ARAŞTIRMASI 99
5.1. Nicel Araştırmanın Metodolojisi 99
5.2. İzleyicilerin Genel Görünümü ve Kore Dizisi İzleme Durumları 103
5.3. “She was Pretty” Dizisinin Orijinalinin İzlenmesi Sayesinde Kore Dizilerinin Tercih Derecesi ve Hallyu Algısı 106
5.4. “Seviyor Sevmiyor” Dizisinin Uyarlamanin İzlenmesi Sayesinde Kore Dizilerinin Tercih Derecesi ve Hallyu Algısı 117

BÖLÜM 6. TARTIŞMA VE DEĞERLENDİRME 128
6.1. “She was Pretty” ve “Seviyor Sevmiyor” Dizisinin Orijinalinin İzlenmesi Sayesinde Kore Dizilerinin Tercih Derecesi ve Hallyu Algısı 130
6.2. “She was Pretty” ve “Seviyor Sevmiyor” Dizisini İzledikten Sonra Kore Ürünlerinin Satın Alınma Amacı 133
6.3. “She was Pretty” ve “Seviyor Sevmiyor” Dizisinin İzlenmesi Sayesinde Kore’yi Ziyaret Etme Amacı 137
6.4. “She Was Pretty” ve “Seviyor Sevmiyor” Dizisinin İzlenmesi ve Kültürel Etkisi 139

SONUÇ 146
KAYNAKÇA 149
EK. ANKET FORUMU 154
ÖZET 169
ABSTRACT 171

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo Nr.	Tablo Adı	Sayfa Nr.
1	Japon kanallarındaki Kore dizi organizasyonları	35
2	Kore Kültürel İçerik Tüketimi	50
3	Kore imajı	52
4	Türk Televizyonlarında Yayınlanan Kore Dizileri	65
5	Kore dizilerinin Türkçe uyarlamalar	85

GÖRÜNTÜ LİSTESİ

Görüntü Nr.	Görüntü Adı	Sayfa Nr.
1	The Girl Raised As A Future Daughter-In-Law 1965	16
2	Winter Sonata 2002	40
3	Dae Jang Geum 2003	45
4	İran'da tanıtılan Dae Jang Geum	46
5	"She was pretty" dizisi Türkiye'de adı dahi konulmadan once populer hale gelmis olan bir uyarlama dizi	88
6	2016 APAN Star Awards	89

GRAFİK LİSTESİ

Grafik Nr.	Grafik Adı	Sayfa Nr.
1	2003-2011 yılları arasında Japonya'daki en büyük 4 TV kanalı dizi reytingleri	39
2	Kore Dizilerinin Japonya'ya İhracatı	39
3	Kore kültürel içeriğinin popülerliği	49
4	Kore kültürel içerik tüketimine göre Kore'ye ilişkin algı	53
5	Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyimi(Düşük bütçeli ürün)	54
6	Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyimi(Yüksek bütçeli ürün)	55
7	Kore dizilerinin popüleritesindeki faktörler	61
8	İçerik endüstrisi için güvence kredisi desteğinin genişletilmesi	63
9	Kore dizilerinin popüleritesindeki faktörler	80
10	Kore Kültürü İçerik Deneyimi Sonrası Kore Algısındaki Değişiklikler	81
11	Kore ürün servisinin gelecekteki kullanımı	82
12	Türiye'de Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyimi(Düşük bütçeli ürün)	82
13	Türiye'de Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyimi(Yüksek bütçeli ürün)	83
14	Anket sonucu 5.2-1	103
15	Anket sonucu 5.2-2	103
16	Anket sonucu 5.2-3	103
17	Anket sonucu 5.2-4	104
18	Anket sonucu 5.2-5	104
19	Anket sonucu 5.2-6	105
20	Anket sonucu 5.3-1	106
21	Anket sonucu 5.3-2	106
22	Anket sonucu 5.3-3	107
23	Anket sonucu 5.3-4	107, 130
24	Anket sonucu 5.3-5	107
25	Anket sonucu 5.3-6	108, 131
26	Anket sonucu 5.3-7	108
27	Anket sonucu 5.3-8	108, 132

28 Anket sonucu 5.3-9 109
29 Anket sonucu 5.3-10 109
30 Anket sonucu 5.3-11 ..... 109, 134
31 Anket sonucu 5.3-12 ..... 110, 135
32 Anket sonucu 5.3-13 110
33 Anket sonucu 5.3-14 ..... 111, 137
34 Anket sonucu 5.3-15 111
35 Anket sonucu 5.3-16 111
36 Anket sonucu 5.3-17 112
37 Anket sonucu 5.3-18 ..... 112, 141
38 Anket sonucu 5.3-19 112
39 Anket sonucu 5.3-20 113
40 Anket sonucu 5.3-21 113
41 Anket sonucu 5.3-22 ..... 114, 140
42 Anket sonucu 5.3-23 114
43 Anket sonucu 5.3-24 ..... 115, 144
44 Anket sonucu 5.3-25 115
45 Anket sonucu 5.3-26 ..... 116, 142
46 Anket sonucu 5.3-27 116
47 Anket sonucu 5.4-1 117
48 Anket sonucu 5.4-2 117
49 Anket sonucu 5.4-3 118
50 Anket sonucu 5.4-4 118
51 Anket sonucu 5.4-5 ..... 119, 130
52 Anket sonucu 5.4-6 ..... 119, 131
53 Anket sonucu 5.4-7 ..... 120, 132
54 Anket sonucu 5.4-8 120
55 Anket sonucu 5.4-9 121
56 Anket sonucu 5.4-10 ..... 121, 134
57 Anket sonucu 5.4-11 ..... 122, 135
58 Anket sonucu 5.4-12 122
59 Anket sonucu 5.4-13 ..... 123, 138

60 Anket sonucu 5.4-14 123
61 Anket sonucu 5.4-15 124
62 Anket sonucu 5.4-16 124
63 Anket sonucu 5.4-17 ..... 125, 141
64 Anket sonucu 5.4-18 125
65 Anket sonucu 5.4-19 126
66 Anket sonucu 5.4-20 126
67 Anket sonucu 5.4-21 ..... 126, 140
68 Anket sonucu 5.4-22 ..... 127, 142
69 Anket sonucu 5.4-23 127

GİRİŞ

Türkiye'de Koreliler tarafından ilk ve en sık duyulan şey muhtemelen "Kankardeş" kelimesidir. Rakamlar veya istatistikler ile teyit edilmemiş olmasına rağmen, Türkiye ve Kore birbirlerini kardeş ülke olarak görmektedir. Güney Kore ve Türkiye, Avrasya kıtasının ayrı iki tarafında yer almaktadır ve uçakla 10 saatten fazla süren bir yolculukla birbirlerine çok uzak iki ülkedir, ancak uzun zamandan beri bu iki ülkenin tarihsel ilişkiler kurduğu ve kültürel değişimler yaşadığı bilinmektedir. (Lee, 2007:2-3 aktaran Yoo,2017) Kore ile Türkiye arasındaki ilişki M.Ö. 37'de başlıyor gibi görünmektedir. Türklerin ataları, bir zamanlar Goguryeo (eski Kore halkı) ile Doğu Asya'da iş birliği yaparak mükemmel bir kültür geliştirmiştir, aynı zamanda Türkiye ve Kore eski İpek Yolu ticareti sayesinde birbirleriyle bağlantılıydı. (Türközü [1]2014: 87-95 aktaran Yoo, 2017).

Türk Ordusu'nun Kore Savaşı'na katılması, iki ülke arasındaki dostluğun gelişmesindeki, aynı şekilde halkların birbirilerine samimiyet ve hoşgörü beslemesindeki en büyük etkendir. 1948 yılında Güney Kore Hükümeti kurulmuş, Türkiye tarafından ise 1957 yılında Kore Hükümeti resmi olarak tanınmıştır. Aynı sene, Türkiye'de Güney Kore Büyükelçiliği açılmıştır. Bu, Kore-Türkiye arasındaki ilişkinin Kore Savaşı sonrasında ne kadar yakınlaştığını kesin bir şekilde gösteren örnektir. Böylelikle Türkiye ve Kore arasında duygusal bir bağ kurulmuş, yıllar öncesiden süregelen samimi bağlar, Korelilerdeki Türkiye imajını olumlu yönde etkilemiştir. Günümüzde de Korelilerin Türkiye hakkındaki görüşleri sorulduğunda büyük bir kısım "kardeş ülke" cevabını vererek söze başlamaktadır. (Lee 2012:5)

Türkiye'nin bu imajı yıllar geçmiş olmasına rağmen Kore'de hala hatırlanmaktadır ve bu durum, Kore-Türkiye ilişkilerinde de olumlu bir etki bırakmaktadır. Türkiye'deki

[1] Göksel Türközü Türkiye'de Erciyes Üniversitesi'nde Kore Dili ve Edebiyatı profesörüdür.

Kore imajının oluşmasında ise, savaşa katılıp sağsağlim ülkelerine geri dönmüş olan Türk askerlerinin Kore hakkındaki anlatımları en büyük etkendir. Bu yüzden Türkler, Korelilere "Kan ile kurulmuş olan" anlamını taşıyan "Kankardeşi" kelimesiyle seslenmektedir. Kore hakkında detaylı bilgi sahibi olmayan Türklerin de Kore'ye olumlu bir yaklaşım sergilemelerine bakılacak olunursa Türklerin Korelileri sevdiğini söylemek yanlış bir yargı olmaz. Türkiye Devleti'nde Kore'ye sempati duyan insan sayısı oldukça büyük bir kitleyi oluşturmaktadır. (Lee H., 2002:269 aktaran Lee N., 2012)[2]

Dünyada, kapitalizmle birlikte küreselleşme hızla artmaktadır. E-teknolojinin gelişmesi, uzaklık kavramını ortadan kaldırmaktadır. Uzaklık kavramının yok olmasıyla beraber yapılan WTO (World Trade Organization) sözleşmesi, ülkelerdeki ekonomik sınırları yok etmeye başlamıştır.

Küreselleşme, ürünlerin, fikirlerin, kültürlerin ve dünya görüşlerinin alış verişinden doğan bir uluslararası bütünleşme sürecidir. Başka bir deyişle, dünya para birimi, ülkeler, bölgeler arasında var olan mallar, hizmetler, sermaye, emek ve bilgi üzerindeki yapay engellerin ortadan kalkarak dünyanın büyük bir pazarda birleşme eğilimdir. Küreselleşme, malların, hizmetlerin ve sermayenin uluslararası hareketini destekleyen yeni bir dev üretim, finans ve bilgi organizasyonu olarak görülebilir. Küreselleşme ile siyasi ve ekonomik güçlerde meydana gelen değişimler, bütün ülkeleri etkilemektedir. Üretim, satış, yatırım ve tasarruf gibi tüm ekonomik faaliyetler, bir ülke ya da bir bölgeyi etkilemekten çıkarak bütün dünyayı etkisi altına almıştır. Dolayısıyla küreselleşme ile ekonomik kararlar ülke sınırları aşılarak alınmaktadır. Küreselleşme sayesinde sözde "sınırsız bir dünya" oluşmaya başlamaktadır. (Janet, 1998 aktaran Shin, 1998)

M. McLuhan ve Piore (Q. Fiore) tarafından 1967'de yazılan The Medium is the Message' başlıklı kitapta bilişim teknolojilerinin gelişmesinin ve dünyaya yayılmasının

[2] Kore'de, Türkiye'den farklı olarak aynı soy isime sahip çok fazla birey bulunmaktadır. Bu sebeple atıf ve kaynak belirtirken, karışıklığı önlemek için ilk isimlerin baş harfleri de kullanılmıştır.

küresel bir köy yaratacağı iddia edilmiştir. Bu iddia sonrasındaki birkaç on yıl içerisinde bilgi ve iletişim teknolojileri giderek geliştirilip yararlı hale geldiği için "Küresel köy" sembolizmi benimsenmiştir. Küresel köy terimi günümüzde siyaset, ekonomi, toplum ve kültür gibi tüm alanlarda yaygın olarak kullanılmaktadır. (McLuhan and Fiore, 1967 aktaran Shin, 1998)

Dünya, küresel ekonominin her ülkenin ekonomisine entegrasyonunu temsil etmektedir. Başka bir deyişle, küreselleşme, ülkeler ve bölgeler arasında var olan mal, hizmet, sermaye, emek ve bilginin önündeki yapay engelleri ortadan kaldırarak dünyanın tek ve devasa bir pazara entegre olduğu bir eğilim söz konusudur. Bir başka ifade ile dile getirecek olursak, günümüz dünyası, malların, hizmetlerin ve sermayenin uluslararası hareketini destekleyen yeni bir dev üretim, finans ve bilgi örgütü haline gelmiştir.

"Küresel köy" zamanla sıkça atıf yapılan bir ifade olmuş ve yanı sıra bilgi ve iletişim teknolojisi de giderek daha fazla gelişmiştir. Bilgiye erişim kolaylaşmış ve iletişim teknolojilerinin kullanımı daha yaygın hale gelmiştir. Bu nedenle, "Küresel köy" terimi, bugünün politik, ekonomik, sosyal ve kültürel sektörleri için çok çekici bir terimdir. (Shin, 1998)

Günümüzde, ileri teknoloji sayesinde ulaştırma, iletişim ve çeşitli medyaların gelişmesiyle birlikte, küresel köyde meydana gelen çeşitli kültürel olaylara şahitlik edilebiliyor. Kültürel içeriklere erişim olanakları ve biçimleri çeşitlendirilmiş ve bireysel tercihlere göre dünyanın çeşitli kültürlerine doğrudan ve dolaylı olarak erişim olanağı sağlanmıştır. Bölge, millet ve tür arasındaki değişim gün geçtikçe ulusal ve ulusal çerçeveyi aşan küreselleşmeyle hızlanıyor ve birbirine yaklaşıyor. Çevrede meydana gelen bu değişikliklerin bir sonucu olarak Kore kültürel içerikleri, Japonya, Çin ve Güneydoğu Asya da dahil olmak üzere Asya'nın ötesine geçiyor ve 'Hallyu' adı altında geçtiğimiz 20 yıl boyunca Avrupa, Kuzey ve Güney Amerika'da yaygınlaşıyor.(Kim &

Kang 2016:32). Bu küreselleşme dünyasında, Hallyu hemen hemen her sektöre yayılmıştır ve önümüzdeki dönemlerde bu yayılmanın hızla artacağı beklenmektedir. Kore markalarının dünyadaki pozisyonunun, bu beklentinin doğal bir sonucu olarak günden güne artması da mümkündür.

Türkiye'de Kore dalgası etkisinin insanlar arasında çok olumlu olduğu görülmektedir. Türkiye'ye Hallyu, TRT ile Güney Kore'nin İngilizce yayın yapan uydu kanalı Arirang Tv'nin anlaşma imzalaması üzerine bir Kore dizisinin yayınlanmasıyla 2005'te giriş yapmıştır. Dizilerle başlayan Kore Dalgası, yavaş yavaş Kore şarkılarına, şarkıcılarına ve Kore kültürüne yayılmıştır. 2012 yılında, Kore Dalgası Türkiye'de daha yeniyken Koreli Dalgası hayranları tarafından gönüllü olarak oluşturulan 17 tane hayran sitesi ve bu sitelerin toplamda 170 bin üyesi olduğu bildirildi (Lee 2012:175). Son zamanlarda Instagram Yüzleri gibi sosyal medya siteleri de ortaya çıkmıştır. Bu hayran kitlesi etkinliklerine ek olarak, Türkiye'deki Kore Dalgası'na verilen tepki, yeniden çevrim dizilerinin de ortaya çıkışıyla izler kitleyi olumlu yönde etkilemiştir. Özellikle gençler arasında, Kore dizileri gibi müzikleri de yaygındır bundan dolayı Türkiye'de gündelik hayatta K-pop[3] dinlendiğini görmek zor değildir. Hallyu Kore Dalgası dünya kültürünü ve ekonomisini kültürel içeriklerin ve Kore ürünlerinin piyasaya sürülmesiyle etkilediği için, Kore dalgası olgusunun dünyadaki mevcut durumunu anlama ihtiyacı gerekli görülmektedir.

[3] Kore Pop Müziği

KURAMSAL TEMELLER ve LİTERATÜR

Hallyu, Doğu Asya'yı aşarak, bütün Asya, Avrupa ve Amerika kıtalarına yayılış göstermiştir, (Korean Foundation for International Cultural Exchange, 2009, aktaran Oh, 2017) Hallyu kelimesinin tam anlamı "flow of Korea, Korea wave" yani Kore Dalgası olarak belirtilir. 1990'lardan beri devam eden popüler Kore kültürünün dünya geneline yayılmasıdır.[4] İlk olarak daha çok Doğu, Güney ve Güneydoğu Asya'da bilinen Kore dalgası daha sonra internet, sosyal medya ve YouTube'da bulunan K-pop videoları ile tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır. Kore Dalgası, Kore'nin kendi kültürünün temaslarına dayanıyor. Ayrıca Hallyu etkisi kültürel olaylara atıfta bulunan bir terimdir. Şimdilerde Kore kalıplaşmış bir kültür olarak kabul ediliyor. Hallyu etkisiyle küreselleşen popüler kültür öğelerini ele alış biçimimiz yine bu küreselleşme anlayışı çerçevesinde olacaktır. (Yoon, 2004 aktaran Kang, 2014:17)

Stuart Hall'a göre, "küreselleşme, ayrı olan, dünyanın çeşitli alanlarının hayali bir yerde geçtiği bir süreçtir. Sonuç olarak, mekan ve mekan arasındaki açık fark, çeşitli bağlantılara yol açar ve içerdeki dünya ile dışardaki dünya arasında fark olmasını imkasız hale getirir (seyahat, ticaret, fetih, sömürgecilik, pazar, sermaye / emek, emtia karlarının dağıtımı). Bununla birlikte, küreselleşme hiçbir zaman devlet politikasıyla karşı karşıya kalmaz ya da devletle çatışmaz, ancak milliyetçilik çerçevesi dahilinde bölgesel çatışmalar sürekli olarak devam eder. (Yukie, 2005:18 aktaran Lee, 2006:9)

Bu küreselleşme olgusu, bilgi iletişiminin, bilimin ve teknolojinin hızla değişmesinin yanı sıra görünmez değişimi de beraberinde getirmektedir. Bu takas biçiminin daha fazla genişletilebilir olması, insanların alışverişinin ve ayrıca kültürel

[4] Hallyu-wikipedia, https://ko.wikipedia.org/wiki/한류. Erişim Tarihi: 05.06.2019

etkileşimlerinin daha yaygın hale gelmesini sağlar. Bu nedenle, küreselleşme hızının karşılıklı bağımlılık ve tamamlayıcı kültürlerin zaten izole edilmiş kültürel formlardan ziyade şeffaf bir biçimde bir arada bulunarak hız kazandığı görülmektedir. (Nye 2002:116-117 aktaran Lee, 2006:9)

Bu küreselleşme olgusunun ardından Kore Dalgası Doğu Asya'ya, Asya, Avrupa ve Amerika'ya yayılıyor. Kore Dalgası, Kore şarkılarının, filmlerinin ve dizilerinin popülerliğinden dolayı Doğu Asya ülkelerinde ortaya çıkan Kore popüler kültürünün özüdür (Korean Foundation for International Cultural Exchange, 2009:27 aktaran Oh, 2014:27). 1999'da bir Çin gazetesi makalesinde ilk kez kullanılmasından bu yana, Hallyu kelimesi 2002'de Çin'de yeni bir kelime olarak sözlüğe kaydedildi ve kullanılmaya başlandı. Kore Dalgası kültürel bir emperyalizm değil, yeni uluslararasılaşma olgusu, küresel olanın ve yerel olanın birbirine temas ettiği evrensel bir olgu (glocal yani küreyerel) olarak değerlendirilir. (Yoon, 2013:220-222 aktaran Oh, 2014:3)

Kore dalgasında[5] başarı faktörleri, ve sürdürülebilir kalkınma üzerine etkileri konusunda birçok çalışma yapılmıştır. Kore dalgasının popüler olduğu ya da başladığı Çin, Japonya, Amerika Birleşik Devletleri ve Fransa'da, Kore Dalgasıhakkında basında yayınlanan makalelerin bir analizi yapılmıştır. Orta Doğu'da Kore dizileri ilk defa 2003'te yayınlanmıştır ve Kore Dalgası başlamıştır. Mısır, Türkiye ve İsrail gibi birçok ülkeye yayılan Kore Dalgası, Kore'yi Ortadoğu'ya tanıtmış ve Kore'yle yakınlığı artırmak için bir araç olarak hizmet etmiştir. Bu durum marka geliştirme etkisine de büyük yarar sağlamıştır. (Kang, 2012:367-378) Özellikle, Kore Uluslararası Kültür Değişimi Vakfı [6]

[5] Kore Dalgası=Hallyu (Kelimenin aslı Çince'dir) (Korece=한류 Çince=韓流, kelimenin tam anlamı 'flow of Korea') 1990'lardan beri devam eden popüler Kore kültürünün dünya geneline yayılmasıdır. ilk olarak K-drama ve K-pop ile daha çok Doğu, Güney ve Güneydoğu Asya da bilinen Kore dalgası daha sonra internet,sosyal medya ve YouTube'da bulunan K-pop videoları ile tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır. Wikipedia. Erişim Tarihi: 05.06.2019 (https://tr.wikipedia.org/wiki/Hallyu)

[6] KOFICE 2003 yılında kurulmuştur. Dünyadaki uluslarla karşılıklı anlayışa ve dostluğa dayanan bir ilişki kurmak amacıyla çalışmalar yapmaktadır. Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı'na bağlı uluslararası kültürel değişim enstitüsü olarak, KOFICE'nin vizyonu Kore'yi dünyaya kültürle bağlamaktır.

tarafından 2019 yılında denizaşırı ülkelerdeki Kore Dalgası üzerine yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye, 16 ülkede 7.500 kişiden oluşan bir anket sonucu ülkeyi en olumlu görüşle değerlendirdi(Korean Foundation for International Cultural Exchange, 2019). Özellikle gençler arasında sadece TV dizisine değil, aynı zamanda K-POP ve K-cosmetics gibi yeni ürünlere de olumlu tepki verilmektedir.

Türkiye'deki Kore Dalgası 51 bölümlük Denizler İmparatoru (Emperor of the Sea) dizisiyle, 2005 yılında, Türkiye'deki bir kamu yayını olan TRT kanalında başladı. Son zamanlarda, Kore dizilerinin ve K-POP, K-Dance ve Kore filmlerinin popülaritesi TV dizilerinin yanı sıra daha da belirgin hale geldi. Halen, Türkiye'deki Kore Dalgası, internet, bilgisayar oyunları, kozmetik ve Kore modası, Kore yemeği, Kore turizmi, Kore dili eğitimi ve genel olarak Kore kültürünün ilgisiyle Kore pop kültürünün ötesine yayılıyor. (Türközü, 2007:19-21) Bu bakımdan, Kore filmleri ve Kore dizileri kadar Türklerin ilgisini çeken hiçbir yabancı kültürün olmadığı dikkat çekmektedir. (Türközü, 2014:87)

Bu çalışma sonucunda, Türkiye'deki Kore dalgası etkisinin bir çalışması, Prof. Göksel Türközü'nün bir makalesi, Türkiye'de Kore Dalgası'nın başlangıcı ve gelişimi hakkında kapsamlı bir genel bakışa sahiptir. Ayrıca, Türkiye'deki Kore dalga çılgınlığının Kore dili öğrenme arzusuna yol açtığı analiz edilmektedir. (Türközü 2007:20) Lee Na-a'ın Kore'deki fan kulübü "Hankyung" ve "Kore'li taraftarlar" (Kore temsilcisi), Türkiye'deki taraftarların ilgisini ve beklentilerini karşıladı. (Lee 2012:171-193) Features Kim Hyo-jin'in yazdığı, Kore Dalgası'nın neden Türkiye'de çığır açtığını açıklayan bir makalesi vardı. (Kim, 2016:141) 2017 yılında, Türkiye'nin günlük gazetelerinde yayınlanan 'Hallyu' ile ilgili makalelerin analizi, Türkiye'deki akımları ve Türk halkının buna karşı tutumlarını dolaylı olarak açıkladı. (Yoo, 2017) Yoo'nun yaptığı araştırmaya göre, 2012-2015 yılları arasında Habertütk, Hürriyet, Milliyet, Sözcü, Vatan, Haberkore, Haber61, Bugün ve Radikal gibi büyük Türk gazetelerinde yaklaşık 40 tane Koreli pop kültürü ve Kore ile ilgili yayın bulunmaktadır. Bunların yanı sıra konular, kişilikler, anlatıcılar ve

anlamlar da işlenmiştir. İncelenen gazete makaleleri internet gazete sitesi kullanılarak toplanmıştır. Sonuç olarak, Türk gazetelerindeki Kore Dalgası makalelerinin, mevcut Koreli hayranların yanı sıra potansiyel Koreli hayranların tanınması ve tutumu üzerinde büyük bir etkisi olduğu görülmektedir. (Yoo, 2017)

Bu çalışma, günümüzde dünya çapında popüler olan bir Kore dalgası haline gelinceye kadar Kore dizilerinin geçmiş tarihini örnek olay incelemeleri, karşılaştırma / analizler ile ele almaktadır. Kore dalgası, kültürel emperyalizmin konumu yerine yerel kültürle sorunsuz bir şekilde alışveriş yaparken birbirlerine yardımcı olacak bir yönde gelişmektedir. Bu nedenle Kore dalgasının fiili durumunu "Türk izleyicilerinin" konumunda değerlendirmek gerekir. 2000'li yılların başından itibaren, Türkiye'de Kore Dalgası giderek yayılan bir olgu olmuştur. Bu çalışmada bu olgunun özelliklerini ve sorunlarını anlayarak Türkiye'de Kore Dalgası kültürünün gerçekliğinin daha objektif olarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Konuyla ilgili bir takım çalışmaların ve araştırmaların gerekli olduğunun düşünüldüğü noktaya gelinmiştir. Bu şekilde, Türkiye'de Kore Dalgası tarihi, ilk Kore TV dizisinin 2005'te TRT'de yayınlanmasından bu yana 14 yıl boyunca sevilmiş olmasına rağmen, Türkiye'deki Kore Dalgası olgusu hakkındaki araştırmalar hala yetersiz kalmaktadır.

Tez çalışmasında öncelikle, Türkiye'de yayınlanan Kore dizilerindeki Hallyu dalgasının Türkiye izleyicisi üzerinde yarattığı etkileri açıklamaktadır. Daha sonra, Türkiye'de Kore Dalgası dizilerinin başlangıcını, popüler faktörleri ve etkileri tanıtılacak ve aynı anda hem dünyada hem de Türkiye'de meydana gelen Kore Dalgası olgusu anlaşılmaya çalışılacaktır. Ayrıca, Türk izleyicilerin bakış açılarından, Kore dalgasının etkisiyle Türk dizi pazarında uyarlama olarak üretilen Kore dizileri seçildi. Buna dayanarak İki ülke arasındaki kültürel alışverişi ve Kore Dalgası kullanımı hakkında araştırma

yapılmıştır. Bu anket[7] üç yüz kişi üzerinde yapılmış olup veriler analiz edildikten sonra istatistiki bir sonuca ulaşılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde Kore dizilerinin tarihi ele alınmıştır ve üç başlık altında (Disiplin Kontrol Dönemi, Baskı ve Direniş Dönemi ve Kültürel Politika Dönemi ve Küreselleşme) toplanmıştır. İkinci bölümde Hallyu dizileri hakkında açıklama yapılmış ve Hallyu dizilerinin başlangıcı ve yayılışı, Hallyu dizilerinin etkisi ve Hallyu dizilerinin popüler olmasının nedenleri olarak üç başlık altında toplanmıştır. Üçüncü bölümde ise Türkiye'de Hallyu dizileri incelenmiş ve Turkiye'de Hallyu dalgasının geçmişi, Türkiye'de Hallyu dizilerinin popüler olmasının nedenleri ve Türkiye'de Hallyu dalgasının etkisi ve Türkiye'deki uyarlama Kore dizileri olarak üç başlık altında toplanmıştır. Dördüncü bölümde Araştırmanın bulguları verilmiştir ve "She was pretty" ve "Seviyor Sevmiyor" dizeleri üzerinden analiz yapılmıştır. Bu bölüm dizilerin seçim kriterleri, dizilerin genel bilgisi ve hikayeleri ve dizilerin karşılaştırması ve analizi olarak üç başlık altında toplanmıştır. Beşinci bölümde Kore dizilerinin genç izleyicileri üzerine nicel bir alımlama araştırması yapılmıştır ve nicel araştırmanın metodolojisi, izleyicilerin genel görünümü ve kore dizisi izleme durumları, "She was Pretty" dizisinin orijinal halinin izlenmesi sayesinde Kore dizilerinin tercih derecesi ve Hallyu algısı ve "Seviyor Sevmiyor" dizisinin uyarlamasının izlenmesi sayesinde Kore dizilerinin tercih derecesi ve Hallyu algısı araştırılmıştır. Tartışma ve Değerlendirme bölümünde ise "She was Pretty" ve "Seviyor Sevmiyor" dizisinin orijinalinin izlenmesi sayesinde Kore dizilerinin tercih derecesi ve Hallyu algısı, "She was Pretty" ve "Seviyor Sevmiyor" dizisini izledikten sonra Kore Ürünlerinin satın alınma amacı ve "She was Pretty" ve "Seviyor Sevmiyor" dizisinin izlenmesi sayesinde Kore'yi ziyaret etme amacı, son olarak da "She was Pretty ve "Seviyor Sevmiyor" dizisinin izlenmesi ve kültürel etkisi konuları ele alınmıştır.

[7] Anket ektedir.

BÖLÜM 1: KORE DİZİLERİNİN TARİHİİ

Kore'de 1950'de ilk TV yayın kanalı kurulmuştur. Güney Kore TV dizilerini anlamak için öncelikle Güney Kore çağdaş tarihini göz önünde bulundurmak gereklidir. Yakın tarih anlamında, Kore modern tarihi, 1945'teki kurtuluştan sonraki tarihi ifade eder.

Kore modern tarihi, Japon emperyalizminin 1910-1945 yılları arasındaki 35 yıl boyunca sömürgeci yönetimlerden sonra 15 Ağustos 1945'te serbest bırakılmasını temel almaktadır. Japon sömürgeciliğinden kurtulmak ve temelini bağımsızlığın oluşturduğu, yeni bir devlet inşa etmek en büyük amaçtı. 1945'de bağımsızlıklarını kazanmalarından bu yana, Güney Kore, Sovyetler Birliği ve Birleşik Devletler'in kontrolü altında ikiye ayrıldı. Kurtuluş sevinci çok az sürdü ve savaş yeniden 25 Haziran 1950'de başladı. Savaşta, sömürge acısı ve yabancı düşmanlığı sona erdikten sonra Kore halkı birbirlerini öldürmeye başladı. Savaş sırasında ve savaş sonrası Kuzey ve Güney arasındaki siyasi ve ideolojik coğrafyada bir çok sivil ve asker yaralandı. (Shin, 2007)

Güney Kore'de Cumhuriyet'in ilanından bu yana altı Hükûmet yönetimde görev almıştır. Birinci Hükûmet (1948-1960), İkinci Hükûmet (1960-1961), Üçüncü Cumhuriyet (1963-1972), Dördüncü Hükûmet (1972-1979), Beşinci Hükûmet (1981-1987) - mevcut)

Birinci Hükûmet döneminde önemli bir figür olan Başbakan Lee Seung-man, yönetimi otoriterliğe teşvik etti ve uzun vadeli bir güç hayal etti. Bu amaçla, seçmenleri tehdit ederek oyları çalmak gibi yasadışı işler yaptı. Öfkeli vatandaşlar yurtta protestolar gerçekleştirdi ve bu protestolar ülkenin büyük şehirlerinin tamamında 1960 yılında yapıldı. Buna 19 Nisan Devrimi denir. Bu devrim Güney Kore'de demokrasinin ruhunu ve halkın egemenliğini sağlamada büyük bir adım olmuştur. Polis, protestolar sırasında

öğrenci ve vatandaşlara ayrım gözetmeksizin ateş açtı. Bu protestolar, 100 ölü ve 450 yaralı insan ile sonuçlandı. Ardından sıkıyönetim ilan edildi ancak protestolar devam etti. Bu nedenle ABD Lee Seung-man'a istifa etmesini önerir ve İkinci Hükümet kurulur.

İkinci Hükümet, 16 Mayıs 1961'de askeri bir darbe başlattı. Bu askeri darbenin merkezinde ordu karargahını, devlet kurumlarını ve KBS kanalını (Korean Broadcasting System) 3.600 kişilik bir kuvvetle işgal eden Komutan Park Chung-Hee vardı. Asker kısa bir süre sonra devletin yasama, yürütme ve yargı organlarını kontrol altına aldı ve Askeri Devrim Komisyonu'nu kurdu. Darbeden bir süre sonra yapılan seçimle yeni hükümet kuruldu.

15 Ekim 1963'teki cumhurbaşkanlığı seçimini, Başbakan Park Chung-Hee, kazandı ve üçüncü hükümet kurulmuş oldu. 1964 yılında Güney Kore-Japonya zirvesi yapıldı. Japonya Güney Kore'ye Japon sömürge yönetimi sırasında yapılan bazı hataların karşılığı olarak ekonomik yardımda bulundu. Ancak muhalefet partisi ve bazı öğrenciler bu durumu onursuzca bulup protesto ettiler. Ancak ordu krizi tekrar bastırdı. 1968'de, 31 Kuzey Koreli silahlı askerin suikastı, ABD'de Vietnam Savaşı'nın başarısızlığı ve Çin'in Şangay şehrinde Soğuk Savaş sisteminin çökmesi de dahil olmak üzere ülkede en büyük önemin güvenlik krizi olduğunu düşünen Başbakan Park Chung-Hee, ulusal güvenliği ve ekonomik kalkınmayı sürdürmek adına uzun vadeli bir güç sağlar. Başbakan Park Chung-Hee hükümeti ekonomik kalkınmaya teşvik eder.

17 Ekim 1972'de, Başbakan Park Chung-Hee Başkanlık Deklarasyonu'nu açıkladı ve ülkenin ekonomik durumunu düzeltmek ve modern Kore'yi yaratmak için ülke genelinde sıkı yönetim ilan etti. Bu olay dördüncü hükümeti başlattı. Tüm sistemin yeniden yapılandırılmasına karar verilerek tam ölçekli bir ağır kimyasal sanayileşmeye dayalı kararlar alarak yüksek düzeyde ekonomik büyüme sağlandı. Güney Kore tarihinde

en büyük ekonomik büyüme bu dönemde yaşanmıştır. Ancak iki dereceli seçim cumhurbaşkanının seçilmesine yol açmaktaydı ve bu durumda halk doğrudan seçimden mahrum kaldı. Başbakanın yetkisi güçlendirildi ve halkın temel hakları büyük ölçüde azaldı. Tabi ki insanlar bunu desteklemedi ve ABD Carter yönetimi Güney Kore Hükümetini insan hakları bazında eleştirdi ve özellikle üniversite öğrencileri demokratik anayasa ve insan haklarına uyulmasını isteyerek protestolara başladı. Halk, polisin ve devletin baskısı yüzünden korktuğu için sessiz kaldı, ancak şikayetlerin devam etmesine rağmen Başbakan Park Chung-Hee uzun vadeli kararlarını uygulamaya devam etti. Başbakan Park Chung-Hee'nin faaliyetlerine bu şekilde devam edeceği düşünülürken sağ kolu olan Kim Jae-Kyu tarafından saldıraya uğrayarak öldürülmüştür ve hükümet sistemi çökmüştür.

Sona ermiş gibi görünen askeri hükümetin kontrolü, Başbakan Park Chung-Hee'nin cinayetini araştıran Ordu Şefi Chun Doo-hwan'ın liderliğinde 12 Aralık 1979'da ordu kuvvetleri ile birlikte askeri darbe gerçekleştirmesiyle Chun Doo-hwan'a geçmiştir. Ve böylelikle 5. Hükümet dönemi başladı. Demokrasinin korunması için en fedakâr dönemdi. Askeri hukukun serbest bırakılmasını ve hızlı demokratikleşmeyi talep eden üniversite öğrencileri ulusal çapta büyük bir protesto başlattı. Yeni askeri hükümet, sıkı yönetim ilan ederek hükümet karşıtlarını tutukladı ve protestoları yasakladı. Fakat demokrasi yanlısı öğrenciler sivillerden de destek alarak protestolarını daha da artırdı ve ordu güçleri ile çatışmalara girdi ve yaklaşık 200 kadar kişi bu çatışmada öldü. Dönemin hükümeti 1983'ün sonundan itibaren ekonomik alanda güçlendirme politikaları izlemeye başladı. Üniversiteleri yeniden açarak profesörleri işe aldı ve sürgün öğrencileri geri getirerek başbakanlık koltuğunda 7 yıl kalacağının sözünü verdi. Bu arada, protestocuları ve işçi harekatına katılan öğrencileri tutuklayan polis memurları, kız öğrencilere cinsel saldırada bulundu ve öğrencilere ağır işkenceler ederek ölümlerine neden oldu. Başbakan

Chun Doo-hwan anayasanın değişmeyeceğini tekrar belirtti ve halk bu duruma çok öfkelenerek büyük tepkiler göstermeye başladı. 1987 yılının Haziran ayında, din adamları destekçileriyle birlikte geniş bir alanda hükümet karşıtı protestolar başlattı ve polis kuvvetleri bu protestoları bastıramadı. Sonrasında halk galip geldi ve Hükümet iki dereceli seçimden tek dereceli seçime giden anayasa değişikliğinin yapılmasını kabul ederek uzlaşma yoluna girdi.

Böylelikle Güney Kore Cumhuriyeti, günümüze kadar devam eden 6. Hükümet dönemine girmiş bu uzlaşmanın arkasından barışçıl bir yol izlemeye devam etmiştir. Cumhurbaşkanı ilk kez Mayıs 1992'de muhalefet partisinden seçilmiştir ve ordunun siyasi yönetime karışmaması kararı alınmıştır. Ayrıca ordu içerisinden darbeye katılan kişiler cezalandırılmıştır. Cumhurbaşkanlığı seçimi, 1987 yılında yapılan anayasa değişikliğine göre beş yıl süreyle yapılacaktır ve Cumhurbaşkanı bu seçime 1 kez katılabilecektir. Kore'nin demokratikleşmesi, başlangıçta bir kalıp üzerine oturtulmuştu fakat zamanla bu yapı demokrasi ile doldurularak günümüz şeklini aldı. Sanayileşmenin ilerlemesiyle birlikte ekonomi güçlendi ve orta sınıf bu gelişmenin kaynağı olarak demokrasiye büyük ölçüde destek sağladı. (Shin, 2007)

Kore'deki televizyon dizilerinin işlediği hikayeler ve üretim biçimleri Kore'nin siyasi tarihine paralel bir şekilde şekillenmiştir. Dizilerin günlük yaşantıyla yakın bir bağlantısı olması sebebiyle insanlar da dizilerden etkilenmişlerdir. Aynı zamanda dönemsel karışıklıklar da televizyon dizilerinde ve dizi politikalarında görülmektedir Bu bölümde, günümüzdeki Hallyu dizilerinin bu popülaritesini kazanana kadar ki geçen sürede nasıl bir gelişim izlediği, arka perdesinde nelerin yattığı, kısacası Kore dizilerinin genel tarihi anlatılmaktadır. Kore toplumuna göre, dizilerde zamanla yapılan değişiklikler analiz edilerek, bugünkü Kore dizilerinin detaylı incelenmesi amaçlanmaktadır.

"The history and prospect of broadcasting in korea" (Hang-je jo, Han-ul akademi

2003) kitabı, Kore dizilerinin yönelimlerini dönemlere göre sınıflandırarak ve tanıtımlarını yaparak televizyon yayınları için gerekli argümanı, 1960 yılının ilk yarısından itibaren Kore'nin dizi dönemine göre ifade etmiştir. 1960'lı yılların ilk yarısındaki televizyon dizilerini, başlangıcı ile birlikte paralel bir analiz sürdürerek, 1962 yılından günümüze kadar ki dizilerin bulunduğu dönemi dizilerde nasıl yansıttığı incelenmiştir ve bu çalışma bizlere toplumun gerçeklerini dizilerde nasıl yansıttığını ve toplumun bu dizilerden ne derece etkilendiğini anlatmıştır (Jo, 2003). Bu bölüm Jo'nun yaptığı araştırmadaki dönemleştirmeye uygun olarak yazılmıştır.

Güney Kore, ilk televizyon yayını 12 Mayıs 1956 yılında diğer ülkeler içinde 15. sırada olmak üzere yörüngeye yerleştirmiştir. Kore'nin ilk radyo televizyon istasyonu olan HLKZ-TV ise, Mayıs 1956 yılında kurulmuştur. Aynı yıl Temmuz ayında Kore'nin ilk dizisi "The gate of heaven"[8], yayına girmiştir. Bu dizi, canlı olarak 30 dakika süreyle yayınlanmıştır. İki ay sonra "A death row" dizisi, aynı şekilde canlı olarak yayınlanmış üstelik süresi uzatılarak 1 saat 30 dakikaya çıkarılmıştır. Yayında, 2 kamera kullanılmıştır. Dizinin yönetmeni Koreli olmasına rağmen dönemin teknolojik yetersizliği nedeniyle teknik yönetmen Amerika'dan getirtilmiştir. Kore dizileri, başlangıçta teknolojik açıdan oldukça yetersizken zamanla teknolojisini de geliştirmiştir.

1.1. Disiplin Kontrol Dönemi

1962-1964 dönemi Kore'de disiplin kontrol dönemi olarak adlandırılmaktadır. 1960'lı yılların başında 1. Kore Cumhuriyeti'nin sonlanmasıyla yeni hükümet dönemi başlamıştır. Yeni hükümet ile birlikte ilk kamu yayın kuruluşu olan KBS-TV Korean Broadcasting System) yayına girmiştir. O dönemde Kore'de 13.000 tane televizyon satışa

[8] Kore dizilerinin kore dışında da ilgi görmeye başlamasıyla birlikte kanallar dizilerin isimlerini hem Korece hem İngilizce olarak iki resmi isimlendirme yaparak pazarlamaya ve yayınlamaya başlamıştır.

sunulmuştur. Televizyon adetinin az sayıda olması, insanların televizyon kültürünü benimsemesini ve öğrenmesini geciktirmiştir. Diziler ve televizyonun işlevleri hakkında herhangi bir bilgisi olmayan halk, televizyonu ilgi reçekici bulmuştur. Televizyon kullanımının aygın olmadığı bu zamanda "KBS Cinema", "Donna Reed show" gibi show programları, dizilerden daha çok izlenerek popüler hale gelmiştir. (Kim, B. & Kim, Y. & Ma, D. & Beak, M. & Won, Y. & Yun, S. & Choi, I. & Han, J., 2011)

1964 yılına kadar tek bölüm olarak yayınlanan diziler bu yıldan itibaren uzun soluklu günlük diziler haline gelerek ünlenmeye başladı. Dizi senaryoları başlangıçta opera ve film senaristleri tarafından yazıldığı için televizyon dizilerine uygun senaryolar değildi. İlk diziler radyo dizilerinin senaryolarından uyarlanmıştı. Televizyon dizilerinin senaryolarını yazan sanatçıların çoğu, senaryo yarışmalarıyla bu alana adım atmış deneyimsiz kişilerdi. Bu yüzden yayınlanacak doğru özellikteki senaryoları bulmak zordu. (Kim, B. & Kim, Y. & Ma, D. & Beak, M. & Won, Y. & Yun, S. & Choi, I. & Han, J., 2011)

Başka bir deyişle, bu dönem televizyon dizilerinin inşasıdır. Başlangıçta televizyon dizileri insanları bilgilendirmek, aydınlatmak, savaştan çıkan toplumu ahlaki yönden eğitmek amaçlı kullanılmıştır. Televizyon dizilerinin nasıl kullanılması gerektiği yayıncılar tarafından uzun süre tartışılmış ancak izleyiciler tarafından dizilerin bu yönü anlaşılamamıştır. Savaş sonrası açlık ve zor koşullar altında yaşayan halkın aydınlatılması, onların bu umutsuz durumdayken bir umut ışığı ve cesaret olgusu olmayı amaçlanmıştır. Bu yüzden televizyon dizileri diğer medya türleri gibi hikaye aracı olmaktan çok toplumsal amaç bilinci güdülerek hazırlanmıştır.

Ayrıca, dizilerin bu döneminin içeriği yaşanan savaş etkisiyle anti komünizm ve sosyokültürel aydınlanma amacı gütmekteydi. Yeni kurulan şehir yaşamının güncel meselelerini ele alan "The back alleys of Seoul" dizisinin yanında, trafik kuralları ve

güvenliği, kitap okuma, yangına dikkat etme, suçların önlenmesi, casuslukla mücadele ve anti komünizm gibi konuların anlatıldığı "Young Yi's Diary" bu içeriklere örnek verilebilir. Özellikle "The real-life theater", hükümetin maddi desteği ile çekilmiştir ve senaryosu milli istihbarat ajansı görevlileri tarafından yazılmıştır. Tipik bir politika dizisi olan "The real-life theater"de, dönemin en popüler oyuncuları sahne aldığı için halk tarafından oldukça ilgi görmüştür. (Kim, B. & Kim, Y. & Ma, D. & Beak, M. & Won, Y. & Yun, S. & Choi, I. & Han, J., 2011)

60'lı yılların sonundaki en büyük olay, kamu televizyonu olan KBS'nin yanı sıra özel bir yayın olan TBC (Tong-yang Broadcasting Company)'nin kurulmasıydı. Bu yayınlarla birlikte iki yayın kuruluşu arasında, izleyiciyi çekmek amaçlı bir rekabet başladı. Bu dönemde devlet kanalı olan KBS (Korean Broadcasting System), önceki yıllarda olduğu gibi sosyal aydınlanma ve aile standardizasyonu üzerinde çalışırken, özel bir yayın yapan TBC (Tong-yang Broadcasting Company), tamamen eğlence merkezli bir yayına sahipti. TBC (Tong-yang Broadcasting Company)'nin bu yayınları sayesinde farklı konuları ele alan çeşitli diziler yayınlandı. Tarihi diziler, polisiye, dram ve çocuk dizileri günlük olarak yayınlanmaya başlandı. Özellikle, tarihi dizilerin konuları geleneksel hanedan konulu dizilerden ziyade, tarihi şahsiyetlerin hayatlarını konu almaktaydı. Bu dizilere örnek olarak "The Girl Raised As A Future Daughter-In-Law", "A lady of good-natured", "A court lady", "Courtesan", "A Princess Daughter-in-law" gösterilebilir.

Görüntü 1.The Girl Raised As A Future Daughter-In-Law 1965



Kaynak. https://www.mycelebs.com/movie/242292/total

Günlük diziler, izleyicilerin günlük yaşamlarının bir parçası haline gelmesi amaçlanarak her gün aynı saatte yayınlanmış ve izleyicinin ilgisinin sıcak tutulması amaçlanmıştır. Ancak, bu yavaş yavaş yayın kanalları arasında bir rekabete yol açtı ve

dönemin sonunda MBC (Mun-Hwa Broadcasting Corporation) kültür yayınlarının kurulmasıyla birlikte bu rekabet daha da artmıştır. Rekabetin artması dizilerin içeriğinin gittikçe absürt hale gelmesine ve gayrimeşru ilişkilerin dizilerde konu alınarak, seyircilerin ilgisinin bu yönde daha da artacağına inanılmış ve dizi içerikleri oldukça farklı bir değişikliğe uğramıştır. O dönemdeki günlük dizilerde zina, gayri ahlaki ilişkiler ve sapkın düşünceler işlenmiştir. Güney Kore hükümeti bu duruma el atarak dizileri sonlandırma kararı almıştır. Ek olarak bu dizilerde sosyal kaygıya yol açacak konular ve o dönemki iç çatışmalar konu alınmıştır. Güney Kore edebiyatından esinlenilerek işlenen dizilerde ise masumiyet olgusu, sevgi teması ve aile sevgisi ön plana çıkarılılarak sosyal kaygı, çatışma ve gayri ahlaki olgular bastırılmış ve toplumsal normlar dengelenmiştir. Bu dönem toplumsal çatışma dönemi ve populer kültür başlığı altında değerlendirilmiştir. (Cha Beom-seok, 1985)

1960'lı ve 1970'li yıllarda izleyicilerin kültürel seviyelerinde gelişme yaşanmıştır. 1960'lı yıllarda insanlar televiyon programları hakkında çok düşünmeden, yorum yapmadan izliyor herhangi bir eleştri ve fikir beyanında bulunmuyordu. 1970'li yıllarda ise televizyon sayısında artış yaşandı ve izleyiciler artık programlar, diziler hakkında yargılar geliştirmeye, eleştirmeye ve düşüncelerini ifade edebilmeye başladı.

1960'ların sonlarında, KBS(Korean Broadcasting System), TBS(Tong-yang Broadcasting Company) ve MBC(Mun-Hwa Broadcasting Corporation) dönemin yayıncılarıydı. Bu üç yayın kuruluşunda, komünizm karşıtı diziler, ve aile temalı diziler ön plandaydı. 1960 yıllarında da anti-komünist diziler vardı ancak 1970'lerden farklı bir algı söz konusu idi. 1960'larda düşmanca ve nefret dolu bir anlatım hakimdi, 1970'lerde ise Kuzey Koreli ajanların Güney Kore'ye gelip burada özgür bir toplumla karşı karşıya kalmaları seyrinde gerçekleşen olaylar birbirini izliyordu. Bu geçişlerde, uluslararası durumdaki değişikliklerin neden olduğu gerilimi hafifletmek amaçlanmıştır. Bununla beraber aile dizileri, şehir merkezindeki insanların şefkatini pekiştirerek farkındalık

yaratmaya odaklandı.

Bunun yanında modern toplumun getirdiği çelişkiler, karmaşık aşk olayları ve ilişkilerle birlikte özellikle hayatlarını uç noktalarda yaşayan kadınların hikayeleri ele alındı. Çağın hassas ideolojilerini konu alan diziler "Park Maria", "The windy world", "Two faces" üretildi. Çok geçmeden bu ideolojik kurgular tartışma konusu oldu ve devlet tarafından hepsine son verildi. Bu andan itibaren,Güney Kore'nin dizi tarihinde farklı bir kavram oluştu. 1970 – 1974 yılları arasında denetleme baskı dönemi baş gösterdi. Toplum eleştirileri ve politik konular daha çok işlenmeye başlandı. Hassas siyasi olayların ve fikirlerin gösterimi büyük ölçüde MBC(Mun-Hwa Broadcasting Corporation) tarafından yapıldı.

1.2. Baskı ve Direniş Dönemi

1975 ve 1980 yılları arasında devletin halka yönelik yaptığı baskı ve direniş artmış, genel ve sıradan temaları konu alan diziler yayınlanmıştır. O zaman için, televizyon cihazına sahip olma oranı %40'a yakındı. Televizyonun kitlelere ulaşma oranına göre, televizyon kültürü de günden güne yerleşmiştir. Ancak bu sıralarda, devlet sistemi 1977'de yeniden inşa edilmeye başlandı bu sisteme Canlandırıcı Reformlar sistemi dendi ve 1970'lerin başında daha sistematik ve güçlü bir yapılanma haline geldi. Bu doğrultuda halka baskı politikası güçlendi ve halkın üzerindeki kontrol etkinleştirildi. Böyle bir siyasi ortamda, televizyon dizileri günlük yaşamdan kaçış olarak görülüyordu. Doğrudan hükümet düzenlemelerine rağmen TV dizileri, gündemlerini hükümet politikaları dışında tutmuş ve popüler kültürü benimseyip, eğlenceli konulara yönelmişlerdir.

1977'de, Yayıncılık Etik Kurulu[9], dizi standartları oluşturdu ve programların düzenlenmesinde aktif bir rol izledi. Hükümetin müdahalesi giderek arttıkça yayıncılar mevcut siyaset doğrultusunda diziler (anti-komünizm) yapmayı arttırdılar. Dizi prodüksiyonunun bağımsızlığı sınırlanarak, dizilerin içeriği daha tutarlı hale geldi. Hükümetin baskılarına karşılık, özel bir yayın kuruluşu olan TBC(Tong-yang Broadcasting Company), 1975 yılının Ocak ayında bünyesindeki gazeteciler tarafından "basın özgürlüğünün korunması" için bir hareket yürüttü. Ancak hükümetin baskısı artmaya devam etti ve TBC(Tong-yang Broadcasting Company), 1 Aralık 1980'de devlet kanalı olan KBS(Korean Broadcasting System)'ye dahil edilerek, devletleştirildi.

Ayrıca, Kültür ve Halkla İlişkiler Bakanlığı tarafından günlük dizilerin sayısının üçten az olmaya yönlendirilmesi gibi birçok kısıtlama yapıldı. Günlük diziler aynı anda düzenlenerek, yayın şirketleri arasındaki izlenme rekabeti daha da artmış ve drama dizilerinin üretimi devam etmiştir. Dizilere ilişkin hükümet düzenlemelerinin güçlendirilmesine rağmen, ihlaller kademeli olarak artmıştı. 17 Mayıs 1980 yılında darbenin gerçekleşmesiyle birlikte, toplumun artan baskılarını hafifletmek için, eğlenceye dayalı heyecan verici diziler izleyiciler arasında popüler hale geldi.

Eleştirel (1981 - 1986) diziler 1980'lerin başında, Yushin baskı döneminde sona erdi ve toplum bu dönemde Yushin yüzünden kaos içindeydi. Medyaya dair Temel Yasa çıkarıldı ve bununla birlikte dizi programlarının organize edilmesindeki etki gözlendi. Bu dönemde devlet kanallarında, günlük dizilerden ziyade hükümet tarafından yönetilen birçok özel dizi yayınlanmıştır. Bu dizilerin konuları açıkça gösterilerek tarih bilinci, birlik beraberlik duygularını güçlendirmek amaçlanmıştır. Bu şekilde, içerik politik dizi,

[9] Yayıncılık Etik Kurulu, Kore'de kültür, sanat, yerli ve yabancı kamuoyu yoklamaları, basın, propaganda ve raporlama ve yayıncılıkla ilgili çalışmaları denetlemek amacıyla kurulmuştur. 24 Temmuz 1968'de Kültür Bakanlığı yayınlarla ilgili olarak yeniden düzenleme yapmış ve yürülüğe koymuştur. 2 Ocak 1990'da son olarak Kültür ve Halkla İlişkiler Bakanlığının idaresine geçen kurulun düzenlediği yayıncılık kuralları hala geçerliliğini sürdürmektedir

kurumsal dizi ve edebi dizi içerecek şekilde genişletilmiştir. Ek olarak, günlük dizilerin rekabetini azaltmak için devlet destekli özel diziler yapılmıştır.

Bu, gelişim odaklı dönemi geçip toplumun istikrar kazanmasını arzulayan dönemin dizilerinin, rejimin dengelenmesi Ekonomik kalkınmanın sağlanması, çalkantılı toplumun düzelebilmesini amaçlaması doğal bir sonuçtur. Bu sebeple pek çok insanın izlediği diziler sayesinde istikrarın kazanılması amaçlandı ve devletin amacı diziler yoluyla yayınlandı. İhtilalin ardından 5. Cumhuriyet Anayasası[10] yayınlandı. yeni hükmün gerekli görülmesi ve meşrulaştırılması için ilk önce tarihsel diziler yayınlanmış halkın kabul görmesi teşvik edilmiştir. Tarihi dizilerin büyük çoğunluğu, eski dönemlerde yapılan ihtilalleri konu almıştır. “Establish a country”, “The King of Chudong Palace” dizileri bunlara örnek olarak verilebilir.

Öte yandan, toplumun memnuniyetsizliğini ifade eden birçok dizi vardır: “Chains”, “The field where sun goes down” gibi dizilerde şiddet ve yolsuzluk konuları işlenmiştir. Toplumdaki çatışma ve geçimsizlik dolaylı olarak izleyiciye gösterilmiştir. Örnek olarak “First Republic” dizisi, iktidarların, politikacıların, gangsterlerin ve iş adamlarının oluşumu ve çöküşünü gösteren ilk siyasi dizidir. Bu nedenle toplumda kargaşa çıkmasına neden olmuştur.

Ayrıca, siyasi dizilerin yanı sıra ekonomik diziler de bu dönemde ortaya çıkmıştır. Başroller aracılığıyla çalışkanlık, tasarruf konularına dikkat çekilerek bireylerin toplumsal rolerine önem verilmiştir. Bu diziler, insanların zihnine ve iradesine önem vermiştir. Ekonomik dizilere benzer bir dizi olan “Entry Merchant Accounts from Kaesong

[10] 12 Aralık 1979'da, yeni askeri güç birlikleri orduyu ele geçirmek için harekete geçtiler ve 17 Mayıs '24.00'da ülke çapında acil durum savaş yasasını genişleterek hükümetin kontrolünü ele geçirdiler. Yeni askeri güç, protesto eden Demokratikleşme Hareketi de dahil halkın demokratik taleplerini bastırdı ve Anayasa'yı değiştirdi ve 5. Cumhuriyet Anayasasını ilan etti.
Wikipedia. Erişim Tarihi: 05.06.2019 (https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%8C%80%ED%95%9C%EB%AF%BC%EA%B5%AD_%EC%A0%9C5%EA%B3%B5%ED%99%94%EA%B5%AD)

City" ile, çağdaş sermayenin nasıl oluştuğu ve iş birliği konuları işlenerek işçilik, işçi ve iş verenlerin arasında yaşanan problemlerin çözümlenmesi amaçlanmıştır. Köy dizileri sayesinde de şehir insanı ve köy insanı arasında yaşanan geçimsizlik konu alınmış bu konunun çözüme ulaştırılması amaçlanmıştır.

Gerçek toplumun "umutlar ve hayal kırıklıkları" ile karakterize olduğu bu dönemde televizyon, uyum dizileriyle beraber suçlama(eleştiri mi) dizileri de üretiyordu. Yeni askeri darbe sonucu yönetimin el değiştirmesiyle darbenin haklılığını gösteren dizilerin sayısı günden güne artış göstermiştir. O dönemdeki televizyon dizileri umutsuz Kore toplum atmosferinde, insanların devletin isteklerine farkında olmadan boyun eğmelerini sağladı. (Kim, B. & Kim, Y. & Ma, D. & Beak, M. & Won, Y. & Yun, S. & Choi, I. & Han, J., 2011)

1987 yılı 29 haziranda toplum Demokratik manifestosunda birçok değişiklik yapılmıştır. Bununla birlikte yayın endüstrisinde büyük bir değişiklik gerçekleşmiştir. En büyük değişiklik ise Basın Temel Yasası'nın kaldırılmasıdır. Artık yayında adaletli bir şekilde basin özgürlüğüne kavuşulmuştur. Bu şekilde devlet tarafından halkın basın özgürlüğünü kısıtlamak amacıyla yayınlanan diziler ve devlet destekli diziler azaltıldı, yerine her türden tema barındıran diziler yapılıp yayınlanmaya başlandı. Ancak diğer yandan, kanallar arasındaki rekabet arttı. Bu sebeple 60'lı ve 70'li yıllarda çarpık ilişkilerin ele alındığı melodramalar ile ahlaksız ilişkileri içeren diziler yaygınlaşmaya başladı. "Sand Castle" dizisi, bu konuları işleyen bir örnektir. Sektördeki rekabetin artması ile dizilerin konuları iyi olmasa bile reytingte yükselmeyi görebilmek için bahsedilen konular işlenmiştir. Beklenildiği gibi izleyici tarafından büyük ilgi görmüştür. (Kim, B. & Kim, Y. & Ma, D. & Beak, M. & Won, Y. & Yun, S. & Choi, I. & Han, J., 2011)

Basın özgürlüğünün gelmesiyle siyasi konuların işlendiği diziler alt mesaj olarak değil doğrudan yayınlanmaya başlamıştır. O dönemde yasaklara meydan okunmaya

başlanıldı ve toplumdaki haksızlıklar, çatışmalar açığa çıkarılmıştır. “A windless area”, “Second Republic”, “Door of desire” Dizileri bu konulara birer örnektir.

80’li yılların sonunda uzun soluklu diziler yerini daha az bölümlü dizilere bıraktı. Bu dizilerde toplumsal çatışma ve adaletsizlik kavramlarının yanı sıra günlük yaşamdan kesitler, aşk temalı konular işlendi. Böylelikle anlatılmak istenen konu daha net ve vurgulu bir şekilde seyirciye sunuldu.Başlangıçta bu diziler Güney Kore Edebiyatından esinlenildiği için daha çok topluma hitap eden konular ele alındı. Böylelikle toplumun gerçeklerini yansıtan bir realist anlayışa sahip oldu. İlk mini seri, “Phoenix” ardından “The last witness” “The land we cannot go” ve on üç adet de romandan uyarlanan kısa bölümlerden oluşan diziler yayınlandı.

Ayrıca mizah temalı konular o dönem popüler olmaya başladı. Bu diziler belirli bir fikri anlatmak yerine sadece insanları güldürmeyi, eğlendirmeyi amaçlamıştır. “Seoul Ddukbaegi”, dizisi komedi alanında en çok popülariteye sahip oldu. “Three families in one house” ve “Creating Magpie Daughter in Law”, “Love on a Jujube Tree” dizileri de arkasından yayınlandı.

1.3. Kültürel Politika Dönemi ve Küreselleşme

1991'de SBS yayın kanalı kuruldu. MBC ve KBS ile birlikte, bu üç kanal rekabete tutuştu. O zamanlar, SBS dizi reytingleri için bir strateji belirledi. Bu stratejiye göre insanların televizyon başında en çok zaman geçirdikleri saatlerde “The novel theater”, “Wednesday drama”, “Weekend soap opera” gibi komedi türündeki popüler dizileri yayınlayarak diğer kanallarla rekabete girdi. Böylelikle reytinglerde bir yükselme

sağlandı. Bu yöntem günümüz Güney Kore dizi sektöründe de devam etmektedir.[11]

Bu dönemde tarihsel diziler yayınlandı fakat tarihteki sıkıntı ve asıl olaylar yerine arka plandaki olayları konu aldı. Buna örnek olarak "Eyes of Dawn" dizisi, Japon sömürgesi altındaki Güney Kore'nin arka planında yaşanan olayları aşk teması üzerine oturtarak izleyiciye sundu. "Sandglass" dizisi 1980 yılında dönemin olaylarındaki arka planı konu alarak yine tutkulu bir aşk hikayesini işledi. Bunun nedeni artık o dönemlerdeki sıkıntılardan, ideolojilerden toplumun uzaklaşmak istemesiydi. (Kim, B. & Kim, Y. & Ma, D. & Beak, M. & Won, Y. & Yun, S. & Choi, I. & Han, J., 2011)

Ek olarak, genç nesil izleyiciyi çekmek adına durum komedisi yayınlanmaya başlandı. Bu türün yalnızca yeni nesil için oluşturulması, gençlerin genel işletmelerde olduğu kadar kültür endüstrisinde de önemli bir tüketici olduğunun düşünülmesidir.

Sonrasında sektör gençleri hedef alarak trend haline gelen öğeleri konu aldı. Moda, stil, giyim tarzı ve hobi konularını ön plana çıkararak geleneksel dizi kavramından ziyade göze hitap eden, görselliği ön plana çıkaran temalara yönelmiştir. Bu diziler aşk ve sevgi gibi konuları oldukça ön plana çıkarırken intikam, arzu ve nefret gibi konuları gerçekçilikten uzaklaşıp yüzeysel bir biçimde ele almıştır. Örnek olarak "Jealousy", "Love in Your Bosom" dizileri popüler hale geldi. Bu dizilerde arka plan doldurularak görsellik zenginleştirilmiştir ve bu durum dizileri daha eğlenceli ve zevkli hale getirmiştir.

Yine o dönemde yapılan dizilerde geleneksel düşünce anlayışı işlendi ve bu düşünce anlayışına göre yansıtılan fikirler insanların aklında sorular oluşturmaya başladı.

[11] Teknolojinin gelişmesiyle birlikte internetin kullanımı artmış ve hemen her şey internet ortamında bulunur hale gelmiştir. Bu sebeple kanalların reyting ve satış oranlarının takibi kısıtlanmıştır. 2017-2018 döneminde 32 dizi üretim şirketinde 130 dizi çekilmiştir. Bu dizilerin dışa satım ve reyting oranları internetin sağladığı yayılma kolaylığı sebebiyle kesin olarak gözlemlenememiştir.
Wikipedia_Erişim Tarihi: 05.06.2019 (https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%8C%80%ED%95%9C%EB%AF%BC%EA%B5%AD%EC%9D%98_%ED%85%94%EB%A0%88%EB%B9%84%EC%A0%84_%EB%93%9C%EB%9D%BC%EB%A7%88_%EC%A0%9C%EC%9E%91%EC%82%AC_%EB%AA%A9%EB%A1%9D)

Geçmişte izleyicilerin siyasal ve ekonomik düzenlemelere cevap bulabilecekleri diziler yayınlanıyordu. Ancak günümüzde geleneksel düşüncelerden farklı bakış açılarının işlendiği felsefik diziler ön plana çıktı. Örnek olarak "Sons and Daughters" dizisinde ataerkil düşüncenin hakim olduğu Kore toplumunda, yapılan yanlışların toplum tarafından doğal ve olması gereken bir şeymiş gibi kabul edilmesine tepki olarak bu düşüncenin oldukça yanlış bir düşünce olduğunu, kız çocuklarının mağdur edilmemesi gerektiği toplumun yanlış bir sistemi benimsediği konusu işlendi

"Survivor's Grief", "With joy and sorrow" dizilerinde 1980 yıllarında ideolojik düşüncelerine bağlı kalarak yaşayan bir gencin 1990 yıllarına geldiğinde demokrasinin gelmesiyle eski yaşantısının oldukça karışık olduğunu görmesini anlatmaktadır. Öte yandan, bu çelişkili değerleri birbiriyle uyumlaştırmaya çalışan bir dizi olan "What's Love" da üretildi. Bu dizi topluma geçmiş sistem ve modern yaşamın nasıl uyum içinde yaşanması gerektiğini göstererek oldukça yüksek bir izleyici kitlesine ulaştı.

40 yıllık dizi tarihi, nesillerin açıkça ayırt edilebilmesinde yarar sağladı. İzleyici kitleleri kendi içlerinde farklılık gösterdiği için "Jealousy", "Walking Up to Heaven, "The Last Game", "Love in Your Bosom" dizileri gençleri hedef alırken "Han Myung Hoe", "Jang Nok Soo" dizileri ile yaşlıları hedef aldı. Ve televizyon dizileri artık sosyal çatışmalarla veya çelişkilerle ciddi olarak başa çıkma, veya eleştirme girişiminde bulunmadı. Çünkü yeni nesil, geçmişin karanlık yüzünün işlendiği dizilerdense o dönemin hikayelerini duymaya isteklilerdi. Bu sebeple televizyon dizileri, gerçeklik, hakikat ve eğitim konularını işlemekten ziyade eğlence, ilgi ve alışveriş konulu dizileri işleyerek birbirleriyle rekabet etmeye başladılar. (Kim, B. & Kim, Y. & Ma, D. & Beak, M. & Won, Y. & Yun, S. & Choi, I. & Han, J., 2011)

Bu dönemin başlarında tarihi diziler tekrardan ilgi konusu oldu. Ancak eski tarihi dizilerin aksine, konular hafifletilerek herkesin rahatça izleyebileceği şekilde değiştirildi.

Tarihi diziler artık, devlet tarafından gerçekliğin meşruiyet aracı olarak değil, gerçeğin dolaylı olarak yansıtılmasında aracı oldu. Böylelikle izleyiciler tarafından tarihi diziler sadece tarihsel olay olarak kabul edilip gerçek toplum ile karşılaştırarak ilgiyle izlendi.

Tarihsel dizilere örnek olarak "Im Kkeok Jung", "Tears of the Dragon", "Mimang" dizileri verilmektedir. Özellikle "Im Kkeok Jung" dizisine bakılacak olursa, dizide hiyerarşik sistemdeki çatışmalar ve yönetimdeki yolsuzluklar gösterilmiştir. Çünkü bu dönemde Kore toplumu yüksek bir ekonomik gelişim göstermesiyle toplumun belirli bir kesimi zenginleşmiştir. Bu zenginleşen kesim, para harcama tarzı yüzünden yeni bir ayrımcılığın oluşmasına neden olmuştur. İzleyiciler dönem yöneticilerinin ve zengin kesimin yaptıkları yolsuzluklar yüzünden yeni İm Kkeok Jung'un tekrardan dünyaya gelmesini umarak diziyi izlemişlerdir.

Belirtildiği gibi tarihi dizilerin popüler olması ile toplumsal konulara ağırlık veren diziler zamanla aile ve birey konularına indirgenerek aile konulu dizilerde artış yaşanmıştır. 1997 yılında Kore'de Uluslararası Para Fonu (IMF: International Monetary Fund) ile anlaşmalar imzalamasıyla ekonomik zorlukların aile yaşantılarını olumsuz yönde etkilediğini gösteren diziler yayınlandı. Ve ekonomik sorunlar, toplum sorunları ve siyaseti eleştiren diziler popülaritesini yitirdi. Retro diziler belli bir süre popülerleşti fakat bu süre oldukça kısa bir süreydi. İnsanlar geçmişi sadece bir hatıra olarak düşünüyorlardı.

Durum komedileri daha da popüler oldu. Bunun nedeni ise IMF nedeniyle halkın komedi dizilerine ilgisinin artmasıydı.Üniversite öğrencilerinin günlük yaşamlarını komik bir şekilde işleyen "Three Guys and Three Girls" genç kuşaktan büyük bir ilgi gördü. Ve "See and See Again", "You and I" bir aile komedi dizisi olarak gerçek hayatın zorluklarına ragmen zevk ve mutluluk arıyan ailelerin gerçekleri kabul etmeleri ile iradelerini koruyabildiklerini göstermekteydi.

Yeni neslin gençlerini hedefleyen dizi sektörü, dizilerin konularından daha çok

görselliği ön plana koyarak dizileri daha neşeli ve her kesimin algılayabileceği düzeyde gösterdi. Bu yüzden herhangi bir konusu olmayan ancak görselliği olan diziler giderek artış gösterdi. Beklenildiği üzere bu tarz diziler popüler oldu. Görselliğin önemli olduğu dizilerin popülaritesinin artması ile yaşlılar da bu dizileri izlemeyi daha çok tercih ettiler..

Bu dönemin dizilerinde "tamamen gerçekliğe bağlı kalma zorunluluğunun ortadan kalkmasıyla dizileri gerçek hayattan farklı, görselliği fazla ve daha neşeli diziler haline gelmiş ve gençler dizilere gıpta ile bakar hale gelmiştir. Ayrıca dizilerin temaları da çeşitlilik göstermiştir.

2000'li yılların başlarında genel olarak ilgi gören dizilerin tarihi diziler olduğu görülmektedir. 2000 yılında "Huh Joon" (%53.8 reyting oranıyla) ile başlayan 2001-2002 yıllarında "Emperor Wang Gun" (%42.6 reyting oranıyla), 2003-2004 yıllarında "Dae Jang Geum"(%53.0 reyting oranıyla), 2005 yılında "Emperor of The Sea" (%30.9 reyting oranıyla), 2006-2007 yıllarında "Jumong"(%45.5 reyting oranıyla) gibi senelerin popüler olmuş dizilerinin hepsi tarihi dizilerdi. Tarihi dizilerin neden bu kadar ilgi gördüğü hakkında yapılan bir araştırmada "Tarihteki boşlukları, yazarın hayal gücü ile doldurduğu tarihi diziler, sadece geçmişteki olayları gösteren bir gösteri olarak düşünülebilir ancak burada yazarın ya da izleyicilerin şimdiki yorumlarıyla harmanlanabilen en iyi türdür." sonucuna ulaşmıştır. (Jung, 2005)

Pekçok ülkede gösterimi gerçekleşip ilgi görmesi sebebiyle Hallyu akımının dizilerine en büyük örneklerden biri olan Dae Jang Geum'a bakıldığında dizi tarihi dizi olmasının yanında çağdaş duyguları da barındırmaktadır. Bu durum dizinin popülaritesinin artmasındaki en büyük etken olarak görülmektedir. Dizi Dae Jang Geum'ın küçük yaşta ailesi tarafından saraya satılmasıyla başlayan acılı hayatının başarılarla çevrelenmesini konu almaktadır. Son yıllarda kadınların mesleki statüsünün artmasına bir örnek olan dizi halk tarafından oldukça yoğun ilgi toplamıştır. Dizideki diğer oyuncular da günümüzden

esintiler vererek izleyiciyi etkilemektedir. Kore'nin tarihi dizileri genel olarak ast-üst ilişkisine vurgu yapılan, statünün ön plana çıkarıldığı dizilerdir. Ancak Dae Jang Geum, bireylerin birbirleriyle daha özgürce ilişki kurmalarını konu alarak tarihi dizilerde fark yaratmıştır. Burada kastedilen özgürlük öğretmen öğrenci, kız erkek ve asker komutan gibi dikey ilişki/ hiyerarşik ilişkiler yerine yatay ilişki/hiyerarşik olmayan ilişkilerin olmasıdır. Hiyerarşik olmayan ilişkiler sayesinde oyuncuların gerçek kişilikleri izleyici tarafından daha rahat görülmektedir. Daejanggeum'ı diğer tarihi dizilerden ayıran en önemli fark budur.

Ayrıca bu dönemin bir özelliği olarak aşk dizileri, izleyiciyi yasa boğmak yerine romantik komedi üzerine yoğunlaşmaktadır. Oyuncular daha çok sempatik rollere bürünerek izleyiciye sevimli görünmeye başlamışlardır. Örneğin 2000 yılında yayınlanan "Autumn in My Heart", "Winter Sonata" gibi dizilerde, önemli olan sehvetli duyguların yaşanması ve sadık ilişkilerin izleyiciye sunulmasıdır. Ancak 2003-2004 yıllarında yayınlanan aşk dizilerine bakıldığında oyuncuların sempatik tavırlar sergileyerek duyguyu izleyiciye daha gerçekçi verdikleri görülmektedir. Bunun yanı sıra konular daha da çeşitlenmiştir. Kadın öğretmen ve öğrenciler arasındaki aşkı konu olan "Romance" enişte ve baldızın yasak aşkını konu alan "Snowman", evlilik dışı kadın erkeğin beraber yaşamalarını konu alan "Rooftop Room Cat" ergenlerlik dönemindeki aşkı konu alan "Delightful Girl Choon Hyang", eşcinselliği konu alan "The 1st Shop of Coffee Prince" gibi diziler çeşitlenen aşk dizilerinden birkaçını oluşturmaktadır. Geleneksel zihniyete yer verilen diziler zamanla yerini yenilikçi düşüncelerin yer aldığı dizilere bırakmıştır ve "What Happened in Bali", "Ruler of Your Own World" gibi dizilerde şok edici aşklar ile ölüm konularının yer aldığı diziler izleyiciden büyük rağbet görmeyi başarmıştır. (Kim, B. & Kim, Y. & Ma, D. & Beak, M. & Won, Y. & Yun, S. & Choi, I. & Han, J., 2011)

Üçüncü olarak günlük dizilerin çoğunluğu aile dizilerini konu almaktaydı. Babayı konu alan "Like Father Unlike Son" dizisi, modern ailedeki babanın rolünü konu alan

“Precious Family” dizisi ve ailede kadının yerinin ne olduğunu düşündüren “Golden Era of Daughter in Law”, “Be Strong Geum-Soon”, “Mom’s Dead Upest” gibi dizileri dönemin aile dizilerine örnek olarak verilebilir.

Son yıllarda etkileyiciliği yüksek konular ortaya çıkmaya başlamıştır. Eşi tarafından aldatıldığını öğrenen kadının intikam alması ve bu intikamın intikamı doğurmasını konu alan, doğumunun arkasındaki sırrı çözmeyi konu alan ve ensest ilişkileri konu alan “Golden Era of Daughter in Law”, “Be Strong Geum-Soon”, “Mom’s Dead Upest” dizileri ahlaki konulara yoğunlaşan dizilere örnektir. İzleyiciler ise, bu dizilerin kötü örnek teşkil etmesinden yakınmasının yanı sıra dizilerin akıcılığına ve merak duygularına yenik düşüp ilgiyle izlemişlerdir. Dizilerde eskiden bu yana iyi ve kötü kavramlarının uçlarda işlendiği diziler ile zengin fakir aşkının işlendiği “Lover in Paris” alın yazısının işlendiği “Stairway to Heaven”, ölümcül hastalıkların işlendiği “Autumn in My Heart”, “Glass Shoes”, “You Are My Destiny” gibi diziler izleyici tarafından rağbet gören diziler arasında yer almaktadır.

Ek olarak, popüler konuların yanı sıra izleyiciden beklenen rağbeti görmeyen konular da ortaya çıkmıştır. Çağdaş dönem tarihini konu alan diziler ve köy dizileri bu dönemde beklenilen ilgiyi görmeyen dizi konuları arasında yer almaktadır. İzleyici bu dönemle birlikte sempatik ve eğlenceli dizileri daha çok tercih ettiği için çağdaş dönem tarihi ve köy yaşamını konu alan diziler azalmaya başladı. Köy yaşamının işlendiği “Love on a Jujube Tree” dizisi 1990 yılından itibaren 852 bölüm yayınlanarak ilginin azalması ile 2007 yılında yayına son verilmiştir. Aynı şekilde köy yaşamının işlendiği bir diğer dizi olan “Hometown over the Hill” 2014 yılında son bölümünü yayınlamıştır.

Yine son 10 yıldır Kore ve Japonya arasındaki kültür değişimleri iki ülke arasında uyarlama dizilerin artmasına sebebiyet vermiştir. Kore, Japonya’nın roman ya da man-

galarından uyarlanan diziler yayınlamıştır. Az çok gerçekçi olmayan kısımların bulunmasına ragmen izleyiciyi etkisine alıp hayal dünyasına sürükleyen uyarlamalar zamanla popülaritesini arttırımıştır. “Master of Study” ve “Boys over Flowers” dizileri gerçeklikten uzak ama izleyiciyi heveslendiren mangalara örnek olarak verilebilir.

Bu sebeple 1990 yıllarının sonuna doğru Hallyu, uluslararası bir başarı elde ederek diğer ülkeler tarafından ilgi görmeye başlamıştır. Kore halkı tarafından bu hayranlığın uzun sürmeyeceği düşünülse de Hallyu akımı bu düşünceyi yıkmış gün geçtikçe büyüyen bir kitle elde ederek izleyiciler tarafından hafife alınmayacak derecede ilgi görmektedir. Gelecek bölümde Hallyu’nun dünyada bu kadar ilgi görmesinin nedeni detaylı bir şekilde açıklanacaktır (Kim, B. & Kim, Y. & Ma, D. & Beak, M. & Won, Y. & Yun, S. & Choi, I. & Han, J., 2011)

BÖLÜM 2: HALLYU (KORE DALGASI) DİZİLERİ

2.1. Hallyu (Kore Dalgası) Dizilerin Başlangıcı ve Yayılışı

Kore dalgası olan Hallyu, Günümüzde Doğu Asya'yı aşıp bütün Asya, Avrupa ve Amerika ile dünyaya yayılmaya başladı. İlk olarak Çin'de ortaya çıkan Hallyu kelimesi, uluslararası kültürel bir olgu haline gelerek ingilizce sözlüklerde, "Korean Wave(Hallyu)" olarak resmi olarak kayda geçmiştir. Bu, 1990lı yılların sonunda Çin ve Asya bölgelerinde yayılım gösteren Hallyu'nun, artık Orta Asya, Avrupa ve Amerika'ya kadar gözle görülür bir seviye atladığı anlamını taşımaktadır.

Hallyu, Doğu Asya'dan Kore'nin şarkı, film, dizi gibi popülerleşmesini sağlayan Kore kültür rüzgarı anlamına gelen kelimedir(Yoo 2009:27). "Hallyu" kelimesi ilk olarak Aralık 1997'de Tayvan'ın haberinde kullanılmıştır. Ancak o dönemdeki kullanılan "Hallyu", Kore'nin sanayi ve meta malzemelerine atıfta bulunan kültürel bir kavramdan çok ekonomik bir kavramdı. Bu günlerde kültürel bir öge olarak kullanılan "Hallyu"nun kökeni ise 1999 yılında Çin'de "Kore dalgası" anlamınında kullanılmasına dayanmaktadır.

1990'ların sonunda Çin'in kültürel içerikleri, ekonomisinin gelişmesi ile toplumdaki insanların düşüncelerinde oluşan değişiklik ve beklentileri karşılayamamaktaydı. Bu nedenle kültürel olarak en yakın olan ve Japonya dizilerine göre daha uygun fiyatlı olan Kore dizileri satın alınarak zamanla geniş bir yayılım gösterdi. Çin'in devlet kanalı olan CCTV (China Central Television Station)'de "What is Love?" adlı dizinin yayınlanması ile Çin'de gösterime giren yabancı diziler arasında 4.3% reyting ile ikinci sıraya yükselerek büyük ilgi görmüştür. Bunun için Pekin'deki bir gazeteci 北京青年報 (Beijing Youth Newspaper) isimli makalesinde "yeni moda", "Kore kültür modası" anlamı taşıyan "Hallyu" terimini kullanmaya başlayıp günümüzdeki uluslararası anlam taşıyan

kelimenin temelini atmıştır. (Heo, 2002:498-500)

Kore dizilerinin Çin'e girmesi ile Çin'de başlangıç gösteren ve diğer ülkelerde de kabul gören Hallyu terimi "Kore dizileri" anlamına gelmektedir. Ancak zamanla Kore dizileri sayesinde kültürel içerikler çeşitlenmiştir. Artık "Hallyu" kelimesindeki algı çeşitlenmiş, Hallyu dizileri sayesinde türetilen çeşitli içerikleri kapsayan bir terim haline gelmiştir. Kore Kültür Endüstrisi Değişim Vakfı tarafından yayınlanan rapora göre Hallyu'nun geçmişi 3'e ayrılmaktadır. 1.dönemde (1997-2000 yıllarının başı) Kore dizileri ve müziklerinin merkezi olarak Çin, Tayvan ve Vietnam'da Hallyu başlamıştır. 2.dönemde (2000'li yılların başından 2000'li yılların ortasına kadar) "Hallyu'nun çoğalma dönemi" olarak bilinmekte film, online oyunlar ile yayılan dijital Hallyu olgusu başlangıç göstermiş, Güneydoğu Asya'ya kadar yayılım göstermiştir. 3.dönemde (2000'li yılların ortasından günümüze kadar) Hallyu'nun başlangıç gösterdiği ilk yer olan Çin ve Japonya'da Hallyu'ya olumsuz tepki gösterilmiş, ancak uzun sürmemiştir. Orta Asya'yı aşıp birçok ülkede Hallyu etkisi başlamış, Avrupa, Amerika ve Güney Amerika'ya kadar uzanmıştır. Dönemlere göre Hallyu'nun başarı gösterdiği içerikler farklılık göstermiştir. Gelişmiş stratejiler gitgide iyileşmiştir. Hallyu'nun dünya pazarlarına girişi sadece esya satışı ile değil, çizgi film karakterlerinin satışı, ülkeler arası ortak yapımlar ve insan kaynakları ihracatı ile de olmuştur.

Hallyu, dizileri aşarak müzik, film, oyun gibi çeşitli içerikleri geliştirmek için meydan okuyucu stratejiler geliştirmiştir. Örnek olarak yakın zamanda en popüler olan içerikler arasında yer alan webtoonlar, mevcut kitap algısına zıt bir anlayış ortaya çıkarmış, akıllı telefonlara uyum sağlayan bir teknolojik yapım olarak planlanmıştır. Artık uluslararası pazara kadar yayılan "Webtoon[12]", manga kitaplarının üreticisi Japonya ile 'webtoon'un yaratıcısı Kore'nin rekabet içine girmesine neden olmuştur. Bununla yetinmeyen

[12] E-book mangası

Kore, sosyal medya emoji pazarına da el atarak çizgi film karakterlerinin emoji uyarlamalarını oluşturmuştur. (Yoon, 2016)

Günümüzde Hallyu, dünyada yalnızca dizileri ile değil müzik, oyun hatta kozmetik ürünlerine kadar çeşitli alanları içererek yayılım göstermiş olmasına rağmen, Hallyu'nun ortaya çıkması ve yayılmasının asıl merkezinde Kore dizileri yer almaktadır. Günümüzde içeriklerin bu kadar çeşitlenmesi ve dünyayı etkisi altına almasında dizilerin rolü büyüktür. Kore dizilerinin tarihi, 1956 yılından bu yana yaklaşık 60 yıla dayanmaktadır.

Günümüzde Hallyu olgusunun oluşması, Hallyu dizilerinin büyük başarı göstermesi ile mümkün hale gelmiştir. Çin'de ilk olarak yayınlanan "What is Love?" dizisi de dahil "Winter Sonata", "Dae Jang Geum" gibi 3 ayrı dizinin gösterdiği başarı örneği sayesinde Hallyu'nun nasıl bir gelecek izleyeceği tahmin edilerek bu günün Hallyu'su oluşmuştur. Hallyu dizileri "What is Love?" dizisi sayesinde ilk olarak Çin'de Hallyu olgusunun ortaya çıkmasını sağlamış, 2003 yılında da "Winter Sonata" dizisi sayesinde Japonya'da sendrom olarak ifade edilebilecek derece büyük bir popülerite elde etmiştir. Böylece Hallyu olgusu, kültürel sektörlerde de çok büyük bir etki yaratmıştır "Dae Jang Geum"dizisi sayesinde dünyaya iyice açılan Hallyu dizilerinin popüleritesinin fazlalığı ileride daha da büyüterek dünyanın her yerine yayılabilecek gücü taşıdığı ihtimalini gözler önüne sermektedir. (Yoon, 2016)

Artık geçmişte sadece Asya içinde yayınlanan Kore dizilerinin popüleritesi bütün dünyayı etkilediği açıkça görülmektedir. En büyük devlet kanallarından 3'ü olan KBS, MBC, SBS kanallarıyla sınırlı kalmayıp uydu televizyon kanallarında yayınlanan çoğu dizilere kadar Japonya'dan Çin'e, Kuzey Amerika'dan Avrupa'ya hatta Orta Asya'dan Afrika'ya kadar dünyanın her köşesine yayılan bir etki göstermiştir. Böylelikle tüm dünyaya yayılan Hallyu'nun başlangıcıyla yukarıdaki üç drama örneğine yakından bakılmaktadır.

2.1.1 Hallyu dizilerinin başlangıcı “What is Love?”

Hallyu dizileri 90lı yılların sonunda Çin’de yayılmaya başlayan Kore dizileri sayesinde başlangıç göstermiştir. “What is Love?” dizisinin Çin’de göstereceği popülerite” kimse tarafından tahmin edilmemiştir. 1992 yılında Çin ve Kore’nin samimi ilişkiler kurmasının ardından “Jealousy” ve başka Kore dizileri Çin’de yayınlanmasına rağmen “What is Love?” dizisi kadar büyük ilgi gören bir yapım olmamıştır. (Lee, 2017)

Çinliler tarafından yoğun ilgi gören “What is Love?” dizisi, Kore’de Kasım 1991’den Mayıs 1992’ye kadar toplam 55 bölüm olarak devlet kanalı MBC’de gösterime giren Tv dizisidir. “What is Love?” dizisinin Ortalama reytingi 59.6% olması ile Kore dizi tarihi arasında ortalama reytingi en yüksek dizi; en yüksek reytingi 64.9% olması ile Kore’de de büyük ilgi gören bir dizidir. Aile dizisi olarak iç açıcı bir ortam sergileyen dizi, geleneksel aile ile modern ailede büyüyen iki kız arkadaşın çocuklarının evlenmesinin getirdiği gelişmeleri sempatik bir şekilde ekranlara getiren bir aile dizisidir. Damadın ailesi, geleneksel Konfüçyüsanlayışını benimseyen erkek egemenliğinin hüküm sürdüğü bir ailedir. Gelinin ailesi ise çağdaş bir aile olup aile içinde yardımlaşmanın hüküm sürdüğü bir ailedir. Bunun yanında Hristiyan olan anneannesi ile Budist olan babaannesinin aynı odayı kullanabilecek hoşgörüye sahip olduğu bir aileden gelmektedir. Gelin ile damadın evlenmesi sonucunda gelin, damadın ailesinin benimsediği geleneksel konfüçyüs anlayışını yıkarak modern anlayışı benimsemelerine neden olmaktadır. Gelinin, damadın ailesinin düşüncelerini yıkarken mantıklı ama aynı zamanda da komik bir tavır sergilemiştir. Özellikle kayınpederinin erkek egemenliğine bağlılığı Kore’nin geleneksel babalarının temsilcisi olup gelinin sayesinde fikir ve davranışlarındaki değişim izleyiciye güldüren bir şekilde gösterilmiştir. Birbirinden oldukça farklı hayatların birbirine temas etmesi sonucu yetişkinlerin geleneksel düşünceleri ile gençlerin özgür düşünceleri uyum içerisine izleyiciye aktarılmıştır. Dizi bu sayede kadın-erkek, yaşlı-genç tüm nesillerden olumlu geri dönüş almıştır. Dizide oynayan oyuncular Kore’nin

yıldızı olmuş, damadın babası rolünde oynayan oyuncu en popüler oyuncu ünvanını kazandığı için 1992 yılında 14. Parlamento üyesi olmuştur. Dizinin popülaritesinin azımsanamayacak derecede yüksek olmasını gösteren en önemli nedenlerden birisi de dizinin yayınlandığı süre boyunca ülkedeki telefon, elektrik ve su kullanımının normale göre %10 azaldığı görülmektedir.

Kore içinde de popülaritesi yüksek olan "What is Love?" Haziran 1997'de Çin devlet kanalı CCTVde yayınlanmıştır. Batı kültürünü benimseyen aile ile Kore geleneksel kültürünü benimseyen iki farklı ailenin çocuklarının evliliğinin beraberinde getirdiği kültür çatışmalarını konu alan dizi, modernizm ve aileyi önemseyen geleneksel düşünceye sahip Çin toplumundan büyük ilgi görmüştür. O dönemde yurt dışından alınan programlar arasında ikinci Sıraya yükselerek reytingler %15i görmüş, Çin'de Kore dizilerine olan ilgiyi uyandırmıştır. Bu sebeple 1999 yılında Pekin basınında "Hallyu" kelimesi kültür ve medya ürünleri için de kullanılmaya başlamıştır. Çin'de Kore Kültür Endüstrisi'nin popülaritesi o zamandan itibaren büyümeye başlamıştır. Çin'deki kültür endüstrisinin trendi ve stili etki görmüştür. Hallyu, Tayvan, Vietnam, Tayland, Moğolistan gibi Çin'in komşu ülkelerinde de aynı derecede başarı sağlamıştır. Bu sebeple ilk başta büyük başarı gösteren Hallyu Kore dalgasının zaman içerisinde Amerika ve Avrupa'ya kadar uzanacağını önceden tahmin eden Koreli üreticiler konu hakkında farklı içerikler üretmeye başlamıştır. (MBN news Lee, 13.06.2017)

O dönemde "What is Love?" dizisinin, sadece Kore'de kalmayıp Çin ve Çin cıvarındaki diğer ülkelerde Hallyu olgusunu ortaya çıkaracağını kimse tahmin edememiştir. Kore'nin yapmış olduğu dizilerin, yurtdışı ülkelerininden satın alınarak oradaki insanlar tarafından ilgi görmesi, tahmin bile edilemeyen bir olaydır. Çin'de Kore Kültür Endüstrileri'ne olan ilgi bununla beraber başlangıç göstermiştir. Bu sayede Çin'in show programları, yayın trendleri ve stilleri de etkilenmiştir. Böylece Çin'deki Hallyu popülaritesi, Çin'i de aşarak Tayvan, Vietnam, Tayland ve Moğolistan gibi benzer komşu ülkeleri

de etkisi altına almıştır. Bu başarıyı gören Kore dizi yapımcıları etkinin Amerika ve Avrupa'ya kadar uzanabilmesini amaçlayarak içeriklerini o amaca uygun bir şekilde yapmıştır. (Lee, 2014)

2.1.2 Hallyu dizilerinin Asyada başlattığı furya "Winter Sonata"

Çin'de "What is Love?" dizisinin gösterdiği başarı ile Çin ve civarındaki ülkelerde Hallyu popüler olmaya başlamıştır.. Ve "Winter Sonata" dizisi sayesinde tüm Asya'da özellikle de Japonya'da "furya" [13]olarak adandırılacak kadar yaygınlık gösteren bir ilgi başlamıştır. Aslında o zamanların Kore'si, Japonya'nın televizyon programlarından ilham almıştır. Ancak "Winter Sonata" dizisinin yayınlanması ile Asya'da Hallyu rüzgarı esmeye başlamış, Japonya televizyonlarında yayınlamak üzere Kore dizi organizasyonları yapılmaya başlamıştır.

Tablo 1. Japon kanallarındaki Kore dizi organizasyonları

Yıl / ay	Aralık 2005	Şubat 2006	Ağustos 2007	Mart 2008	Ağustos 2009
Karasal yayın	64 istasyonda 19 dizi	36 istasyonda 21dizi	29 istasyonda 26 dizi	31 istasyonda 32 dizi	37 istasyonda 37 dizi
BS		5 kanaldan 9 dizi	8 kanaldan 12 dizi	8 kanaldan 14 dizi	9 kanaldan 33 dizi
CS	10 kanaldan 45 dizi	8 kanaldan 55 dizi	12 kanaldan 100 dizi	20 kanaldan 112 dizi	25 kanaldan 136 dizi

* Kore Kültür Endüstrisi Değişim Vakfında (2009: 206)Yeniden Değerlendirildi

Tabloya göre, yapılan Kore dizi organizasyonlarının en çok popüler olduğu 2005 yılına göre dizilerin yayınlandığı kanalların sayısının azalmasına rağmen yayınlanan dizi sayısını artış gösterdiği görülmektedir. (Oh, 2011)

Dikkat çekilecek olan nokta, Japonya'nın dijital uydu kanallarından olan BS (Broadcasting Satellite) ve CS (Communication Satellite)'de Kore dizilerinin organizasyonu yapılmış ve dizi sayıları arttırılmıştır. Bununla beraber özel kanal olan BS ve CS'de

[13] Kore'de yayınlanan araştırmada kelimenin orijinali sendrom olarak geçmektedir fakat Kore'deki kullanım amacının aksine Türkiye'de olumsuz anlam içerdiği için anlamı doğru bir şekilde aktarmak amacıyla furya kelimesi kullanılmıştır.

Kore dizi organizasyonlarının çoğalması durumuna bakılacak olursa Hallyu'nun geçici bir moda değil, yeni bir tür olarak kabul edildiği görülebilir. Verilen bu örnekten anlaşılacağı üzere 2000'li yılların başına kadar Kore, Japon programlarından ilham almış olsa da, 2000'li yılların sonuna doğru işler tersine dönmüş ve Japonya Kore programlarını örnek almaya başlamıştır. (Park 2008, Kim 2007 aktaran Oh, 2011)

"Winter Sonata" dizisi sayesinde Hallyu, Japonya dahil tüm Asya'da "furya" olarak adlandırılacak kadar büyük bir popülerlik kazanmıştır. "Winter Sonata", 2002 yılında, 14 Ocaktan 19 Marta kadar KBS televizyon kanalında Pazartesi ve Salı günleri yayınlanan mini bir diziydi. Önünde evlilik olan bir kadının, lisede öldüğünü sandığı ilk aşkına benzeyen bir adam ile karşılaşmasından sonra gerçekleşen olayları anlatmaktadır. Adamın, hafıza kaybı yaşamasıyla kadın ile birbirlerine sürüklenmelerinin yol açtığı durumları güzel bir kış manzarasında Nam-I Adası arkaplanı eşliğinde görsel güzellik ve saf aşk hikayesini gösteren Kore tarzı bir romanstır. Aslında hikayede yeni bir şey yoktur. Devamlı kalıplaşmış klişeler gösterilmiştir ancak bu klişeler tam yerinde ve olması gerektiği gibi izleyiciye sunulduğu için kadın izleyicilerin hayallerini süsleyen bir aşk hikayesi olmuştur (Naver Knowledge Encyclopedia. Yang 2014). Aslında "Winter Sonata", mevsim dizisi serilerinden bir tanesidir. 2000 yılında yayınlanan "Autumn in My Heart" dizisinden sonra, ikinci olarak çekilen sezon dizisiydi. Kore'de önceki sezon dizisi olan Autumn in My Heart'a kıyasla daha az ilgi görse de yaklaşık %30'luk bir reyting alarak popülerlik kazanmıştır.

"Winter Sonata" dizisi, Kore'de yayınlanmaya başlaması ile aynı anda Çin, Singapur, Malezya, Hong Kong, Tayland, Vietnam'da da ihracat sözleşmesini yaparak, 6 Kasım 2002'de Kore'nin KBS kanalı ile Japonya'nın NHK kanalı Seoul'de yapılan 'DICON 2002 & BCWW 2002' etkinliği sayesinde anlaşma imzalamışlardır. Böylece Nisan 2003 yılında Japonya'da özel kanal olan NHK-BS2de "Winter Sonata" dizisi "ふゆのソナタ"

başlığı ile ilk yayınını yaparak büyük bir popülarite elde etmiştir. Aslında Hallyu, genç nesillerden gördüğü sevgi ile başlangıcını yapmış olsa da Japonya'da 30-40 ve üzeri yaşta olan kadın izleyicilerin "ilk aşk"a karşı hissettikleri saf duyguları ve hatıraları akla getirmesi sebebiyle büyük ilgi görmüş ve bu dizilere olan beğeninin yayılıp artmasıyla birlikte popülerleşmiştir. 2004 yılında devlet kanalı olan NHK'ye taşınıp yayınına o kanalda devam eden dizi, büyük bir dikkat toplamış ve Japonya'nın içinde Hallyu furyası başlamıştır.. "Winter Sonata" dizisi, ilk yayınında Tokyo ve civarındaki büyük şehirlerde %9.2'lik bir reyting elde etmiştir. O saatlerde yayınlanmış olan bütün dizilerin genel ortalaması %3.9 iken, "Winter Sonata" oldukça fazla bir reyting elde etmiştir. Dizi son bölümünde Nakoya (başkent civarındaki büyük şehirlerde) %22.5, Kanto'da %20.6, Kansai'de %23.8'lik yüksek bir reyting elde etmiş, bu sebeple "Yomiuri Gazetesi" ve "Asahi Gazetesi" gibi büyük basınlarda yayınlanmıştır. (Kukmin Daily 02.06.2004)(Yonhapnews 23.08.2004)

Kitle derecelendirme kuruluşunda yapılan medya araştırmasına göre özellikle Kanto şehrinde %20'lik reyting elde eden ilk dizi olarak "Winter Sonata" tarihe geçmiştir. Özellikle "Winter Sonata" dizisinin yayınlandığı saat olan gece 11, hem geç olduğu hem de o saatte Atina Olimpiyatı yayınlandığı için bu kadar yüksek reyting alıyor olmak olağanüstü bir durum olarak adlandırılmıştır. (Dong-A Daily, 13.06.2004)

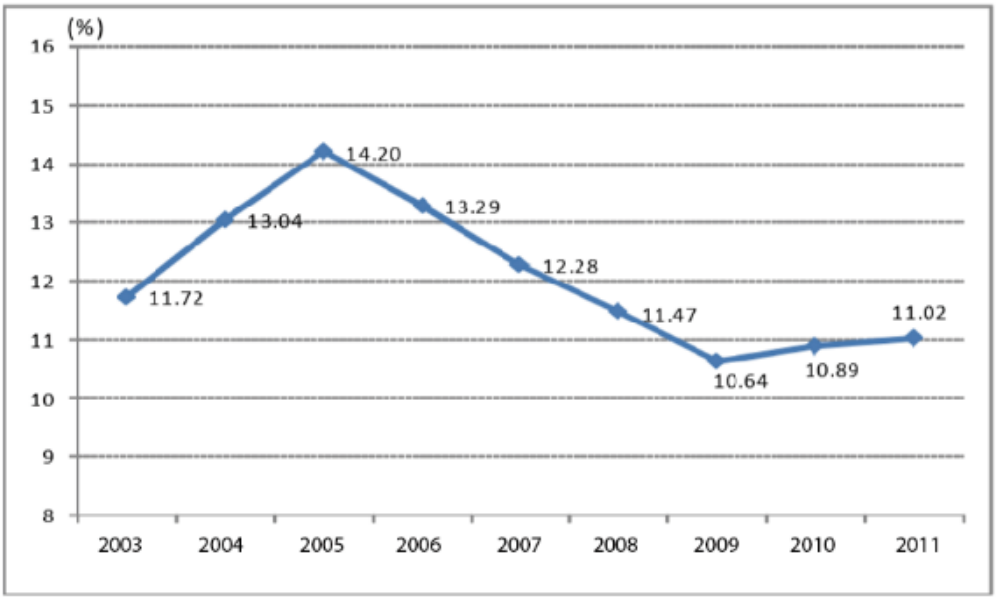
Yine Japon izleyiciler tarafından dizinin dublajının yayınlanmasına tepki gösterilerek, ikinci kez orijinal olarak altyazılı halini televizyonlarda görmeyi talep etmişlerdir. Bu sebeple 20 Aralık 2004'te NHK-BS2'de dizinin Korece diyalogları Japonca altyazı ile orijinal olarak tekrar yayınlanmıştır. (Yonhap News, 23.09.2004)

Japonya'da "Winter Sonata" dizisi kitap haline getirilmiş, ve romanın 1,22 milyon kopyası ile dizinin bir milyodan fazla OST'si (Original Soundtrack) satmıştır (Herald Economic Daily, 12.10.2004). "Winter Sonata" dizisinin büyük ilgi görmesinden sonra

2006 yılında müzikali, 2009 yılında da Kore ve Japonya ortak yapımı animasyonu yapılmıştır. “Winter Sonata”, Kore dizisi olmasına rağmen, Müzikal ve animasyonun ana hedefi Japon izleyiciler olmuş, ilk yayın Japonya’da yapılmıştır. Ana hedefin Japon izleyiciler olmasına rağmen, hem müzikal hem de animasyon Korece bestelenmiş, orijinal Kore dizilerini hissetmek isteyen Japon izleyicilerin talepleri dikkate alınarak altyazılar kullanılmıştır. Animasyonlar asıl dizinin başrolleri olan Bae Yong Joon ile Choi Ji Woo gibi aktörlerin Korece dublajları ile birlikte Japonca altyazı eklenerek yayınlanmıştır. OST gibi bütün Kore şarkıları ise olduğu gibi kulanılmıştır. (Hankyoreh newspaper, 08.05.2006)

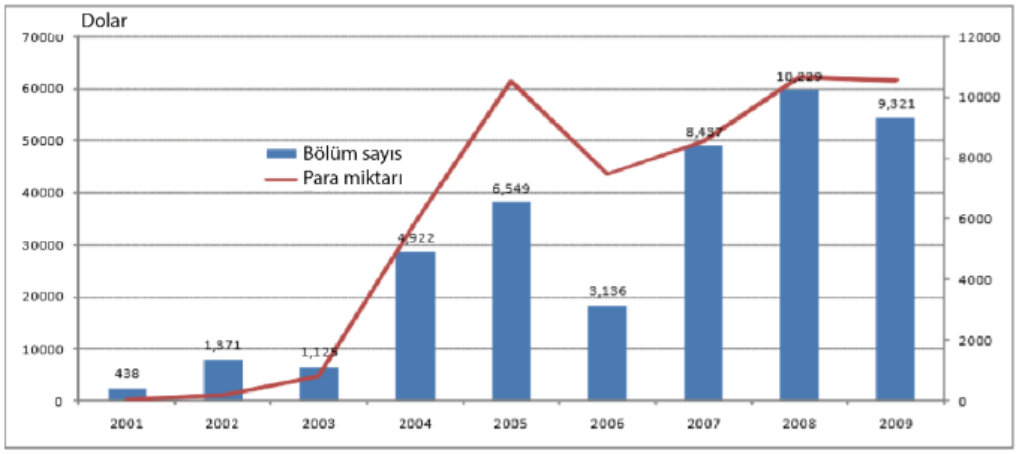
Başroller Japonya’da büyük ilgi toplamışlardır. Özellikle erkek başrol oyuncusu Bae Yong Joon, Japonya toplumunda “YON-SAMA” (Erkek oyuncu "Bae Yong-Jun"un adının yanına Japonca'da saygıyı ifade eden "Sama" kelimesi getirilmiştir) olarak seslenmiş, Japonya’da en çok sevgi gören Hallyu Starı etiketini almıştır. 2004 yılı döneminde Japonya’nın başbakanı olan Koizumi Junichiro’ya “Yon Sama, benden daha popüler” dedirtecek kadar büyük ilgi toplamıştır. (SBS news 04.06.2004)

Grafik 1. 2003-2011 yılları arasında Japonya'daki en büyük 4 TV kanalı dizi reytingleri



Dört büyük özel yayın istasyonu: Fuji TV, Nippon TV, Asahi TV, TBS
kaynak : Audience Rating TV(http://artv.info/)

Grafik 2. Kore Dizilerinin Japonya'ya İhracatı



Kaynak: Kore İletişim Komisyonu (2001 ~ 2009). 'Yayıncılık Endüstrisi Araştırma Raporu'

"Winter Sonata", Japonya'da kitle kültürünü aştığında toplum, ekonomi, takas sistemi fazla yoktu ancak bu dizi sayesinde akademide bir yere sahip oldu. Winter Sonata'nın başarısının nedeni ile ilgili Prof. Tae Heon Oh (Kyung Hee Cyber Uiversity) şu şekilde söylemiştir: Japon dizilerinde ortaya çıkan tema ve kodların abartılı ifadesi 1990'lı yıllarda uzun zamandır süregelen ekonomik krizden itibaren başlangıç

göstermiştir. 1980'lı yıllarda Japonya'nın trend dizilerinde abartılı sahneler devamlı olarak gösterilmiştir. Kadın erkeğin aşk hikayelerinde de seks sahnelerinin abartılı gösterimi ya da hikayelerde işlenen konuların tecavüz ve ahlaksızlık odaklı kullanarak yayınlanmıştır. Bunun gibi şiddet sahneleri gösterilmesine Japon izleyiciler karşı çıkmaya başlamıştır. (Oh, 2011) 1970'li yılların sonundan 1990'lı yılların ortasına kadar toplam 6 kere yapılan bir ankete göre Japonya dizilerinde %75'lik bir oranla şiddet sahnelerine yer verilmiştir. Bu tür dramatik sahneler izleyici tarafından karşı çıkılan bir faktör haline gelmiş, izleyici sayısının günden güne azalmasına yol açtığı için dizi krizi ortaya çıkmıştır. (Oh, 2011)

Yukarıdaki Grafik 1,2ye göre Japonya'daki 4 yayın kanalındaki dizi reytinglerine bakıldığında 2003 yılında %11.72`lik reyting elde etmiştir. Bu sayı 2005 y ılına kadar artış gösterse de 2005 yılından 2009 yılına kadar düşüş yaşamıştır. Reytinglerin birden azaldığı dönemde Japonya'nın, televizyon yayınlarında Kore dizilerine yer verdiği görülmektedir. (Park, 2008:173 aktaran Oh, 2011:12-13) İzleyici tarafından Japon dizilerine karşı çıkılmasının sebebi ile Kore dizilerinin alınmasının sebebinin birbiriyle yakından ilişkili olduğu görülmektedir.

Bir araştırmada Japonlar, Kore dizileri hakkında yapılan röportajda şu cümlelere yer vermişlerdir. "Japon dizilerin çok gerçekçi ve ahlaksız sahnelere odaklı yayın yapması Japon dizilerinin tepki görmesine yol açmaktadır. Ancak Kore dizileri gerçekçi olmasa bile saf duyguların ve aile merkezli içeriklere yer vermesi sebebiyle izleyicinin o sıcaklığı hissetmesini sağlamaktadır." (Che & Yoon, 2006:390 aktaran Oh, 2011) Kore dizilerinin en çok izlendiği yaş grubu olan 30-40 yaş kadınlarının söylediklerine göre Kore dizileri sayesinde iki ülke arasındaki kültürel yakınlık daha rahat hissedilmekte

Görüntü 2.Winter Sonata 2002



Kaynak. KBS Drama

ve benzediği düşünülmektedir. Bu şekilde geçmişe duyulan özlem biraz olsun azalmaktadır. (Oh, 2011) Yine başka bir araştırmada "Winter Sonata"dizisinin başarsındaki faktör olarak Kore tarz aşk hikayesi olan romantik fantezinin sunulmasından bahsedilmiştir. Erkek başrol romantik bir sevgili örneğidir: Permalı saçı, kalın bir atkısı, tatlı ve bas sesi, yumuşak bakışları ile partnerini koruyan ve önemseyen bir sevgili tipi örneği göstermektedir. Erkek başrol dizide bir inşaat şirketinin başkanıdır. Topluma göre yüksek bir statü ve dış görünüşe sahip olan adamın, normal bir kadına olan aşkını gösteren hikayedir. Travmatik bir doğumu ya da doğum sırrı olan erkek başrol, normal ancak aşırı sempatik kadın başrole aşık olmasıyla yaralarının iyileşmesini anlatmaktadır. Bu hikaye, romantizm dolu olsa da seks sahneleri içermemektedir. Kadın ve erkeğin yetişkin olmasına rağmen yapılan aşk eylemleri öpücükten öteye gitmemektedir. Seks olgusu, üstü kapalı bir şekilde gösterilerek diziden tamamen çıkarılmıştır. Seks sahnelerinin çekiciliğinin kullanılması yerine saf aşkı ve duyguyu gösteriyor olmak "Winter Sonata" dizisinin başarılı olmasındaki en önemli faktör olarak gösterilmektedir. (Yang, 2014)

Bu diziyi izleyen Japonların %26'sı Kore hakkında olumlu akış açısı edindiklerini dile getirmişlerdir. Bununla birlikte Korece'nin popülaritesinin artası ile 2004 yılında NHK EğitimYayını'nda Korece Kursu kitabı normal satışının iki katına çıkarak 200.000 'dan fazla kopyasını satmıştır(Yoon, 2016). Dizinin arka perdesinde yer alan Nam-I Adası, Japonlar ve uluslararası diğer hayranlar için turistlik bir yer haline gelmiştir. (Kang-Won Daily, 02.12.2004)

2004 yılı Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı'nın resmi istatistik verilerine göre Japonya, Çin, Singapur dahil olmak üzere 10 farklı ülkeye tek bir dizi ihraç edilmiştir. Bu tek dizi sayesinde Kore, 1,92 milyon dolarlık bir gelir elde etmiştir. (Joy News24, 06.12.2004)(Dong-A Daily, 19.12.2004) Ekonomik ve kültürel olarak büyük etki veren "Winter Sonata" günümüzde Hallyu içi araştırma yapılırken önemli bir veri olarak kullanılmaktadır.

2.1.3 Hallyu dizilerinin küresel yayılımı "Dae Jang Geum"

"Dae Jang Geum" dizisi, Asya'da büyük ilgi odağı olan Hallyu'nun seviyeye atlamasını sağlayan dizi olmuştur. "Dae Jang Geum" dizisi, "Winter Sonata" dizisini aşarak Kore dizilerinin dünya çapında hit olmasını sağlayan dizi olup Hallyu'nun geleceğini önemli derece etkilediği kabul edilmektedir. (Kim, 2014)

"Dae Jang Geum" Asya'da televizyon yayını yapan bütün ülkelere yayılmıştır. Ve Rusya, Türkiye, İsrail, Suudi Arabistan, İran, Kuzey Amerika ve Avrupa'ya kadar yayılmıştır. Tarihi diziler normalde trend olamayan dizi çeşidi olmasına rağmen "Dae Jang Geum" sayesinde yeni bir anlam kazanmıştır. "Dae Jang Geum", 15 Eylül 2003-23 Mart 2004 tarihleri arasında devlet kanalı olan MBC'de yayınlanan bir dizidir. Toplam 50 bölüm olması planlanan dizinin gördüğü ilgi sebebiyle 4 bölüm daha uzatılarak 54. Bölümde final yapmıştır.

"Dae Jang Geum" tarihteki gerçek kahraman Seo Jang Geum'ın hayatını yeniden yapılandıran bir kurgu dizisidir. Kadın başrol Jang Geum, Kore'nin Joseon Dönemi'nde tıpta iyi olan bir kadın olarak kayıtlara geçmiştir. 1515 yılında yazılan "Chosun Hanedanlığı" tarihi kitabında Deajanggum'ın ilk tıpçı kadın olarak çalıştığı yazmaktadır. Dönemin kralı vefat edene kadar vücudundan Daejanggum'ı sorumlu tutacak kadar güvenilir bir tıpçı olarak tarihe geçmiştir. Bunun dışında Daejanggum'ın gerçek isminin ve memleketinin yer aldığı detaylı bir yazı bulunmamaktadır. Ancak dizide yer alan Janggum'ın hayatı genel olarak yazarın hayali ile yeniden yapıladıran bir hikayedir. (Shim, 2008)

Dizideki başrol Janggum, çocukken yaşadığı bir olay sonucunda ailesini kaybetmiş ve alt sınıfa düşmüştür Annesi vefat etmeden hemen önce, Jangguma saraydaki mutfağın en yüksek temsilcisi olmasını ve uğradıkları haksızlığı herkese anlatmasını vasiyet

etmiştir. Böylece Janggum saraya girmiş, annesinin vasiyetini hep hatırlayarak çektiği zorluklara dayanmıştır. Çektiği zorlukların sonucunda ise nnesinin istediği gibi sarayın yüksek temsilcisi olmayı başarmıştır. Ancak mutfağın temsilcisi olduktan sonra da yine yaşadığı haksızlık neden ile saraydan kovulmuştur. Saraya tekrar girebime için kendisini tıp alanına yöneltmiş ve tıp sayesinde saraya tekrar girmeyi başarmıştır. Sarayda, erkek tıpçılar ile rekabet ederek kralın kör olduğu bir günde sadece Janggum kralı iyileştirmeyi başarmıştır. Bu başarısı, kral tarafından ödüllendirilerek istediği bir dileğin yerine getirileceğini söylemiştir. İstediği sonuca ulaşan Janggum'u isteğini, annesinin uğradığı haksızlığı ortaya çıkarmaktan yana kullanarak annesinin vasiyetini yerine getirmiştir. Ardından sarayda hem aşçı hem de tıpçı olarak en kıdemli temsilci haline gelmiştir. Kore'nin tek kadın başhekimi olmuştur "Dae Jang Geum" Kore'de çok popüler olan bir dizi olmuştur. Ortalama reytingi %45.8 civarında olan dizinin en yüksek reytingi ise %57.8 dir. Dizi, gördüğü büyük ilgi ile basın tarafından Daejanggum Sendromu olarak adlandırılıp haberler yapılmıştır. Siyasi alanda da Daejanggum'ın imajı kullanılmıştır. Janggum'ın dizide pişirdiği gösterilen yemeklerin kitabı çıkmış ve dizi temasının kullanıldığı park yapılmıştır. Bunların yanında "Janggeum's Dream"adı altında bir animasyon yapılmıştır. Eski korece ile yazılan "Dae Jang Geum" şarkısı ortaokul birinci sınıftaki müzik ders kitaplarında yerini almıştır.

"Dae Jang Geum" dizisinin başarı faktörleri bu şekilde açıklanmaktadır: "Birçok acı ve sıkıntı çekmesine rağmen vazgeçmeden devamlı çaba göstererek başarıya ulaşmıştır." Kötü insanları cezalandırabilecek fırsatı yakalamış olmasına rağmen sadece kendi yolunda yürümeye devam etmiştir. Sonucunda kötü insanlar, kendi kendini mahvetmiştir. Bu sayede dizi, izleyicilere katarsis vermiştir. "Dae Jang Geum" kraliyet ailesi ve aristokrasi gibi yönetici sınıf iktidarları mücadele konusu olan mevcut tarihsel dizi tarzı anlayışını altüst ederek sarayın alt sınıfındaki insanların hayatlarını göstermiştir.

Dizide, haydutlar, askerler ve hizmetçilerin arasındaki çatışmalar gösterilmiştir. Böylelikle insan ilişkilerinin kimliğe veya statüye göre değil her durumda zor olacağı gösterilmektedir. Ek olarak kraliyet sarayı mutfağının yemek kültürü ve Joseon hanedanlığının tıbbını göstererek izleyici tarafından ilgi görmesini sağlamıştır. (Namu Wiki, Erişim Tarihi: 29.04.2019)

"Dae Jang Geum"da gösterilen Janggum'ın görüntüsü, mevcut Konfüçyüs federal toplum sisteminde girişimci bir kadının hayatını temsil etmesiyle feminist bir unsuru ifade etmektedir. Dizideki tarihi çağ, kadının topluma katılmasının imkansız olduğu sosyal bir sisteme sahiptir. Bu dönemde övülen kadınlar, ahlaklarını koruyan kadınlar ve oğullarını iyi yetiştiren kadınlardı. Toplumda başarılı denilen kadınlar giseng(geyşa gibi) kraliçe ya da kraliyet ailesindeki kadınlar idi ve kadınların, Kore'nin tarihi dramalarındaki rolü bunlarla sınırlıydı. Bunun yanı sıra, Dae Jang Geum, sosyal önyargıya izin vermeden ve dönemin sınırlarını koruyarak, bu tarihsel arkaplanın ötesine geçmekte ve hatta kendisini aşma ve sosyal konumunu belirleme yeteneği ile bile erkekler tarafından kabul edilir bir pozisyon üstlenmektedir. Bu, Kore'deki tipik yerel durumun küresel feminist duruma uyarlanması gibi gözükmektedir. (Namu Wiki, Erişim Tarihi: 29.04.2019)

Dizinin anlatı sürecinde bu bağlamın daha fazlasının ortaya konduğu görülebilir. Genel anlatının gelişimi, bir çocuk olan Janggeum'ın yetişkin olarak büyürken, karşılaştığı sıkıntıların ve denemelerin üstesinden gelmede o süreçte ortaya çıkan çeşitli ilişkileri ve sevgiyi tanımlar. Bu bağlam temel olarak tipik bir Batı antik kahramanın efsanesine değiniyor. Geçmişte yaşanmış bir Kore dönemini anlatıyor olmasına rağmen, Batı karakter gelişimi tarzına ve öykü anlatma yapısına neredeyse benzer olduğu yorumlanabilir. Özellikle, soylu bir kahramanın haksızlığa uğrayarak alt tabakaya düşmesi ve daha sonra kendi çabalarıyla tekrar asil hale gelmesi, dünya çapında çok yaygın olan tipik bir ticari yapının hikayesidir. Bu anlatı gelişimi, ana karaktere duygusal

yaklaşımı, iyi ve kötülüğü, arzu edilen davranışı, yaşamın etik tanımını ve sosyal evrensellik kavramını gösterir.

"Dae Jang Gum"da, bu içerik modern insanlara göre dönüştürülür ve ana karakterin duygusu saflığa dayanır. İyilik masumiyetini ve tutkusunu yüceltmek için ayarlanmıştır ve kötülük, sosyal hırs, kıskançlık ve tarafından ifade edildiği gibi birbiriyle çarpışmaya ayarlanmıştır. İyiliğin masumiyeti ve coşkuyu gösterdiği söylenir ve kötülüğün sosyal hırs veya kıskançlık tarafından ifade edildiği gösterilir bu iki unsurun birbiriyle çatışması sağlanır. Örneğin, GeumYoung'un çeteden kurtulma arzusu ve buna eşlik eden rekabet, suçluluk ve gerginlik duygusu, sosyal çatışmalarda özetlenir ve izleyicilerin çatışmanın tekrarlanmasından, bu durumun çözülmesinden zevk almasına olanak sağlanır. (Kim, 2014)

Ayrıca, 1. ve 2. sezonlara bölünmese de, ilk yarıda Kore Mutfağı ile ilgili hikayelere ve ikinci yarıda tıp alanıyla ilgili hikayelere yer verilmiştir. Hikayenin hızla ilerlemesi ve İzleyicilerin ilgisini kaybetmeden, sıkılmadan hikayeyi izlemeye devam etmelerini sağlamak için bu şekilde tasarlanmıştır.

Görsel görüntüler açısından, Dae Jang Geum, Kore saray mutfağı ve Kore geleneksel kıyafetleriyle yaratılan çeşitli bir şov gibidir. Orijinal Kore tarihi dramasında, Beyaz rengin etnik anlamını göstermek için, renkli kıyafetler en aza indirgenir ve beyaz görüntü çok fazla açığa çıkar. Bununla birlikte, Dae Jang Geum'da, mevcut dramanın aksine, birçok sahnenin fazla renge maruz kaldığı görülmüştür ve yabancıların dikkatini çeken renkli bir saray mutfağı ekranda sergilenmiştir. Bu dizi saray dizisi olduğu için özellikle yemek sahneleri ve geleneksel kıyafetler daha renkli

Görüntü 3. Dae Jang Geum 2003



Kaynak. iMBC

olarak gösterildi. Kore'de, “Dae Jang Geum” dan sonra tarihi dizi sahneleri o kadar muhteşem hale gelmiştir ki kostümler ve arka planlarda artık renkleri aşırı kullanmak yaygınlaşmıştır. Kore'de artık yerel tarihi diziler 21. yüzyılın küresel standart formatına uygun hazırlanmıştır.

Kore'de büyük popülerlik kazanan “Dae Jang Geum”, tarihi drama, sınırlarının ötesine ve tüm dünyaya yayılmıştır. 2004-2005 yılları arasında Güneydoğu Asya'daki birçok ülkede En İyi Yabancı Dil Drama Ödülü'nü kazandı. “Dae Jang Geum”, Kore Dalgası Çin ve Japonya gibi Doğu Asya bölgesinin ötesine Müslüman dünyasında, Orta Doğu'ya, İran'a yayıldı ve sevildi. Özellikle Koreli kadınların sosyal başarıları ve sosyal çatışmaları nedeniyle erkek merkezli muhafazakâr eğilimin güçlü olduğu Orta Doğu'da Arap dünyasında popüler olduğu analiz edildi. 2006 yılında, İran ulusal kanalında yayınlanan “Saraydaki Mücevherat” şaşırtıcı bir şekilde % 86 oranında izlenmeye ulaştı.

İran devlet yayıncısı IRIB tarafından Nisan 2007'de yapılan bir ankete göre, <Daejanggum> izleyici memnuniyetinin % 92'sini kazandı. İran halkı tarafından bilinmeyen Kore ülkesi, Daejanggum ülkesi olarak tanındı. "Daejanggum" dizisi o kadar popüler oldu ki, din adamlarının şikayet etmelerine varacak kadar popülerdi. Dae Jang Geum'un İran'daki büyük başarısı, diğer Kore dizilerinin ithalatını devam ettirdi ve İran reklamlarında tanınan Koreli modelleri, aktörler oynatıldı. Bu popülerlik, Kore ürünlerinin tercih edilmesine yol açtı ve İran ihracatı, bir önceki yıla göre yüzde 46,3 artışla 10 milyar dolara ulaştı. TRT1'de Türkiye'de

Görüntü 4. İran'da tanıtılan Dae Jang Geum



Kaynak. MBC

"Saraydaki Mücevher" adı altında yayınlandı[14].

“Dae Jang Geum” Sri Lanka'da, %99'luk inanılmaz bir izleyici kitlesine sahipti. Malezya'da, en sevilen Kore dizisi olarak Dae Jang Geum’u seçilmiştir. Popülerliği nedeniyle, Malezya'da, Mandarin ve Kantonca da dahil çeşitli dillerde, üç kez yayınlandı. Ayrıca, Ürdün, Mısır, İsrail Afrika, Orta ve Güney Amerika da dahil olmak üzere dünya çapında 90'dan fazla ülkeye ihraç edilmiş ve 20 milyon doların üzerinde satış kaydetmiştir. Dae Jang Geum'un başarısı, Kore dizilerinin uluslararasılaşmasını tamamen farklı bir seviyeye getirdi. Dizilerin popülerliği diğer alanlara da yayıldı ve Kore imajını desteklemeye, gıda, giyim ve Korece alfabesi gibi Kore geleneksel kültürünü tanıtmaya büyük katkı sağladı(Namu Wiki, Erişim Tarihi: 29.04.2019). Dae Jang Geum’un yayınlanmasından itibaren Kore dizileri birçok ülke tarafından tanındı ve “Emperor of The Sea”, “Boys Over Flowers”, “Secret Garden” gibi birçok dizi prodüksiyonu denizaşırı ülkelere ihraç edildi.

2.2. Hallyu Dizilerinin etkisi

Kore Dalgası, medya aracılığıyla saf bir kültürel alışveriş türü olarak başlasa da, dünyanın Kore Dalgası dizilerine olan sıcak tepkisi, ulusal pazarlamaya ve endüstriyel marka piyasasının canlılık kazanmasına yardım etti. (Song, 2014 aktaran Lee & Kim 2018:4) Hallyu dizilerinin ihracatı drama yoluyla sadece çeşitli içerikleri genişleterek ekonomik kazanç sağlamakla kalmıyor, aynı zamanda Kore kültürünün ihracata eşlik etmesinde de büyük önem taşıyor. Diziler, ülkenin imajı ve kültürü hakkında bilgi aktarımına katkıda bulunur. Bir dizinin ihraç edilmesi, bir kültürün ihraç edilmesi demektir.

[14] Türkiye’de 14 Ocak 2008’de başlayıp, her hafta bir bölüm yayınlanmıştır. Toplam 54 bölümden oluşmaktadır. %1.30 reyting oranıyla yayına başlamıştır. (https://tr.wikipedia.org/wiki/Saraydaki_M%C3%BCcevher) Wikipedia_Erişim Tarihi: 05.06.2019

Özellikle televizyon dizilerinin diğer türlerden farklı olarak tekrar tekrar organize edilebildiği ilgi çekici noktaları vardır. Karasal yayıncılığa ek olarak, kablolu yayın, uydu yayını ve İnternet gibi yeni medya rekabetçi bir şekilde düzenlenmiştir ve TV dizilerinin yurtdışında dağıtımında olumlu bir özelliğe sahip olduklarından, dizilerin Kore Dalgasına liderlik sürecinde büyük rol oynamıştır. (Yoo&Kim, 2010) (Bae, 2004)

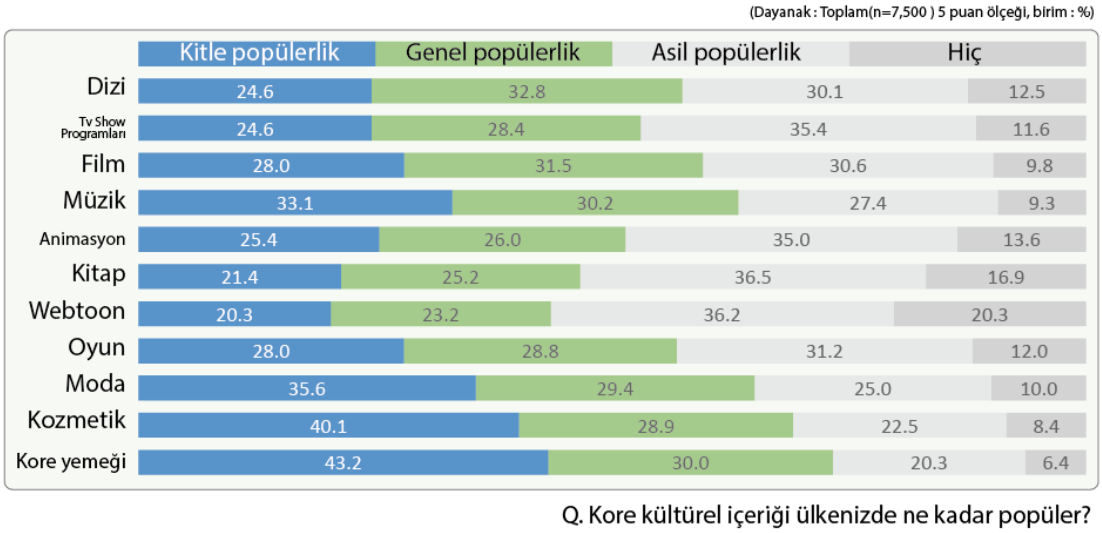
Gelecekte dizilerin denizaşırı pazarlardaki diğer tüm türlerden daha rekabetçi olabilecek içeriklere sahip olması bekleniyor. Ek olarak, araştırmalar sayesinde, TV dizilerinin artık evde tüketilen günlük popüler kültürün bir yeri olmadığı, karlı bir 'ürün' ulusal imaj yaratan bir tanıtım ve reklam aracı olduğu görülmektedir. Hallyu dizileri, Kore'de hiç bulunmayan büyük sosyo-kültürel ve ekonomik etkileri beraberinde getirmektedir. (Lee, 2004)

Kore Dalgası'nın başladığı ve "Winter sonata" ve "Dae Jang Geum"un yayıldığı 1990'lı döneme ait bir araştırmaya göre, kültürel içerik ihracatı 2000 yılından 2004'e kadar her yıl %44 arttı. (Samsung Economic Research Institute, 2005) Kore'yi ziyaret eden yabancı turist sayısı %15 artarak 14,6 milyona ulaştığı ve turizm ithalatı 1.217.335 ABD dolarına yükseldiği (2004 itibariyle) kaydedildi. Kore'ye Çin'den ve diğer Asya ülkelerinden gelen uluslararası öğrenci sayısı hızla artmıştır. (Ko & Lee & Kang, 2005)

Hallyu dizilerinin getirdiği Kore dalgası etkisi, dramada durmadan çeşitli türlerin genişlemesine yol açmıştır. Drama merkezli olarak başlayan OSMU[15] bunun ötesinde, eğlence programı, K-pop, kozmetik, moda, Kore yemeği gibi çeşitli içerik türlerinin ayrı ayrı akışını da yönetiyor. Bu genişleme sayesinde, "Hallyu" kavramı farklı bir kategori haline geldi. (Lee & Kim, 2018:4)

[15] OSMU: Kore medya endüstrisinde kullanılan bir terim olan çoklu kaynak kullanımı anlamındadır.

Grafik 3. Kore kültürel içeriğinin popülerliği



Son yıllarda, Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı ve Kore Uluslararası Kültür Değişimi Vakfı (KOFICE :Korean Foundation for International Cultural Exchange), Kore ve Kore Dalgası üzerine Kore kültürü içeriği, Kore Dalgası içeriğinin tüketim davranışı, Mevcut durumu ve değişim eğilimlerini anlamak için 2012'den bu yana anketler düzenlemiştir. 2019 yılında yapılan 'Yurtdışı Kore Dalgası Son Durum Araştırması sonucu toplam 7.500 Kore kültür içeriğinin çeşitli alanlarda popüler olduğunu göstermektedir. (Kang, 2014:28)

Tablo 2. Kore Kültürel İçerik Tüketimi

(Dayanak : Bu içeriği denemiş olanlar, Birim : zaman, tane, US$)

	Dizi	TV Show Programları	Film	Müzik	Anima-syon	Kitap	Oyun	Moda	Kozmetik	Kore yemeği
Örnek sayısı	(5235)	(4652)	(5482)	(5248)	(4218)	(2951)	(3859)	(4437)	(4267)	(5740)
Toplam tüketim	24.5 saat	19.7 saat	11.1 tane	26.3 saat	12.8 saat	14.1 saat	21.4 saat	53.3 US$	40.0 US$	85.5 US$
Kore Kültürü İçerik Tüketimi	14.6 saat	11.6 saat	6.0 tane	12.5 saat	7.7 saat	8.1 saat	12.1 saat	25.8 US$	22.0 US$	21.9 US$

Q. Kore kültür içeriğinin izleyici boyutu ve tüketimi ne kadar?

* Tüketim payı = Kore kültürel içeriğinin aylık tüketimi / Aylık tüketim toplamı X 100

Yukarıdaki iki tabloya göre, çeşitli alanlarda tüketim aktivitelerinin yapıldığı ve olumlu etkiler bıraktığı gösterilmektedir. Kore Dalgası dizilerinin yaygınlaşması sayesinde müzik, yemek ve özellikle aktörler popüler hale gelmektedir. Kore dizilerini izleyerek dünyanın dört bir yanından gelen tüketiciler Kore dizilerindeki oyuncuları ve onların kıyafet tarzlarını takip etmek istemişler bu sayede Kore kıyafetleri ve yıldızlarla ilgili çeşitli aksesuarlar pazarda popüler olmuştur. Aynı zamanda, Kore'de popüler olan yıldızları tanımak, yemeklerini tatmak ve Kore modası gibi çeşitli kültürel değerleri paylaşmak ve deneyimlemek istemektedirler. Kore kültürünü daha iyi anlayabilmek için müzik, drama, film tüketimi artmakta [16] ve Kore kültürü olumlu olarak kabul edilmektedir. Bu içeriğin genişletilmesi, Kore kültür ürünlerinin ve genel malların ihracatını büyük ölçüde genişletti. Örneğin, Çin modasının üzerindeki etkisinin analizinde Kore modası ürünlerinin tercihi genel olarak artmış, Kore ürünlerinin satışı artmış ve Kore ürünlerini taklit eden Çin ürünlerinin dağılımı da artmıştır. Çin'deki gençlerin moda anlayışlarıyla ilgili çok fazla araştırma yapılmıştır. (Kang, 2014:29)

[16] Son zamanlarda, dünyaca ünlenen Kore idol grubu BTS, ABD ve Avrupa'da, beş haftada 540.000 konser bileti satmıştır. Özellikle pop müziğin ilgi gördüğü İngiltere'de, 120.000 kişilik kapasitesi olan Wembley Stadyumu'nda verdikleri konserde bütün koltuklar satılmış ve şimdiye kadar bütün koltukların satıldığı ilk 11 konserin arasına girmiştir. Ayrıca ekonomik araştırma ekibi, BTS'nin getirdiği ekonomik etkinin 3,6 milyar dolar olduğunu söyledi. (SBS news 05.06.2019 http://sbsfune.sbs.co.kr/news/news_content.jsp?article_id=E10009519135)

Kore dizilerinin her bölümünün kültürel içeriği etkilediğinden, Kore imajı doğal olarak yeniden tasarlandı. Ulusal imajda ve ulusal marka bilincinde değişiklik oldu. Kore Dalgasının ortaya çıktığı günlerin başında basit medya yoluyla kültürel değişim saf türüyle başlamış, dünyanın Kore Dalgası dramasına yönelik sıcak tepkisi, ulusal pazarlama ve endüstriyel marka bakış açısıyla yeniden canlanmıştır. Bugün, Kore Dalgası'nın etkisi, Kore kültürü ve Kore'ye tabi tüm etkinlikler de dahil olmak üzere birçok ülkeye yayılmıştır. Bu durum Koreliler için yeni bir kültürel kimliğin ifadesi ve ulusal markalaşma faktörüdür aynı zamanda yabancıların Kore algılarını değiştirmeleri için de bir etkendir. (Song, 2014 aktaran Lee&Kim 2018:4)

Kore dalgasının özellikle ulusal düzeyde dikkat çekmesinin nedeni, Kore'nin imajını nispeten kısa bir sürede olumlu yönde değiştirmesidir. Bunun nedeni, hükümetin ve şirketlerin geçmiş ülkenin imajını değiştirme çabalarında kolayca değişmeyen unsurların Kore Dalgası yoluyla mümkün olmasıdır. Kullanıcılar için biraz zor ve sıkıcı hissedilen bir ülkenin ulusal imajının anlatımı, kültürel olarak anlatıldığı için sıkıcı değil, doğal olarak kabul edildi. Bu olgu, sadece kendiliğinden bir kültür olgusu değil, aynı zamanda ulusal marka üzerinde büyük etkisi olan bir faktördür ayrıca ulusal düzeyde yönetilmesi ve sürekli olarak geliştirilmesi desteklenmektedir. (Cha & Jung & Lee, 2013 aktaran Lee & Kim 2018) (Lee & Lee & Jung, 2014)

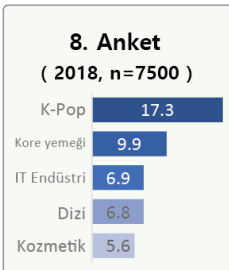
Kore Dalgası ile ulusal imge arasındaki ilişki Gerbner'in (1998) "kültürel Ekim etkisi" olarak adlandırdığı etkiye benziyor. Bu durumda ya Kore Dalgası ulusal imgeyi destekliyor ya da aksine, hallyu imgesi ülkenin imgesi olan Kore Dalgası ile bütünleşiyor. Bununla birlikte, Kim Jang-hyun'un (2012) vurguladığı gibi, böyle bir ilişkinin, tek yönlü bir etki ilişkisinden ziyade ikisi arasında birleşme etkisine yönelik olması gerektiği akılda tutulmalıdır. (Lee & Kim 2018:7)

Kore Dalgası popüler hale gelmeden önce birçok kişi Kore'yi tanımıyordu ve Kore Savaşı, siyasi istikrarsızlık, yoksulluk ve öğrenci gösterileri gibi olumsuz imajlara sahipti, ancak Kore Dalgası dramının yayılmasından sonra Kore hakkında olumlu bir imaj vermeye başladılar.

Tablo 3. Kore imajı

(Top 5)

(Dayanak : Toplam Birim : %)

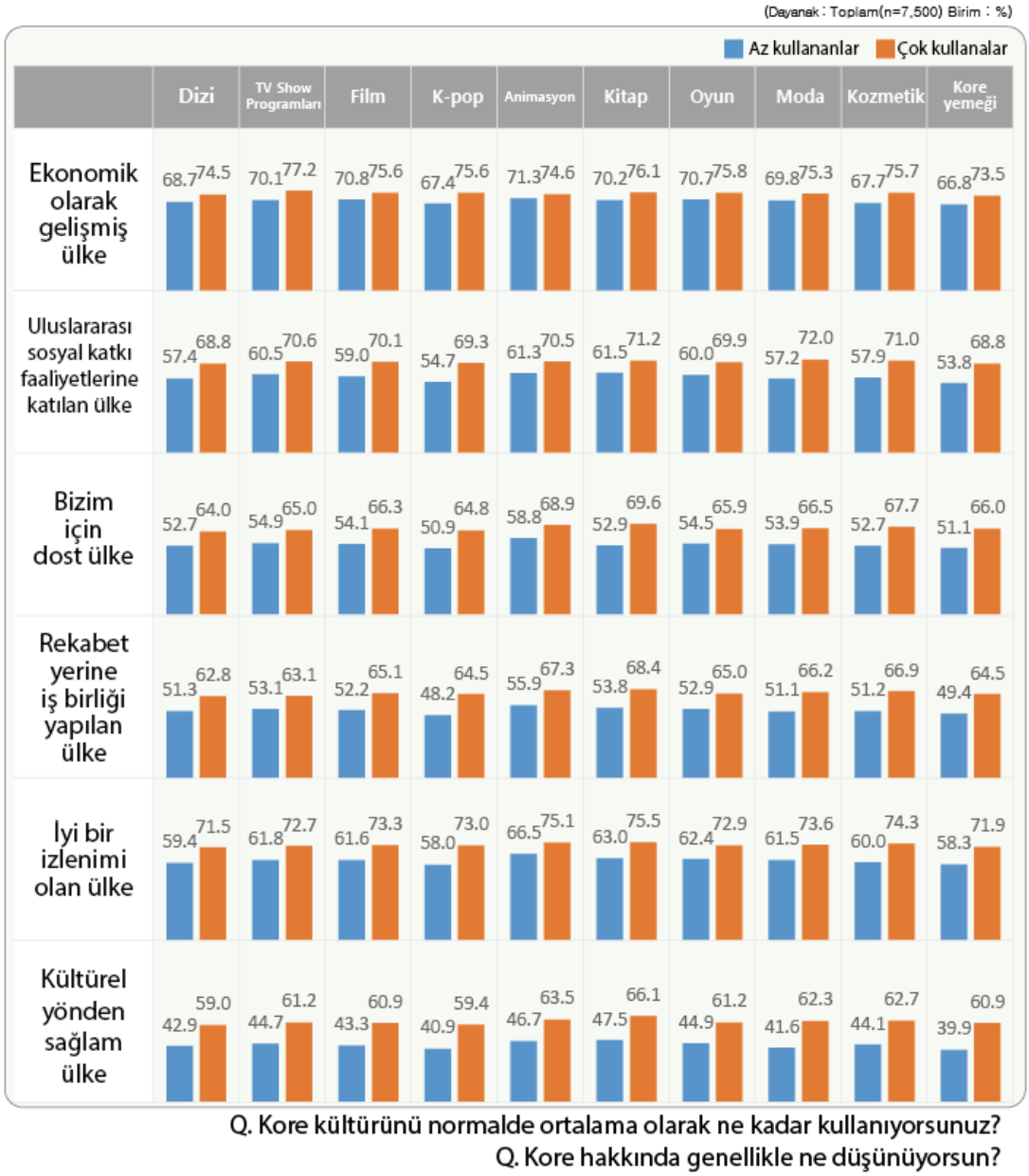


7. Anket (2017, n=7,800)		6. Anket (2016, n=7,800)		5. Anket (2015, n=6,500)		4. Anket (2014 Kasım, n=5,600)		3. Anket (2014 Şubat, n=5,600)		2. Anket (2012 Kasım, n=5,600)		1. Anket (2012 Şubat, n=5,600)	
K-Pop	16.6	Kore yemeği	12.5	K-Pop	20.1	K-Pop	17.2	IT Endüstri	14.5	Kore yemeği	15.8	Dizi	18.3
Kuzey Kore	8.5	K-Pop	12.1	Kore yemeği	12.1	Kore yemeği	10.5	K-Pop	12.0	Dizi	12.9	K-Pop	14.9
IT Endüstri	7.7	IT Endüstri	10.2	IT Endüstri	9.7	IT Endüstri	10.4	Kore yemeği	10.7	Elektronik Ürünler	12.3	Kore yemeği	14.5
Dizi	7.6	Dizi	9.9	Dizi	9.5	Dizi	9.9	Dizi	8.4	K-Pop	12.3	Elektronik Ürünler	14.0
Kore yemeği	7.5	Kuzey Kore	7.8	Kozmetik	9.2	Kozmetik	7.9	Kore Savaşı	6.0	Kore Savaşı	7.9	Kore Savaşı	6.7

Q. Kore'yi düşündüğünüzde aklınıza gelen ilk şey nedir?

Kore'de Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı ve Kore Uluslararası Kültür Borsası Vakfı (KOFICE) Kore kültürel içerik tüketimine göre Kore'ye ilişkin algı ile, yurtdışı eğilimlerin trendini araştırmak adına bir çalışma yapmıştır. 16 ülkede Kore kültürel içeriğini kullanma tecrübesine sahip yabancı 7500 kişinin katıldığı anket sonucunda, birinciden üçüncü ankete kadar 'Kore Savaşı' görüntüsünün bulunduğu tespit edildi. Kore'nin ulusal marka değeri, Hallyu'nun Avrupa'ya girmesinden sonra % 4,4 arttı ve sonuçta ulusal marka varlıklarının değeri 6,656 milyar dolar oldu. Kore Dalgası, Kore'nin olumlu bir imajını yaratmaya ve aynı popüler kültürü tüketmesiyle bir bağlanma hissine katkıda bulundu. (Oh, 2014:4-6)

Grafik 4. Kore kültürel içerik tüketimine göre Kore'ye ilişkin algı



Son zamanlarda yapılan bir araştırmaya göre, Kore kültürel içerik tüketiminin oranı arttıkça, Kore algısı daha olumlu olmaya başlamıştır. Japon halkı üzerinde yapılan çalışmalar, Kore televizyon dizilerini izlemenin Kore'nin beğenisini ve ilgisini olumlu etkilediğini doğruladı. Bu çalışmada, <Winter Sonata> görmüş orta yaşlı Japon kadınlar, Kore hakkında daha fazla bilgi sahibi oldular. Coğrafi ve psikolojik açıdan Korelileri kendilerine daha yakın hissettiler. Bunun sonucunda giderek daha fazla insan Kore'yi ziyaret etmeye ve Korece öğrenmeye başlamıştır.

Çin halkı üzerine yapılan diğer çalışmalar, Kore dizileri ile ilgili memnuniyetin Kore dalgasına ve Kore'nin lehine sonuçlanabileceğini göstermiştir. Winter Sonata sayesinde, Japonların Kore gezileri hakkındaki görüşleri olumlu yönde değişmiştir. "Dae Jang Geum" dizisiyle ise Kore yemeklerinin turistlerin ziyaret etme niyetleri üzerine etkisi incelendi. Bu çalışmalar sayesinde, Kore dizilerinin Kore Dalgası'nın önemli bir faktörü olduğu ve çeşitli etkilere sahip olduğu görülebilir. (Hwang & Jo, 2008)

Grafik 5. Kore kültür içeriği tüketim oranın a göre satın alma deneyimi (Düşük bütçeli ürün)



*Satın alma deneyimi oranı: 2-5 puan

Q. Kore kültür ürünlerini ortalama olarak ne kadar kullanıyorsunuz?
Q. Geçen yıl boyunca Kore ürünlerini ne kadar satın aldığınızı öğeye göre belirtiniz.
*Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyiminin analizi

Grafik 6. Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyimi (Yüksek bütçeli ürün)

(Dayanak : Toplam(n=7,500) Birim : %)



*Satın alma deneyimi oranı: 2-5 puan

Q. Kore kültür ürünlerini ortalama olarak ne kadar kullanıyorsunuz?
Q. Geçen 4yıl boyunca Kore ürünlerini ne kadar satın aldığınızı öğeye göre belirtiniz.
*Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyiminin analizi

Kore'nin bir imaj geliştirmesi, ülke, şirket ve ürün imajı ile bağlantılıdır ve ürünün değerini, satın alma niyetini etkiler. Araştırmalar, tüketicilerin bir ülke imajı hakkındaki görüşlerinin üzerinde, o ülkede üretilen ürünlerin kalitesinin etkili olduğunu göstermektedir.(Dinh, 2018) Her ülkenin politik, ekonomik, sosyal, kültürel, tarihi ve ulusal yönleriyle ilgili ulusal özellikler veya çevresel faktörler tüketici algılarını, tutumlarını ve satın alma niyetlerini etkileyebilir. (Wang & Lamb, 1983)

Bir çalışmada, ulusal imaj belirli bir ortamın kabulünü etkileyebilecek bir tür marka gücüne sahiptir.(Kim, 2012 aktaran Kang, 2014) Kore Dalgası bu ulusal görüntünün

oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır. Kore dizisinin kurumsal imaj üzerinde ve ulusal marka imajında etkisi olduğu konusunda araştırmalar da vardır. Kore TV dizilerinin dışsal ihtişamının ve içsel oryantal duyguların kurum imajını etkilediğine dair görüşler vardır. Ifade ve duygusallık yalnızca ülkenin imajını değil aynı zamanda Kore şirketlerinin imajını da etkilemektedir. Ayrıca, insanların Kore ürünlerini satın alma niyetlerini de doğrudan veya dolaylı olarak etkiler. (Kang, 2014)

Kore popüler kültürünün bir tercihi olan Hallyu, başlangıçta TV dizisi, film ve diğer popüler kültürler gibi Asya ülkeleriyle sınırlı kaldı, ancak turizm, oyunlar, animasyon karakterleri gibi çeşitli türler aracılığıyla Orta Doğu, Kuzey Amerika ve Asya'da giderek popüler oldu. Avrupa ve Kuzey Amerika'ya kadar yayıldı. Artan turizm gelirine ek olarak, Kore Dalgası, kültürel içeriklerin artması ve kültürel türev ürünlerin ihracatı nedeniyle Kore ürünlerinin imajını artırarak Kore emtia ihracatının büyümesini de olumlu yönde etkiledi.

Ayrıca, Kore Dalgası imajı ile yakından bağlantılı olan estetik, kozmetik, yiyecek satışları Kore Dalgası'nın yayılması nedeniyle artmaktadır ve şirketler aktif olarak Kore Dalgası yıldızlarını CF reklam ve etkinlik gibi pazarlama faaliyetlerinde kullanmaktadırlar. Kore Uluslararası Ticaret Birliği (2005), Kore şirketlerinin büyük ülkelerdeki Hallyu pazarlama etkilerinin gerçek vaka analizini sunmaktadır. Burada Kore şirketleri Kore Dalgasının başlangıcından beri çeşitli şekillerde pazarlıyorlar ve başarılı sonuçlar üretiyorlar. Lotte, Jinro, Samsung Electronics, LG Electronics, Nongshim, Dongwon F & B ve Pacific kozmetik şirketlerinin Hallyu pazarlaması ile ihracatı arttırdığı ve satışlarının arttığı görülmüştür. (Choi, 2012:3)

Kore Yaratıcı İçerik Ajansı'na göre, içerik endüstrisi 2009'dan beri ithalatından daha fazlasını ihraç ediyor. 2012 yılında içerik endüstrisi ihracatı, 2011 yılına göre % 11.6 oranında artarak 4.83 milyar dolar olmuştur. Kore Eximbank'a göre, kültürel ürün ihracatı 100 dolar, tüketici ürün ihracatı 412 dolar artmıştır. Kore Gümrük Servisi'ne göre, Kore

tüketim mallarının ihracatı, 2005 yılında Orta Doğu'da Kore dizilerinin başlatılmasının ardından 2010 yılında ilk kez 10 milyar dolara yükseldi. (Korea Joongang Daily, 2018)

Yakın tarihli bir rapora göre, 2017 yılında Kore Dalgası'nın toplam ihracat değeri 2016'da %6,9 artarak 8,82 milyar dolara (yaklaşık 8,850 milyar kazandı) yükseldi. Toplam ihracat içinde, kültürel içerik ihracatı önceki yıla göre %18.7 artarak 3.82 milyar dolar (yaklaşık 4 trilyon 100 milyar kazandı) olarak gerçekleşti. Oyun 2,32 milyar dolar (en fazla 2,5 trilyon kazandı) ile en büyük paya sahipti ve yayın oranı % 57.1 ile en yüksek seviyedeydi. Tüketici malları ve turizm ihracatı yıllık %1.6 düşüşle 4,4 milyar dolara geriledi (yaklaşık 4,776 trilyon kazandı). Kore Dalgası ihracatının 2017 yılında ülke ekonomisine olan etkisi, üretim artışı için 17,801,4 milyar, katma değer için 6,917,8 milyar, istihdam artışı için ise 128,262 olarak hesaplandı. (Korean Foundation for International Cultural Exchange, 2017)

2.3. Hallyu Dizilerinin Popüler Olmasının Nedenleri

Aslında Kore dizilerinin yurtdışında popüler hale gelmesi tahmin edilemezdi. Çünkü temelde Kore dizisi sadece Kore için yapılmıştı ve Asya ülkeleri ile arasında etkileşim pek yoktu. Kore Dalgası Dizileri beklemedik bir popülerlikle hızla artmaya başlayınca Hallyu dizilerinin neden bu kadar popüler olduğu hakkındaki araştırmalar da çoğaldı.

Shim, Kore medyasının serbestleşmesine ve gelişmesine dayanarak Kore Dalgası'nın başarısının nedenlerini şöyle açıklar: 90'lı yılların başlarında medyanın serbestleşmesiyle birlikte birçok Amerikan ve Japon yayın programı başlatılmış ve Kore'de kültürel endüstri gelişiminin değerini anlama hareketi başlamıştır. Ryoo, 1980'lerin sonunda, Kore hükümetinin, 21. yüzyılda ulusal katma değeri yüksek medya endüstrisini aktif olarak desteklediğini analiz etti. Ha Jong Won ve Yang Eun Kyung araştırmalarında,

yerel medya endüstrisi ortamındaki bir değişiklikte, Kore dizilerinin kullanımının nedeninin, Çin'de yayın yapan şirketlerin zayıf dağıtım kanallarının olması ve sistemlerindeki eksikliğinden kaynaklanan problemler olduğunu, Tayvan'da ise ABD ve Japonya yapımı programların yerini alternatif olarak Kore dizilerinin aldığını analiz etmişlerdir. (Oh, 2014:5-6)

Bir başka örnek, Batı kültürel emperyalizmine tepki olarak bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimidir. Lee Jong-mim, kültürü medya aracılığıyla paylaşarak ve ileterek duygusal ağı oluşturan kullanıcıların rolünün büyük olduğunu söyledi. Özellikle, bilgi ve iletişim teknolojisinin gelişmesi, Avrupa ve Güney Amerika gibi Kore'den uzak olan ülkelere Kore dalgasının yayılmasını sağladı. Bu sadece dağıtım kanallarındaki bir artışı değil, yabancı tüketicilerle iletişim kurabilecek stratejik kanalların genişlediğinin de göstergesidir. (Lee & Kim, 2018:2)

Hallyu'nun başarısının arkasında yatan bir diğer neden Kore kültür şirketlerinin liberalleşmesi, hükümetin kültür şirketleri yetiştirme politikası, yeni medyanın gelişmesi, Asya kültür şirketlerinin değişmesi olarak çözümlenmektedir. Kore dizileri ve filmleri aile dostu konusu, aşk, büyüklere hürmeti ele alıp konfüçyüsizm düşüncelerine sahip olduğu için kültür olarak birbirine benzeyen Asyalı izleyiciler tarafından olumlu karşılandı. Bu araştırmaya dayanarak, Kore dramasının beş popüler faktörünü açıklayabiliriz.

İlk olarak, Kuzeydoğu Asya'daki ülkeler Konfüçyüs kültürüne dayanan ortak kültürel ve duygusal özellikleri paylaşmaktadır. Kültürel yakınlık dil, din, giyim, müzik, mizah ve ırk ile karakterize edilebilir, Doğu Asya'da Konfüçyüs kültürü ve Hanja kültürü gibi benzer ırkların kültürel kimlikleri varolmuştur. Kore Dalgası'nın ilk zamanlarında Çin ve Kore'nin komşu ülkelerinde ortaya çıkmasının nedeni budur. Asya ülkeleri arasındaki bu kültürel bağlar ve homojenlik, Kore Dalgası'nın herhangi bir gariplikle karşılaşmadan doğal olarak yayılmasını sağlamıştır. (Kang, 2014:20)

Çin-Pekin'deki Tsinghua Üniversitesi medya bölümü profesörü, Hong-Ban, Kore dizilerine has "duygu/sempati"nin bütün dünya çapındaki izleyicinin gönlünü fethedecek güce sahip olduğunu 2005 yılındaki seminerinde belirtmiştir.

> "Kore dizileri, daha çok günlük yaşam ile aile arasında yaşanan sorunlara odaklanmaktadır. Ve bu durum da çoğu Çinlilerin Kore dizilerine bakarak iki kültürün birbirine uyumlu olduğunu hissetmesinin nedenidir. Özellikle, dostluk ve aile değerleri, aşk ile benzeyen ana temalar yerine empati duyguların hissedildiği noktalar vardır. Bu yönü, Çin ve diğer dünya ülkelerinde Kore dizilerinin ilgi odağı olmasındaki önemli nedendir." (The Korean Wave 12.12.2011)

Buna ek olarak da Kore dizilerinin konfüçyüsçü gelenek sorunları, Batı materyalizmi ile bireyciliği eşsiz bir şekilde birleştiren hikayeler içerdiği açıklamasını yapmıştır.

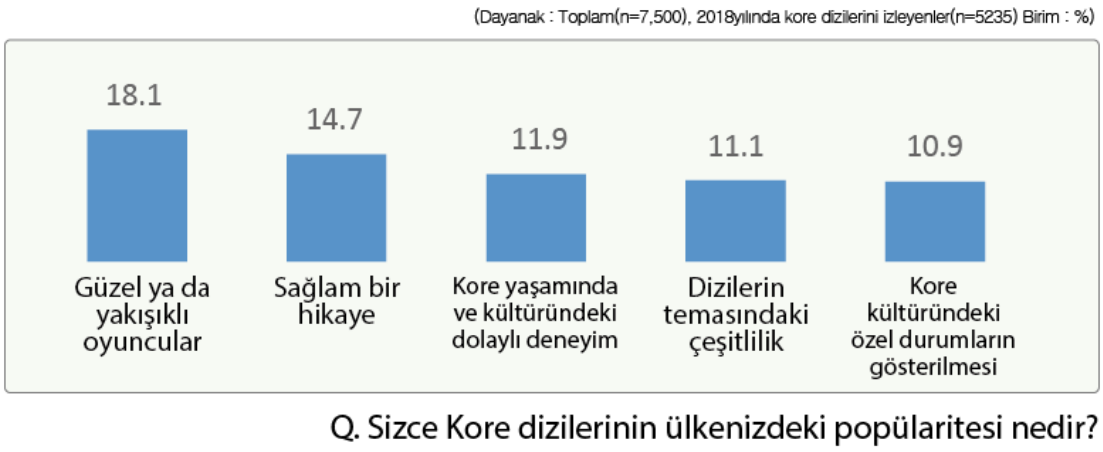
İkinci olarak, oryantal kültürün içeriğini Batı kültürü ile harmanlayan "batılaşmış doğu kültürünün" bir özelliğidir. Hallyu'nun, Konfüçyüs kültürü ile Amerika'nın sanayileşme kültürünün birleşiminin bir ürünü olduğu söylenebilir. (Kang, 2014:21) Hallyu, küresel etik ve modernizmin çarpışması gibi doğu insanının yeni gelecekteki batı değerlerini kabul edebilecek duygu birleşimlerini ifade etmektedir. Örneğin, doğuda tabu haline gelen bağlantılar(Kral ve uşak, feminizm, üst düzey ilişki, vb), olaylara ve ilişkilere odaklanmak yerine onların ayrı ayrı yaşadıkları duygu ve durumlara odaklanmayı ifade etmektedir. Yine aşk, aile ve arkadaşlık gibi merkezi temalar dışında Kore dizileri, Hollywood dizlerine kıyasla daha az cinsel içerik barındırması ve ahlaktan uzak ilişkileri konu almaması yönüyle dikkat çekmektedir. Bunun yanında dizilerin birçok yaş grubundan kitleye hitap etmesi ve aileleri ile birlikte izleyebilecekleri içeriklerin olmasından dolayı tercih edilmektedir. Bu durum ise Ortadoğu gibi bölgelerde empati özelliğini ortaya çıkarmıştır. Diğer ilgi çekici tarafıyla seks portresi olmadan aşkın ifade edildiği

hikayeler, Kore dizilerini daha fazla Amerikalı izleyiciye kabul ettiren bir unsurdur. Kore dizileriyle ilgili Avrupalı hayranlar da benzer bir akış görebilmektedir. Hong Seok Kyung, "Kore dizilerinin saf aşk hikayelerinden etkilenen batılı izleyiciler, batı kitle kültür metninden tamamen yok olan romantizme büyük tepki gösterdi" demiştir. (Hong, 2013:171).

Doğrudan fiziksel ilişkiye giden batı filmleri ve dizilerinden farklı olarak, Kore dizilerinde kadın ve erkek arasındaki aşkın, gizemli bir şekilde gösterildiği romantik hikayelerde batılı izleyicilerde nostaljik etki bırakmasıyla birlikte cazip hale geldiği analiz edilmiştir. Bu diziler sayesinde erotizm yerine romantizm kazanmıştır. Profesör Hong, yine "Hallyu, starları, seksiliktense temiz bir kalbe ve yüzlerinde duyguları yansıtan bir çekiciliğe sahiptir." diye belirtmiştir. "Batıda siyasi adaletin yarattığı etki ile medya iletişim araçları Sindirella masalını da fazla ele almamıştır. Ama masal gibi hayal hep var olmuştur. Bu, Kore dizilerinin Amerikalı hayranlar tarafından büyük ilgi görmesinin nedenidir." (Hong, 2013:171)

Bunun gibi Doğu ve Batı'nın değerlerinin birleşimi, Doğuluların kabul etmesinde rahatsızlık vermeyen bir doğallık ile, Batılıların kabul etmesinde rahatsızlık vermeyen bir tazelik haline gelmiştir. Japonya, Hong Kong ya da Tayvan'ın dizilerinde görülemeyen doğudaki düşünce ya da felsefe, samimi karakterler sayesinde fikir birliği oluşturulup Amerika ve Japonyanın ticari unsurlarını modern bir şekilde ifade etse de modern şehir yaşantısından gelen psikolojik baskı ve çevre yaşantısının çatışması doğu ahlakına dayandırılarak yeniden yapılıp doğu ve batının karıştığı rolleri göstermiştir. (Kang, 2014:21)

Grafik 7. Kore dizilerinin popüleritesindeki faktörler



Üçüncüsü, oyuncuların çekici görünümü ve sağlam hikayesi'dir. Kore'de Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı ve Kore Uluslararası Kültür Borsası Vakfı (KOFICE), Kore kültür içeriğini deneyimleyenler arasından Kore ve Hallyu hakkındaki görüş, Hallyu'nun hangi içeriğinde zaman harcadıkları, Hallyu sayesinde etki ile Hallyu tüketim ve değişim durumuna ulaşılması için 2012 yılından itibaren Uluslararası Hallyu eğiliminin araştırılması için anket yapılmıştır. Kore kültür içeriğini deneyimleyen yurtdışında 16 farklı ülkede yaşayan 7500 kişinin, Kore kültür içeriğini deneyimleyenler içinden ankete katılanların Kore dizilerinin popüler olmasının nedenleri anketinin bir sonucu oyuncuların çekici görünüşleri 18.1%lik bir derece ile en yüksek değer olmuştur. Bununla birlikte sağlam bir hikaye ve kore yaşamında ve kültüründeki dolaylı deneyim de yüksek bir sonuç elde etmiştir.

Dördüncüsü, Kore dizilerinin basit hikayesi ve süre kısalığı. Basit bir hikayeden gelen odaklı güç ve duygu gücü Kore dizilerinin popüler olmasındaki bir unsur olarak söylenebilir. Kore dizileri çoğunlukla Amerika dizileri gibi sezon formatını takip etmemektedir. Sezon, yayıncılar tarafından reyting oranına ve elde edilen kara göre dizinin devam edip etmeyeceğini belirleyen bir yapıdır. Genel olarak Kore dizilerinin özelliği

belirli bir sayıda bölüm yayınlanmasıdır. Bu özellik hikaye'nin sürdürülmesini ve merkezi temaya daha çok odaklanılmasını sağlamaktadır. Amerika dizileri ise senaristlerin yazma özgürlüğünü güvence altna alan bir tarz olduğu için dizi süreleri daha esnektir. Bu nedenle dizilerde liberal ve deneysel hikayelere yer verilmektedir. İşte Kore dizilerinin bu özel hikayesi, Batı ülkeleri ve Japonya gibi Asya ülkelerinin dizileri arasında Kore dizilerinin farklı bir özelliği olduğunu ortaya koymaktadır. Sadece olayların birbiri ile bağlantılı olması değil aynı zamanda hassas bireylerin arasındaki değişen ilişki ve çatışmalar dramatik bir şekide dizide gösterilmektedir. Bu nedenle Çin, Hong Kong, Tayvan ülkelerindeki izleyiciler, Hallyu'nun etkisi ile yerel izleyiciler tarafından kendi ülkelerinin dizilerin Kore dizileri gibi dramatik ve duygusal olmadığı söylenilmektedir.

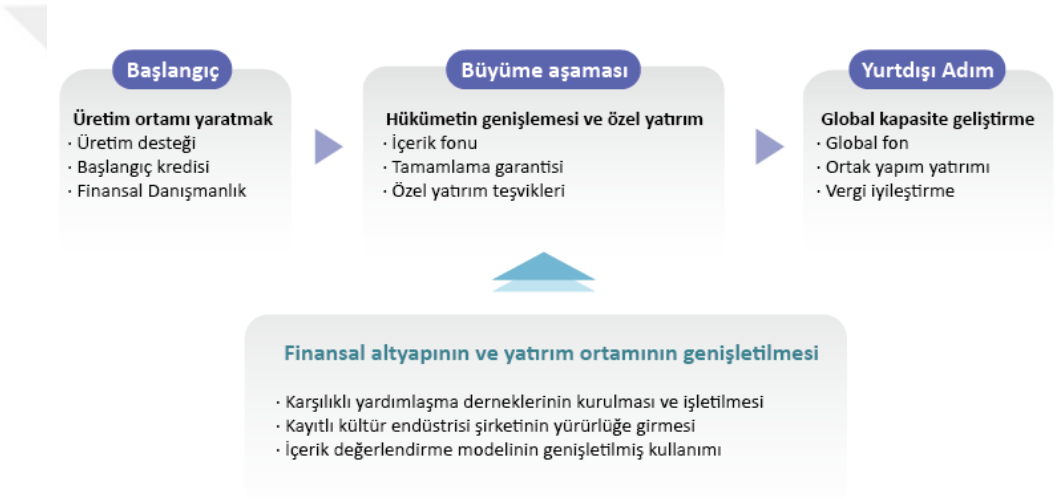
Kore moda dizileri, her bir bölüm yaklaşık 1 saat olan, yaklaşık 16 ile 20 bölümden oluşan dizilerdir. Bu, normal dizilere kıyasla oldukça kısa bir süredir. Tema olarak şehrin arka plana alınması ile gençlerin iş ve aşk hikayeleri gösterilmektedir. Bu, normal günlük dizilerde gösterilen karışık aile ilişkileri ve geleneksel diziler ile farklı olması sayesinde Kore dizilerinin dünyaca ilgi görmesini sağlamıştır. (Yang, 2006:15)

Son olarak, devlet politikası desteği söylenebilir. Kore'deki dizi patlaması, Kore Hükümeti'nin politik desteği ile mümkün olmuştur. 1990'lı yıllarda değiştirilen rejim ile kültürel özgürleşme yaşanmasının ardından, Kore popüler kültür pazarı, hızla büyüme yaşamıştır. O dönemlerde Kore dizilerine, popüler kültürün gelişmesinde dolaylı devlet desteği verilmiştir. Hallyu'nun ortaya çıktiği 2000'li yıllardan itibaren ise doğrudan destek verilmeye başlamıştır. Dahası hükümet, günümüzde sanatsal yönü olan tek bölümlük dizilerin üretiminde destek ve zayıf dizilerin üretim ortamlarının değiştirilmesi için yasaları geliştirme gibi faaliyetleri sayesinde dizi pazarına doğrudan destek ver-mektedir. Bunun yanında, Orta ve Güney Amerika gibi Hallyu'nun pek tanınmadığı ülkelerde Kore Kültür Merkezi ve Uluslararası Değişim Vakfı vb. özel kurumlar

sayesinde Kore kültürünün tanıtımı yapılmaktadır. Koe Uluslararası Değişim Vakfı ülkelerin yayın kanallarında dizi uygunluğunu kontrol ederek Kore dizilerinin ücretsiz yayınlanmasına destek vermektedir. Bu proje sonucunda Meksika gibi Orta ve Güney Amerika'nın 11 ülkesinde "Autumn in My Heart" ve"Winter Sonata" dizileri İspanyolca dublajlı yayınlanmış, Peru gibi Orta ve Güney Amerika'nın 8 ülkesinde "Dae Jang Geum" dizisi yayınlanmıştır.

Grafik 8. İçerik endüstrisi için güvence kredisi desteğinin genişletilmesi

Büyüme aşamalarına göre içeriğin geliştirilmesi için verilen desteğin sanayi evreleri



Ayrıca, devlet kurumu olan Kültür, Spor ve Turizm Bakanlığı'nda, tabloda gösterildiği gibi Hallyu'nun içerik yapımı için finansman desteği genişletilerek dizinin büyüme aşamasına göre içerik endüstri fonu destek sistemini kurmuştur. Hallyu'nun sanayileşmesini geçici bir olay olarak bırakmadan "Dünya ile iletişim halinde olan global içeriği sağlam bir ülke" haline getirmeyi amaç edinerek devlet desteği verilmiştir Kültürel içerik ihracatının 8,3 milyar dolara, turist sayısının ise 13 milyara ulaşması, Ulusal Marka Modern Kültür sıralamasında ilk 10'un içinde olunması amacıyla destek verilmektedir. Sürdürülebilirliği destekleyerek Hallyu yıldızları sayesinde Kore turizminin tanıtımı yapılmakta ve yurtdışında ilerlemesi için destek sağlamaktadır.

BÖLÜM 3. TÜRKİYE'DE HALLYU DİZİLERİ

Türkiye, coğrafi olarak Güney Kore yarımadası ile aynı kıtada yer almaktadır. Fakat tarihsel olarak Güney Kore ve Türkiye arasındaki iletişim yok denecek kadar azdır. Ancak iki ülke arasında kültürel, dilsel ve tarihsel açıdan bakılırsa derin bir bağ görülebilir. İki ülke arasındaki ilk resmi ilişki 1950 Güney Kore Savaşı'nda Türkiye'nin, askerlerini Güney Kore'ye göndermesiyle başlamıştır.

1950 Güney Kore Savaşı sonrası Türkiye'nin Kore'ye ilgisinin artmasına, araba ve beyaz eşya gibi ürün reklamlarının neden olduğu söylenebilir. Günümüzdeki Güney Kore algısı, geçmiş yıllarda gösterilen reklam ve eşyaları da aşarak Güney Kore dizileri ve Güney Kore filmleri ile birlikte Güney Kore'nin kültürüne doğru bir yönelim göstermiştir. Ek olarak, Kimchi, Ramyeon gibi Kore yemek kültürü yaygınlaşarak, çeşitli Güney Kore ürünleri tercih edilmeye başlamıştır. (Türközü, 2007:3-5)

3.1. Türkiye'de Hallyu Dalgasının Geçmişi

Bir Güney Kore dizisi, Türkiye'de ilk kez 2005 yılında yayınlanarak Hallyu dalgası Türkiye'ye giriş yapmıştır. Bu yayın TRT ve Güney Kore'nin ortak yayın yapan Arirang TV'nin anlaşması üzerinedir. Yayınlanan ilk Güney Kore dizisi "Denizler İmparatoru" "Emperor of the Sea" adında bir tarihi dizi olmuştur. Dizinin geç saatlerde yayınlanması başlarda fazla reyting alamamasına neden olmuştur fakat bu durum yayıncılar için şaşırtıcı olmamıştır.

Tablo 4. Türk Televizyonlarında Yayınlanan Kore Dizileri

Dizinin Özgün Adı	Kore'de Yayın tarihi	Süre(Bölüm)	Türkçe Adı	Kanal
상도 Merchant	15.10.2001- 02.04.2002	70Dakika(50)	Tacir-Sangdo	TRT 1
대장금 Jewel in The Palace	15.09.2003- 30.03.2004	70Dakika(54)	Saraydaki Mücevher	TRT 1
해신 Emperor of The Sea	24.11.2004- 26.05.2005	70Dakika(51)	Denizler İmparatoru	TRT 1
서동요 Ballad of Suh Dong	05.09.2005- 27.03.2006	70Dakika(56)	Prensin Şarkısı	TRT 1
궁 Princess Hours	11.01.2006- 20.03.2006	70Dakika(24)	Düşlerimin Prensi	TRT 1
이산 Yi-San	17.09.2007- 16.06.2008	70Dakika(77)	Sarayın Rüzgarları	TRT 1
바람의 나라 The Kingdom of The Winds	10.09.2008- 15.01.2009	70Dakika(36)	Rüzgârın Krallığı	TRT 1
선덕여왕 The Great Queen Seon Deok	25.05.2009- 22.12.2009	70Dakika(62)	Muhteşem Kraliçe	TRT 1
동이 Dong Yi	22.03.2010- 12.10.2010	70Dakika(60)	Sarayın İncisi	TRT 1
마의 Horse Doctor	01.10.2012- 25.03.2013	70Dakika(50)	Sarayın Doktoru	TRT 1
궁 Princess Hours	11.01.2006- 20.03.2006	70Dakika(24)	Düşlerimin Prensi	TRT 1
제왕의 딸 수백향 King's daugther	30.09.2013- 14.03.2014	35Dakika(108)	Işığın prensesi	TRT 1
기황후 King's daugther	28.10.2013- 29.04.2014	65Dakika(51)	İmparatoriçe Ki	TRT 1
꽃보다 남자 Boys Over Flowers	05.10.2009- 31.03.2009	70Dakika(25)	Yaban Çiçeği	TRT Okul
드림 하이 Dream High	03.01.2011- 28.02.2011	70Dakika(16)	Büyük Hayaller	TRT Okul
무사 백동수 Warrior Baek Dong Soo	04.07.2011- 10.10.2011	70Dakika(29)	Savaşçı	Kanal 7
비밀 Secret Love	25.09.2013- 14.11.2013	60Dakika(16)	Feda	Kanal 7
킬미 힐미	07.01.2015-	70Dakika(20)	Sil Baştan	Kanal 7

Kill Me Heal Me	12.03.2015			
쾌도 홍길동 Hong Gil Dong	02.01.2008- 26.03.2008	70Dakika(24)	Kahraman Hong	Meltem Tv
추노 Chuno	06.01.2010- 25.03.2010	70Dakika(24)	Köle Avcıları	Meltem Tv
근초고왕 King Geunchogo	06.11.2010- 29.05.2011	50Dakika(60)	Efsane Kral	Meltem Tv
대조영 Dae Jo Young	16.09.2006- 23.12.2007	50Dakika(134)	Büyük Kral Young	Mesaj Tv
천추태후 Empress Chunchu	03.01.2009- 27.09.2019	60Dakika(78)	Demir İmparatoriçe	Ba-hartürk Tv
공주의남자 The Princess' Man	20.07.2011- 06.10.2011	70Dakika(24)	Prensesin Tutkusu	Ege Tv
광개토대왕 Big King	04.06.2011- 29.04.2012	50Dakika(92)	Büyük Kral Gwanggaeto	Olay Tv

* Türk televizyonlarında yayınlanan çoğu dizinin yayın tarihleri hakkında kesin bir bilgi bulunmamaktadır. Yayınlanmaya başlayan ilk kore dizisi "denizler imparatoru" ilk olarak 2005 yılında yayına girmiş ve 15 yıl boyunca tekrarlı biçimde yayınlanmaya devam etmiştir. Son olarak 2019 yılının ocak ayında "ısığın prensesi" isimli dizi yayınlanmıştır (http://www.filmdizihaber.com/trtde-yayinlanan-eski-yeni-kore-dizileri-ve-konulari/)(Taşdemir, 2018:56)

Daha sonrasında yayınlanan "Düşlerimin Prensi" adlı dizi film ise Türkiye'deki Hallyu dalgasının temelini oluşturmaktadır. [17]Dizinin türünün romantik olması ve hafta-sonu yayınlanması özellikle öğrencilerin ilgisini çekmiştir. Böylelikle genç kitlenin ilgisi Güney Kore kültürüne yönelmiş, bu kültürü, dili ve Güney Kore tarihini öğrenmek isteyen ve bu kültüre merak duyan gençler, benzer dizilerinin Türkiye'de daha çok yayın-lanması için imza kampanyaları başlatmış ve TRT'ye mektup yollamışlardır. Genç izley-icilerin bu çabası sonuç vererek "Saraydaki Mücevher", "Sarayın Rüzgârı", "Efsane Prens", "Savaşçı", "Tacir", "Sarayın İncisi" dizileri ve daha bir çok dizi TRT'de yayına

[17] Düşlerimin Prensi, MBC (Munhwa Broadcasting Corporation) yapımı bir Güney Kore dizisidir. Park So-Hee'nin manwha'sından (Kore çizgi romanı) diziye uyarlanmıştır. Türkiye'de diziyi TRT 1, 2006 yılında yayınlamıştır. Kore'nin son kraliyet ailesinin 21. yüzyılda da hakimiyetini sürdürdüğü hayalinden yola çıkarak hazırlanan dizi toplam 24 bölümdür. (https://tr.wikipedia.org/wiki/D%C3%BC%C5%9Flerimin_Prensi) Wikipedia_Erişim Tarihi: 05.06.2019

girmiştir. Bunlara ek olarak TRT Okul kanalında, orjinalinin Japon Mangası, dizi formunun Güney Kore yapımı olduğu "Yaban Çiçeği" adlı dizinin yayınlanması Hallyu dalgalarının Türkiye'ye giriş yaptığının birer somut örneği olmuştur. Bu dizi sonrasında Türklerin ve özellikle genç kitlenin Güney Kore kültürüne, yemeklerine, müziklerine, ve modalarına olan ilgisi hızla artmıştır. Kendine özgü bir kitle elde eden Hallyu dalgası çok geçmeden özel kanallar tarafından fark edilmiş ve Türk yapımcılar Güney Kore dizilerini Türk dizilerine uyarlama yapmışlardır. Bunlara örnek olarak 2013'de yayınlanan "Güneşi Beklerken" ve 2015 yılında yayınlanan "Hayat Şarkısı" adlı diziyi gösterebiliriz.

Hallyu dalgası Avrupa ülkelerinden önce Türkiye'de başlamıştır. Güney Kore dizilerinin özellikle Türkiye'deki genç kitleyi her yönden etkilediğini söyleyebiliriz. Pop müzik, ünlülerin görünüşleri, moda, kültür benzerliği ve yemek kültürü Türk gençlerinin ilgisini bu diziler sayesinde çekmiştir. 2015 yılından itibaren internetin yaygınlaşması ile bu diziler orijinal dil üzerine Türkçe altyazı şeklinde bir çok internet sitesinde yayınlanmıştır ve böylelikle Türk geçleri Koreceyi temel anlamda öğrenmiştir. Gündelik selamlaşma ve hitap şekilleri ile Türkiye'de karşılaştıkları Koreliler ile daha çok irtibat kurup onlara Güney Kore ilgilerini açıklamaya çalışmışlardır. Güney Koreye duyulan ilgi bu kadarla sınırlı kalmayıp Güney Kore'yi daha içten tanımak isteyen gençlerin Korece öğrenmek istemesi üzerine, 2011 yılında Kore Hükümeti'nin desteği doğrultusunda ilk olarakAnkara'da "Sejong Hakdang Enstitüsü" kurulmuştur. Sejong Hakdang Enstitüsü'sü Ankara dışında da İstanbul, Bursa, İzmir, Antalya, ve Alanya'ya şube açmıştır. Bu enstitü sayesinde geçler Güney Kore'nin dilini de öğrenerek artık Güney Kore'de üniversite okuma, iş sahibi olabilme hayallerine sahip olarak kendilerini geliştirmektedir. [18]Ankara'da bulunan Kore Başkonsolosluğu ve Kore Kültür Merkezi sayesinde Kore

[18] Türkiye'de, Ankara Üniversitesi, Erciyes üniversitesi, Kral Sejong Enstitüsü gibi resmi kurumlarda ve diğer TÖMER gibi birçok özel kurumda ise de ücretli olarak Kore dili öğretilmektedir. İstanbul Boğaziçi Üniversitesi ve Ankara ODTÜ Üniversitesi Korece'yi liberal sanat dersi olarak kabul etmiş, ayrıca İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi ve Sivas Cumhuriyet Üniversitesi de

kültürünün yayılması için çeşitli faaliyetler ve toplantılar yapılabilmekte ve Hallyu tutkusunun devamının sağlanması amaçlanarak Türklerin Kore'ye ilgisinin sonlanmaması adına sürekli bir gayret gösterilmektedir.

Güney Kore dizileri ve dil kurslarının yanı sıra özellikle dünyada hızla büyüyen K-Pop kültürü ve ünlü idol gruplarının fan grupları internet platformlarında gezinmekte ve Güney Kore'den bilgi akışı sağlamaktadır. Türkiyede'de fanatik kitle boyutuna ulaşan bu gençler her geçen gün büyüyerek Kore'deki etkinlikler için haber ve ulaşım ağı olmaktadırlar.[19]

Günümüz dünyasına yayılan Hallyu dalgasının özellikle Türkiye'de bu denli bir destekçi ve güçlü bağ olmasının tarihsel bir nedeni vardır. 1950 Güney Kore savaşı sırasında Türkiye'nin Yarımada'ya 4 tugay ve toplamda 21 bin 212 asker göndermiş olması ve savaş sırasında 765 şehit vermesi Güney Kore ve Türkiye arasındaki ilişkilerin olumlu ve sağlam bir temele oturmasına yardımcı olmuştur. 2018 yılında Kore Cumhuriyeti Büyükelçiliği Savunma Ataşesi Deniz Kurmay Albay Jaesic Park, "O zamanki yardım olmasaydı şimdiki Güney Kore olmazdı. Halkımız Türk halkına her zaman müteşekkirdir." sözleriyle günümüzde bile bu bağı vurgulamıştır.

1950 Güney Kore savaşındaki Türk-Kore dostluğu, savaş yıllarında yaşanan gerçek bir hikayenin 27 Ekim 2017 yılında Türk-Kore ortak yapımı "Ayla" isimli bir sinema filminin beyazperdeye çıkmasıyla taçlanmıştır. Film savaş zamanında Astsubay Süleyman Dilbirliği ve savaşta ölümden kurtardığı minik Ayla'nın hayatından kesitler sunmaktadır. Süleyman Astsubay savaş meydanında Koreli küçük bir kız bulur ve yetim olduğu anlaşılan kız nereye gideceğini bilmemektedir. Astsubay kızı yanına alır ve Ayla ismini

Korece dil bölümü kurmayı planlamaktadır. (The Cyber University Of Korea_ Türközü http://www.cuk.edu/popup/cms/38552.do)

[19] Korea-Fans sitesinin günümüze kadar toplam kayıtlı üye sayısı 72.695 kişidir. Siteye 69.994 konuda, 2.561.246 adet mesaj yolladıkları, sitenin istatistiklerinde yer almaktadır. Kore hayranlarının ilgilendiği konular sitenin forumunda başlıklar halinde kategorilenmiştir.(Taşdemir, 2018:52)

verir. Ayla ile astsubay kısa sürede baba-kız gibi olurlar. Ancak 15 ay sonunda birliğin Türkiye'ye geri dönme kararı çıkar. Ayla'yı bırakıp dönmek istemeyen Süleyman Astsubay her yolu aşsa bile Kore kanunlarını aşamaz. Tekrardan bir araya gelme sözü vererek Güney Kore'den ayrılan Süleyman Astsubay yıllar sonra kızı Ayla ile görüşür. Film Türkiye'nin Oscar adayı ve Oscar Akademisi'nin de 'yabancı dilde en iyi film' aday adayı olmuştur. Aynı zamanda film Güney Kore beyazperdesinde de yayınlanarak bu dostluğun pekişmesinde sağlam ve somut bir öğe olmuştur.[20]

2002 Dünya Kupası'nda Türk Milli takımın Daegu'da Güney Kore ile oynadığı üçüncülük/dördüncülük maçı esnasında ve sonrasında gerçekleşen dostluk gösterileri, Kore'de Türkiye'ye karşı duyulan ilgi ve sempatinin çok güçlü olduğu sonucunu ortaya çıkarmıştır. Koreliler de Türkleri tanımlarken "kan kardeş" olarak bahsetmektedir. Bununla beraber iki ülkenin ilişkileri bir yana, Güney Kore ve Türkiye arasında kardeş şehir olarak anılan şehirler vardır. Bunlara örnek olarak Seul ve Ankara, Busan ve İstanbul, Ulsan ve Kocaeli gibi bir çok kardeş şehirler mevcuttur.[21]

Hallyu, Güney Kore ve Türkiye arasındaki uzak mesafeyi yakınlaştırarak kültürler arası benzeşme sayesinde de hızla yayılmıştır. Korelilerin dizilerinde yansıttığı konular genellikle batıya benzeme ve özenmenin yanında kendi kültürlerinden kopmamasıdır. Türkler ile benzeşen bu konu ve seyircinin bu arada kalmışlık hissiyatı ortak bir paydada

[20] 2017 27 Ekim'de vizyona giren Türkiye yapımı romantik-dram türünde olan Ayla filmi Can Ulkay tarafından yönetilmiş ve yapımcılığını Mustafa Uslu üstlenmiştir. Kore Savaşı'na asker olarak gönderilen Süleyman (İsmail Hacıoğlu), savaş esnasında öksüz kalan ve himayesini aldığı küçük Koreli kızla olan sevgi dolu bağı konu almaktadır. (https://www.sinemalar.com/film/243390/ayla) Kore'de de gösterimi yapılan film 2018 yılında 21 Haziran'da vizyona girmiş ve 43,732 kişi tarafından izlenmiştir. (https://movie.daum.net/moviedb/main?movieId=110917)

[21] Ankara ve Seul'un kardeş kent ilan edilmesindeki eş beyannamede şu sözler yer alır (Lee, 2007: 86): İnsanlığın hürriyetini korumak üzere Kore Savaşı'nda birlikte savaşmış, kan dostu Türkiye- Kore Cumhuriyetleri'nin Başkentleri olan Ankara ve Seul'u hürriyet ve barış için birlikte güç görevleri üzerlerine almak, idari, iktisadi, sosyal ve kültürel alanlarda tecrübe ve bilgilerini mübadele ederek dostluğu daha güçlendirmek ve aynı zamanda iki kentin gelişme ve refahını sağlamak maksadıyla kardeş şehir ilan ediyoruz.

buluşmuştur. Böylelikle Türklerin batıya olan ilgisini doğuya çekebilmiş ve kültür benzerlikleri ile Hallyu dalgasını Türkiye'de çok kolay bir şekilde yayılmıştır.

21. yüzyılın popüler kültüründe, Hallyu'nun sadece popüler kültür ürünleri yönünden başarılı olmasının yanı sıra Kore'nin imajını da daha yükseğe taşımasında etkili olmuştur. Hallyu dalgasının giderek büyümesine yardımcı olan en önemli etkenlerden birisi de Kore hükümetinin Güney Kore fanlarına destek vermesidir. Kore hükümeti Hallyu'u geçmişte kurulan ama geçen zamanla solan Türk-Kore kardeşliğinin yeniden canlanması ve pekiştirmesi için kullanmaktadır. Buna ek olarak Kore eğlence enstitüsü daha kaliteli ve her alana hitap edebilecek yapımlar üretmeye başlamıştır.

Türkiye'de de Kore hükümetinin Hallyu dalgasını destekleme programı çerçevesinde Kore elçiliği, Kore fanlarının faaliyetlerini desteklemekte ve etkinliklerine önem vermektedir. Yabancılara, Kore kültürünün ve Kore dilinin öğretilmesini amaçlayan "Kral Sejong Enstitüleri" kurulmuştur.

Ankara Üniversitesi işbirliği ile Kasım 2010'da Ankara'da, Ocak 2011'de ise İstanbul'da Kral Sejong Enstitüsünün şubeleri açılmıştır. TÖMER desteği ile açılan Kral Sejong Enstitüleri Kore popüler kültürü ve gelenekleri ile ilgili çeşitli faaliyetler, toplantılar düzenleyerek Kore fanları ile etkileşim içinde olmuştur. Ekim 2011'de ise Ankara'da Kore Hükümetine bağlı "Kore Kültür Merkezi" açılmıştır. Kore Kültür Merkezi'nin resmi internet sayfasında kültür merkezinin kuruluş amacı şu şekilde belirtilmiştir:

> "Kore Kültür Merkezi; eğitim danışmanlığı odası, sergi salonu, gösteri salonu, seminer odaları, sınıflar, k-pop odası, kütüphane, Kore Yemeği (Hansik) odası, Taekwondo odası, kafeterya bölümlerini içermekte olup ziyaretçilere çeşitli gösteriler, sergiler, dersler, etkinlikler, Kore'de eğitim seminerleri gibi imkanlar

aracılığıyla Kore kültürünün özünü sergilemektedir. Kore ile ilgili kurum ve gruplarla Türkiye'nin her yerinde işbirliği içinde, Kore ile ilgili gösteri, sergi, seminer ve sempozyumlar düzenleyerek Kore kültürünü daha geniş bir alana yaymayı hedeflemektedir. Bu amaçla Türk Hükümetinin yanı sıra ilgili kültür ve sanat kuruluşları ve yerel yönetimler ile yakın işbirlikli ilişkiler kurmaktadır. Kore Kültür Merkezi'nde başta Tekvando, Kore yemeği ve Korece olmak üzere K-POP Akademi, Hanbok(Geleneksel Kore Kıyafeti), Kore geleneksel çalgıları, Kaligrafi gibi Kore kültürü ile ilgili çeşitli dersler verilmektedir. Kore kültürünün Türkiye'deki yayılımı ve aktarımı ile ilgilenen tüm kurumları, grupları ve bireyleri selamlıyoruz. Kore Kültür Merkezi'nin kapısını ne zaman isterseniz özgürce çalabilirsiniz."

Korece'yi Türkiye'de yaygınlaştırmak amacıyla Ankara Üniversitesi TÖMER iş birliği ile İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa'da Sejong Hakdang Enstitüleri açılmış olup Trabzon'da da Avrasya Üniversitesi ile işbirliği yapılarak bir Sejong Hakdang Enstitüsü açılmıştır. Kore dalgasını daha yakından tanıtmak ve devamını sağlamak için Türkiye'nin çeşitli şehirlerinde "Karavan Kore Günü Etkinlikleri" ile Ankara'da yaşamayıp Kore etkinliklerine katılım göstermek isteyen Kore fanları için düzenli faaliyetlerde bulunulmaktadır.

Kore Kültür Merkezi ev sahipliği ile çok çeşitli sergi ve gösteriler de düzenlenmektedir. Kore Kültür Merkezi sergi salonunda Kore-Türkiye kültürleriyle ilgili resim, seramik gibi birçok alanda sergiler yapılmakta, üçüncü katta yer alan gösteri salonunda Kore ile ilgili bilimsel, tarihi seminerler verilmekte, mini konserler yapılmakta ve dışarıda bulunan açık hava sahnesinde K-pop Festivali, Korece Konuşma Yarışmaları, Kimchi Festivali gibi etkinlikler düzenlenmektedir.

Kore Kültür Merkezi, Kore' de bulunan üniversiteler ile işbirliği yaparak yabancı

öğrencilerin Kore'de eğitim ve burs olanağı gibi konulara ilişkin bilgi sunarak Kore'de eğitim görmeyi hedefleyen kitlenin sayısını arttırmak, her iki ülkenin de eğitim kurumları ve üniversiteler arasındaki işbirliğini sağlamaya yönelik çalışmalar yapmakla beraber Türkiye'deki Hallyu ilgisine yönelik popüler şarkıcı ve oyuncuların Türkiye'yi ziyaret etmelerini sağlamak için çaba göstermektedir. Kore Kültür Merkezi'nde yetişkinler ve gençlerin hedef alınması ile Taekwondo derslerinin verilmesi, buna ek olarak Türkiye'de Tekvando'nun yaygınlaşması için Türkiye Tekvando Federasyonu ile işbirliği içinde çalışıp Erzincan, Karabük, Ordu, Giresun, Sivas gibi şehirlerdeki okullarda Taekwondo eğitiminin düzenli olarak verilmesi desteklenmektedir.

Böyle çeşitli aktiviteler yapan Kore Kültür Merkezi; Türkiye'deki sosyal yardım kuruluşları, Türkiye Gaziler Derneği ve Türkiye'deki Kore firmaları ile işbirliği yapıp Kore gazileri ve ailelerini, toplumsal duyarlılık çerçevesinde ağırlayarak iki ülkenin birbiri için beslediği içten kardeşlik duygusunu açığa çıkarmak için çalışmaktadır.

Durum o ki Türkiye'de Hallyu, Kore hükümeti ve Kore Kültür Merkezlerinin etkili çalışmaları ve Kore fanlarının kararlı, ısrarcı tutumları sonucunda Kore kültürü günlük yaşamın içinde yer edinmeye başlamış, Kore fanları için egemen olan Amerikan popüler kültürüne karşı yeni bir alternatif duruş sergilemiştir. Ancak bunun yanı sıra Amerikanlaşmadan uzaklaşan Kore fanları için Korelileşmeye doğru uzayan bir yol açılmaktadır. Hallyu akımına kapılmak; fan siteleri ve forumlar

"Kore dizilerini izledikten sonra hemen Kore'yi detaylıca araştırmaya başladım. Kore dizilerini daha fazla izlemek, Korece şarkıları daha fazla dinlemek, Koreli aktörleri daha fazla tanımak istedim." (Tolou, 2014 aktaran Fırat, 2017)

Hallyu fanlarının ağzından çıkan cümleler ile durum bu şekilde özetlenmektedir. Dünyadaki diğer ülkelerde de Hallyu akımına kapılan kitle giderek artmaktadır.

Kore dizilerini ve Kore müziklerini paylaşabilmek, yenilerini izleyebilmek ve

dinleyebilmek için Suk Park adında bir genç, Kuzey Amerika'da, yasal olarak Kore dizilerini erişime açan "Dramafever" sitesini kurmuştur. Dramafever, Kore dizilerinin erişime açıldığı ilk yasal internet sitesidir. Ziyaretçi sayısı aylık ortalama beş milyona ulaşan Dramafever sitesi, gitgide genişleyen çeviri ekibi ve altyazı dil çeşitliliği ile Kore dizileri dışında Suudi Arabistan ve Türkiye yapımı olan dizilere de yer vermektedir. Hallyu akımına kapılan hayran sayısı arttıkça sosyal ağlardaki gruplaşmalar da artmaya başlamıştır. Kimchdrama, Dramacrazy, Mysoju isimli, Kore kültürü, K-pop, Kore dili ve Kore dizilerine dair her türlü paylaşımın yapıldığı siteler kurulmuş, sitelerde yer alan dizi ve filmler gönüllü Kore fanları tarafından Korece'den İngilizce'ye çevirisi yapılarak altyazılı şekilde paylaşımı yapılmıştır. (Tolou, 2014 aktaran Fırat, 2017)

Türkiye'de ise Kore medya yapımları ile ilgilenen genç izleyiciler, Kore kültürü hakkında merak ettiklerini, Kore dizilerini, Kore filmlerini, Kore müziklerini paylaşabilecekleri bir internet sitesi kurmuşlardır. 2006 yılında sosyal platformlarda bireysel ve dağınık olarak görülen Kore dizileri ile ilgili paylaşımlar ve yorumların ardından 2007 yılı Ocak ayında Türkiye'deki en geniş kapsamlı Kore popüler kültürü paylaşım sitelerinden biri olan Korea-fans (www.korea-fans.com) kurulmuştur. Site ilk kurulduğu dönemde, sadece TRT'de yayınlanan Kore dizileri ve dizi müziklerini içeren paylaşımların olduğu küçük bir forum sitesiyken, günümüzde üye sayısının giderek artması ve Kore hakkında hemen hemen her konuyu içeren başlıkların bulunması ile dikkatleri toplamıştır. Hallyu akımına kapılan izleyicilerin sayısının artmasıyla korea-fans sitesine benzer forumlar da kurulmaya başlamıştır. Bu forum sitelerinde Kore fanları profesyonel ve disiplinli bir şekilde organize olarak çeşitli birimler oluşturmakta, yaptıkları gönüllü çeviriler ve haberleri daha geniş bir kitleye ulaştırmak amacıyla çeşitli içerikler üretmektedir. Korece öğrenmek isteyen genç kitlenin ilk öğretmeni de yine bu siteler olmuştur.

Hallyu dalgası çok geniş kitlelere ulaşmaktadır ve kitle iletişim araçlarının hepsinden faydalanmaktadır. İnternet sitesinde içerik oluşturmanın dışında Kore popüler kültürünün konu edildiği gazete ve dergiler çıkarılmaya başlanmıştır. Korea-fans ekibi tarafından 2009 yılında Kore popüler kültürü magazin dergisi olan "Dong-yul" yayımlanmıştır. "Doğu aşkı" anlamını taşıyan Dong-yul dergisi temelde Kore dizileri, filmleri, Kore magazin haberleri ve K-pop'a dair içerikler oluşturmasına rağmen, Kore kültürü ve Kore tarihini içeren yazıları da beraberinde barındırmaktadır. İnternet sitesi, forumda Kore ile eş zamanlı olarak Kore haber kanallarında çıkan haberlere düzenli aralıklarla yer vermekte iken, Dong-yul dergisinde K-pop, Koreli sanatçılar ve Kore dizilerini içeren özel bölümler konu edilmekte konu hakkında detaylı analizler yapılmaktadır. Türkçe olarak yayınlanmakta olan dergi, Türkiye'de yaşayan Koreliler için zaman zaman makalelerine İngilizce olarak da yer vermektedir. "Dong-yul ile Kore Rüzgârını Hisset" sloganı altında yola çıkan dergi, Kore ve Türkiye arasında kültürel anlamda canlandırıcı bir etki oluşması konusunda fırsat yaratmaktadır. Ayda bir yayınlanan Dong-yul dergisinin dışında yine Korea-fans ekibi tarafından Kore temel alınarak "Hallyu Sinmum" isimli bir gazete çıkarılmaktadır. Daha çok Kore'nin eğlence dünyasından haberleri içeren Dong-yul dergisinden farklı olarak Hallyu Sinmum gazetesi, Kore ile ilgili kültürel, ekonomik, toplumsal ve siyasi konulara yer vermektedir. Kore'nin diğer dünya ülkeleri ile olan ilişkileri, Türkiye ile olan ilişkileri, günlük olaylar, iş dünyası hakkında Kore'ye ait hemen hemen her türlü konuya yer vermesinin yanında daha kapsamlı haberler yayınlamaktadır. Hallyu Sinmum gazetesi, Hallyu akımına kapılan izleyicilerin eğlence dünyasının yanında tarihi, ekonomik ve sosyal olayları da takip etmesini, bu sayede Kore popüler kültür ürünleri ile başlayan kısıtlı Kore ilgisinin daha da yaygınlaşmasını ve bilinçli bir odak haline gelmesini sağlamıştır. (Fırat, 2017:72-73)

Güney Kore kültürünün Türkiye'de kitle iletişim araçları ile yayılması Türk gençleri için bir gelir kapısı olmuştur. Hallyu dizileri çevirmenliği yapan bir çok web

sitesi bu sayede gelir elde edebilmiştir. Sadece Korece bilerek yapılabilecek bu iş için insanlar korece öğrenmeye yönelmiş ve bu kültürü yakından tanımak isteyen kişiler için bu işi yapmaya başlamışlardır. Buna ek olarak aylık olarak çıkarılan dergi ve gazeteler yine bir çok anlamda iş olanağı yaratmış ve bu durum Hallyu'nun Türkiye'deki en olumlu sonuçlarından biri olmuştur.

Oh'a göre Hallyu, çoğunlukla kadınlar ve aynı kültür birikimine sahip insanlar tarafından desteklenen bir alt kültür fenomenidir. Hallyu hayranlarının Endonezya gibi Müslüman ülkelerde artmasıyla birlikte dünya çapında da bu kitleyi kadınların oluşturduğu saptanmıştır (Hübinette, 2012: 519; Oh, 2017: 236 aktaran Çizmeci, 2018:6 vd.). Hatta Filistin, İsrail, Endonezya ve Çinli Hallyu hayranları arasında yapılan karşılaştırmalar sonucunda, en fanatik Hallyu hayranlarının özellikle Müslüman ülkelerindeki kadınlar olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. (Oh, 2017: 244 aktaran Çizmeci, 2018:6 vd.).

Bu durum Güney Kore dizilerinde işlenen konunun daha çok kadınsal bir bakış açısı ile tasarlanmasından kaynaklanmaktadır. Dizilerde romantiklik unsuru ve dram unsuru ön plana çıkarılarak Koreli erkeklerin kadınların kurtarıcısıymış gibi gösterilmesi kadın izleyicinin ilgisini çekmektedir.

Kore dizilerinin Güney Kore'ye yarayan bir diğer etkisi ülkenin turistik açıdan zenginleşmesidir. Dizileri izleyen ve dizilerden etkilenen turistler, dizilerin çekildiği yerleri görmek için Güney Kore'ye gitmekte ve bu kültürü yakından tanımak istemektedir. Yine bu dizilerden etkilenen binlerce insan,bu kültürü kendi gözleri ile görmek isteyerek Güney Kore'ye seyahat etmektedir.[22]

Hallyu dalgasından önce Japonya'da Güney Kore hakkında oluşan algı daha çok

[22] Kore'yi 2018'de ziyaret eden turist sayısı, bir önceki yıla göre yaklaşık %15.1 artarak yaklaşık 15 milyonu bulmuştur. Kore'yi en çok ziyaret eden turistleri, Çinliler 4.1 milyon (%31.2), ardından 2.9 milyon Japon (% 19.2) ve Tayvan 1.1 milyon (% 7.3) oluşturmaktadır. (http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=eugo94&logNo=221470499216&parentCategoryNo=&categoryNo=23&viewDate=&isShowPopularPosts=true&from=search)

geri kalmış ve farkirlik üzerineydi. Güney Kore'ye göre de Japon halkı barbar ve milliyetçi bir imgeye sahipti. Hallyu sayesinde Japonyaya Konfüçyüs kültürünü ele alan ailevi değerleri yansıtan ve şiddetten uzak ürünler sunuldu. Böylelikle karşılıklı ilişkiler ve görüşler büyük ölçüde değişti, Güney Kore dizileri ve popüler kültürünün en büyük destekçişi neredeyse Japonya oldu. Güney Koreli bir çok ünlü ve idoller japonca öğrenerek Japonyadaki bu büyük kitleyi her zaman aktif tutmaya çalışmaktadır.

Buna bağlı olarak batılıların Hallyu ürünlerinde asıl ilgilerini çeken öğe minimalist yaşam ve neşeli ortamlardır. Diğer yandan Ortadoğulu müslüman seyircilerin ilgisini yoğun romantiklik ve saf ilişkiler çekmektedir. Dünyanın her bölgesine hitap edebilen ve geniş bir yelpazeye sahip olan hallyu dalgası sayesinde Güney Kore kendi kültürünü dünyaya yaymıştır. Kore dizilerinin bu kadar geniş bir kitleye hitap etmesi ve ilgi çekici olmasının bir diğer sebebi ise, kullanılan arka planlar, oyuncuların güzelliği ile yakışıklılığı ve şık moda anlayışları olmuştur. Dizilerin akıcı konularının yanı sıra göz kamaştıran sahnelere sahip olması bu dizileri daha da çekici bir hale getirmiştir. (Oh ve Chae, 2013: 78, aktaran Çizmeci, 2018:7-8.)

Dizilerin, Türkiye gibi binlerce kilometre uzaklıkta olan dünyadaki farklı ülkelerde bile seyirci çekebiliyor seviyede olması, doğal olarak Hallyu Kore Dalgası'nın Kore için çok önemli bir gelir kaynağı haline gelmesine sebebiyet vermektedir. Türkiye'de Kore dizilerinin yabancı seyirciler tarafından beğenilmesinin sebebi kimilerine göre yapımlarının önce ve sonrasındaki kaliteleri, dizilerin anlatı tarzları, daha yeni ve diğer yapımlara kıyasla daha farklı bulundukları için kimilerine göre ise Kore dalgasının bu kadar geniş çaplı bir yayılış göstermesinin sebebi eğlence endüstrilerinin sistematik pazarlama stratejileri, üretimin düşük giderli olması ve yıldızları pazarlama stratejilerinden kaynaklanmaktadır. Bu görüşlere bakıldığında devlet desteği ve medya endüstrisi ile elde edildiği görülen Kore dizi dalgasının, aktif bir destek gösterilmeyen Türkiye gibi diğer birçok ülkede de neden ısrarla tercih edildiği gözden kaçırılan bir durum olmaktadır. (Oh

ve Chae, 2013: 78, aktaran Çizmeci, 2018:7-8.)

Türkiye'deki Güney Kore dizisi izleyicileri, dizilerde kullanılan öğeleri, hamam kültürü ve yerde yemek yeme gibi benzer öğeleri görerek kültürel yakınlık hissetmiştir. Böylelikle Türk milleti kendi kültürüne yakın olan bu kültürü daha çok merak etmiş ve sevmiştir. (Jung, 2009: 72 aktaran Çizmeci, 2018:8 vd.)

McQuail ve arkadaşları ise (1972, aktaran Giles, 2002: 280 aktaran Çizmeci, 2018:8 vd.), seyircilerin, dizi karakterleri ile parasosyal etkileşime girmeleri ile karakterleri tanıdıkları insanlara benzettiklerini, karakterlerin yaşadıkları ile kendi yaşamlarında yer alan olayları anlamlandırarak benzerlikler bulduklarını bulgulamışlardır. Seyirci genel olarak, kendi beğenileri ve kendi değerleri ile benzer karakterlerin yer aldığı dizileri takip etme potansiyeli göstermektedir (Schiappa vd., 2007: 304 aktaran Çizmeci, 2018:8 vd.). Daha önce Kore dizileri ile benzer bir dalga oluşturmayı deneyen Japon dizileri, içerdiği aşırı şiddet ve cinsellik sebebiyle Asya televizyonlarında yasaklanmış iken, 90'lı yıllarda gündeme gelmeye başlayan Kore dizileri, Japon dizilerinde yer aldığı gibi yüz kızartıcı içeriklere yer vermedikleri için geniş bir hedef kitleye ulaşmayı başarmıştır. (Jung, 2009: 72 aktaran Çizmeci, 2018:8 vd.)

Türkiye'de Türk seyircilerinin internet üzerinden tüm Kore dizi ve filmlerine ücretsiz olarak erişebileceği "www.koreanturk.com", "www.yeppudaa.com"ile "www.guneykoresinemasi.com" gibi çeşitli web siteleri bulunmaktadır. Ayrıca Kore gençlerinin de internette çok zaman geçirmesi bu iki nesili birbirine yakınlaştırmıştır. Koreliler ile dünyadaki tüm diğer insanların irtibata geçebileceği sosyal uygulamalar bulunmaktadır. Bu uygulama ile Türkler ve Koreliler arasında kültürel alışveriş ve tanıtımlar daha da somut hale gelmiş olup mektup arkadaşlığı kavramı daha üst bir seviyeye ulaşmıştır. (Fırat 2017:72)

Hallyu dalgasının Türk dizi kültürüne olan olumsuz etkisi ise, Türk gençlerinin internetten üzerinden Güney Kore dizilerine kolay ve hızlı ulaşım sağlamasıdır. Bu durum Türk dizilerinin reytingini azaltmış ve Türk seyircisinin Türk dizilerine olan ilgisini azaltmıştır. Türk yapımcılar ise bu durumu ortadan kaldırmak için Kore dizilerini Türk dizilerine uyarlayarak sunmuşlardır. Bu uyarlamaya örnek olarak 19 Eylül 2018'de yayına giren "Kızım" adlı diziyi gösterebiliriz. Kore uyarlaması olan bu dizi sağlam bir kitleye ulaşarak Türkiye'de çok sevilmekte ve halen izlenmektedir. [23]

Farklı tarzları ve alışkanlıkları olan Korelilerin dizi yapımında oldukça başarılı oldukları görülmektedir. Hatta bazı Türk yapımcılar Kore dizilerinden çeviriler yapıp Türk kanallarında yayınlamaktadırlar. Türkiye'de sırasıyla en çok izlenen 10 Kore dizisinin listesi ise şu şekildedir: Boys Over Flowers, Secret Garden, City Hunter, You Are Beautiful, Goong, Personel Taste, Dream High, Playful Kiss, You Have Fallen For Me, 49 Days

3.2. Türkiye'de Hallyu Dizilerinin Popüler Olmasının Nedenleri

Kore dizileri her kesim tarafından sevilmekte ve takip edilmektedir. Fakat özellikle Türkiye'de sevilmesinin asıl nedenini bir kaç unsur ile açıklayabiliriz. Bunların ilk başında kültürel benzerliklerinin temel nedeni olan ortak bir atadan gelindiğine inanılmasıdır. Kültürel benzerliklerin yanı sıra da davranış biçimi, olaylara karşı verilen duygusal tepkiler ve bu ortak tepkilerin verdiği yakınlık her zaman bu iki milletin birbirini sevmesini sağlamıştır. Tarihsel açıdan baktığımızda Türkiye'nin Güney Kore savaşında yaptığı yardımlar ve 1999 Marmara depreminde Güney Kore İtfaiyesinin Türkiye'ye

[23] Yapımcılığını Med Yapım'ın üstlendiği ve Başrollerini Buğra Gülsoy, Leyla Lydia Tuğutlu ve Beren Gökyıldız'ın paylaştığı Kızım dizisi TV 8'de 19 Eylül 2018 yılında başladı ve 31 Mayıs 2019'a kadar devam etti. Toplamda 34 bölüm gösterilmiştir. Wiki pedia Erişim Tarihi: 05.06.2019 (https://tr.wikipedia.org/wiki/Kızım)

gelerek yardımda bulunması bu sevginin köklü nedenlerindendir. (Lee, 2007 aktaran Kim, 2016:140-141)

Türkiye, coğrafi olarak bulunduğu konum itibariyle Asya ve Avrupa kıtası arasında bir köprüdür. Her iki kıtadan da bir çok kültür öğesi almış olup, geçmişten getirdiği kültürü de içinde barındırarak zengin bir kültürde birleşmiştir. Hallyu dalgası ile Güney Kore'yi tanımaya fırsat bulan Türk seyirci, Kore'nin kültürel değerlerini koruma çabaları ve batılılaşmadan da aldığı değişimleri Güney Kore dizilerinde görerek kendi geçmişinden benzerlik kurmuş ve yakın hissetmiştir.

Hallyu araştırmalarına göre Güney Kore dizilerinin izleyici kitlesi büyük çoğunlukta kadınlardır. Türkiye'deki çoğunluğu müslüman olan kadınlarda bu dizilerdeki romantizm, saf ilişkiler ve muhafazakar ataerkil söylemlerden etkilenmiş ve Hallyu'nun Türkiye'deki asıl kitlesi olmuştur. Ek olarak Güney Kore dizilerinde işlenen Konfüçyüs normlar, İslam dinine uygun olup benzer özellikler ve fikirler taşımaktadır. Bu durum da Kore dizilerinin Türkiye'de sevilip tutulması için gayet güçlü bir etken olmuştur. (Mee, 2005: 193, 196)

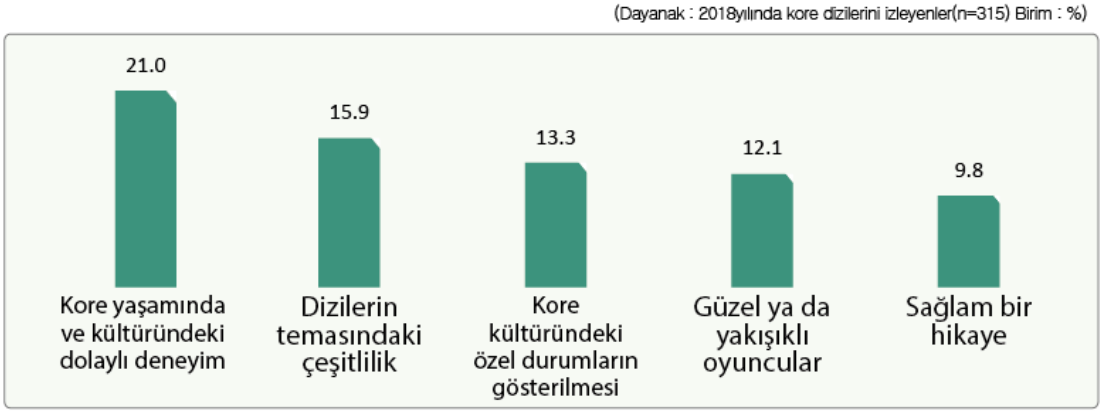
Güney Kore dizilerindeki kadın rolünün genelde mutlu bir aile yaşantısı için çaba göstermesi, evin düzeninin ve yönetiminin kadında olması, erkek rolünün çalışması, kadın rolünün daha çok yuvayı dişi kuş yapar mantığı ile hareket etmesi Türk kadınların da bir yakınlık uyandırmış ve bu tür ilişkileri ve aşkları severek takip etmiştir.

İzleyiciler izledikleri dizilerde kendilerinden ne kadar çok benzerlik bulursa o diziye o kadar çok bağlanmaktadır. Türk seyircinin, Güney Kore dizilerindeki aşk anlayışını, ilişki sürecini, karşıdaki kişinin davranışlarını ve tepkilerini kendi hayatında olan kişilere benzetmesi ve yakın görmesi de bu bağı güçlendirmektedir. Ek olarak Güney Kore dizilerinde erkeğin kadın karşısında çabalaması ve yoğun ilgisi Türkiyedeki kadın erkek ilişkilerine benzerlik göstermektedir.

Türkler her zaman duygularını açık açık gösteren ve yaşayan bir millet olmuştur. Hallyu dizileri de içerik açısından duygusal ve dram ağırlıklı olup Türk seyirciyi bu açıdan da yakalamıştır. Dizilerin içeriği başka hayatlardaki insanlar ile empati kurdurmuş, varılan sonuçlar ve etkiler örnek alınarak insanların hayatlarında bir yönlendirici etkisi olmuştur. Türkiye gibi bir çok olayın yaşandığı ülkede her diziden benzer bir parça bulunması pek de şaşırtıcı bir durum olmamış, aksine sürükleyici bir etkiye sahip olan Hallyu dizileri çok sevilmiştir. (Kim, 2013: 109 aktaran Çizmeci)

Sonuç olarak: Hallyu'nun Türkiye üzerinde hızla yayılmasını üç benzerlik ile açıklayabiliriz. Bunlar; kültürel benzerlik, yapısal benzerlik ve karakteristik benzerliktir. Benzerlikler iki toplumun yakınlaşmasında en güvenilir etkendir. Bu benzerlikleri fark eden iki millet de birbirlerine karşı samimi düşünceler beslemiştir. Hallyu dizilerinde de bu etkiyi gören Türk izleyici hızlı ve zorluk çekmeden bu kültürü benimsemiş ve Hallyu dalgasının Türkiye üzerinde yayılmasını memnuniyetle karşılaşmıştır. (Çizmeci 2018:329)

Grafik 9. Kore dizilerinin popüleritesindeki faktörler



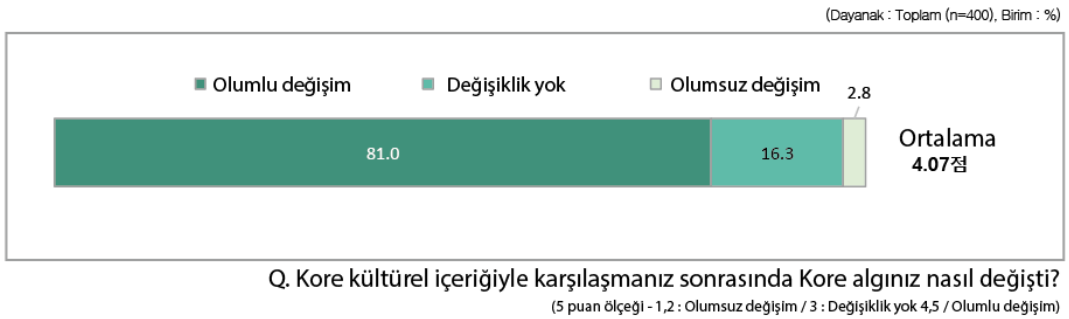
Q. Sizce Kore dizilerinin ülkenizdeki popülaritesi nedir?

Kore Uluslararası Kültürel Değişim Ajansı'nda 315 Türk'e yapılan ankete göre; Türklerin Kore dizilerini sevme nedeni olarak "Kore yaşamında ve kültüründeki dolaylı deneyim" birinci faktör olarak seçilmiştir ve dizilerin temasındaki çeşitlilik", "Kore

kültüründeki özel durumların gösterilmesi", "güzel ya da yakışıklı oyuncular", "sağlam bir hikaye" gibi 5 faktör diğer seçimler arasında yer almıştır

3.3. Türkiye'de Hallyu Dalgasının Etkisi ve Türkiye'deki Uyarlama Kore Dizileri

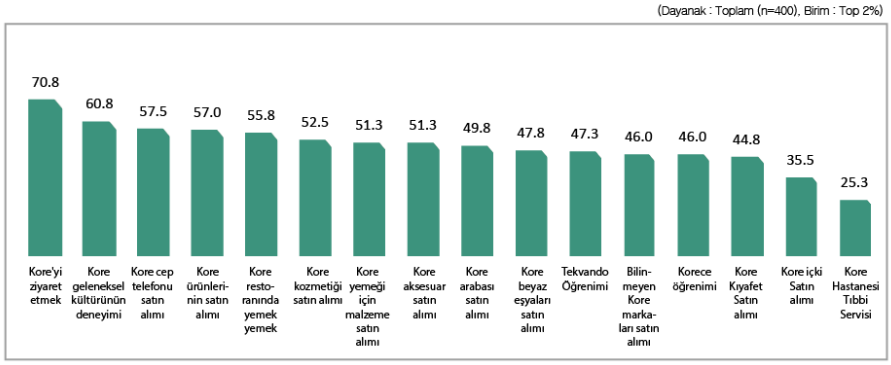
Grafik 10. Kore Kültürü İçerik Deneyimi Sonrası Kore Algısındaki Değişiklikler



Türkiye içerisinde Hallyu ilgisi, Kore'de Kore Uluslararası Kültürel Değişim Ajansı'nda yapılan(KOFICE: Korean Foundation for International Cultural Exchange) 2019 Yurt dışındaki Hallyu durumu anketinin sonucuna göre Hallyu dalgasının etkisi anlatılacaktır.

Türkiye "Kore hakkındaki algı" konusunda, Koreliler için iyi bir izlenim gösteren ülke olarak (81%) derecelik olumlu sonuca ulaşmıştır. Yine başka bir araştırma incelendiğinde iki ülke arasında derin bir bağlantı olması nedeni ile tarihsel benzerlik, kültürel benzerlik, duygu ifadeleri gibi Türklerin Hallyu kültürüne olan olumlu tepkileri ile iki ülkenin samimiyeti ve dostluğunun devamının sağlandığı görülmektedir(Yoo, 2017:15).

Grafik 11. Kore ürün servisinin gelecekteki kullanımı



Q. Kore ürün ve hizmetlerinin gelecekteki ilgileri ve satın alma niyetleri hakkındaki soruları yanıtlayınız.
(5 Puan ölçeği - 1,2 Olumsuz / 3:Orta / 4,5 : Olumlu)

Yine farklı bir anket sonucuna göre Hallyu etkisi ile Türkler en çok, "gelecekte Kore'yi ziyaret etmek ve Kore geleneksel kültürünün deneyimi" seçeneklerini seçmiştir. Kore ürünlerini almaktan daha çok Kore'yi ziyaret etmenin ve Kore geleneksel kültürünün deneyimlenmesi şıklarının seçilmiş olmasına bakıldığında Kore kültürünün Türkiye'yi etkisi altına aldığı açıkça görülmektedir.

Grafik 12. Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyimi (Düşük bütçeli ürün)



*Satın alma deneyimi oranı: 2-5 puan

Q. Kore kültür ürünlerini ortalama olarak ne kadar kullanıyorsunuz?
Q. Geçen yıl boyunca Kore ürünlerini ne kadar satın aldığınızı öğeye göre belirtiniz.
*Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyiminin analizi

Grafik 13. Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyimi (Yüksek bütçeli ürün)



*Satın alma deneyimi oranı: 2-5 puan

Q. Kore kültür ürünlerini ortalama olarak ne kadar kullanıyorsunuz?
Q. Geçen 4yıl boyunca Kore ürünlerini ne kadar satın aldığınızı öğeye göre belirtiniz.
*Kore kültür içeriği tüketim oranına göre satın alma deneyiminin analizi

Geçtiğimiz son yılda düşük bütçeli ürünler arasında yapılan seçimde bakım ürünleri birinci gelmiştir. Türkiye'de Hallyu dizilerinin etkisi ile Kore oyuncularının popüleritesi yükseldi. Özellikle kadın oyuncuların güzelliği Türkiye'de şok etkisi yaratacak derecede olumlu bir etki yaratmıştır. Kore bakım ürünlerini en çok tercih eden kesim genç kesim olmuştur. Gençler, dergi, internet blogları, youtube ve sosyal medya sayesinde K-beauty ürünleri hakkında tavsiye ve tanıtım yapma fırsatı yakalamışlardır. Ilk kez Kore'de ortaya çıkan BB Krem ve CC Krem, krem pudra gibi yeni kozmetik ürünleri dünyaya tanıtılarak olumlu tepki almıştır. Türkiye'de Kore kozmetik ürünlerinin pazarı ise 3,500,000,000 dolar(2017 yılı verilerine göre) kazandırarak her sene %10 artış göstermiştir. Kore kozmetik ürünlerinin geçmişi oldukça kısa olmasına rağmen buna ters olarak derin bir başarı sağlamıştır. (KOTRA Global News, 2017)

Geçtiğimiz 4 senede yüksek bütçeli ürünler arasından yapılan seçimlerde cep tele-

fonu, beyaz esya ve araba en yüksek alımı göstermiştir. Samsung'un uluslararası pazarı'nda Türkiye'nin en çok alım gösteren ülke olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Geçen 2011 yılında Türkiye en çok alım gösteren birinci ülke olmuştur. Profesyonel anket şirketi Gfk'ye göre; Samsung Türkiye televizyon pazarında Türk markalarını geçerek %29.7'lik satışla birinci olmuştur. Yine Türkiye cep telefonu pazarında da %52'lik satış ile birinci olmuştur. (Chosun Biz reportage, 2014)(MK Daily economic News, 2008)

Hallyu'ya olan olumlu tepkiler sonucunda, Kore dizileri Türk dizi pazarına girmeyi başarmıştır. Son 10 yılda, Türkiye'de Kore yapımı dizilerine olan ilgi, Türk yapımcıların durumu fark etmesi ile Türkiye'deki dizi sektörü ibresinin Kore'ye çevrilmesini sağlamıştır. Türk televizyonlarında özellikle son 5 yıldır Kore'den uyarlaması yapılan diziler yayınlanmaya başlamıştır.

Türkiye'de ilk olarak uyarlaması yapılan Kore dizisi Orijinali "Temptation of An Angel" olan Kore dizisi 12 Ekim 2009 tarihinde Kore'de ilk yayınını yapmış, 21 bölüm yayınlanmasının ardından 22 Aralık 2009 tarihinde ekranlara veda etmiştir. Kore'de özellikle ev hanımlarının izlediği dizi, yüksek bir reyting almamasına rağmen 17 Ekim 2011 tarihinde Türkiye uyarlaması yapılarak "Beni Affet" ismiyle Türk televizyonlarında yerini almıştır. Hafta içi dizisi olarak yayınlanması planlanan dizi, içeriğinde çeşitli değişiklikler yapılarak Türk seyircisinin beğenisini kazanmış tıpkı Kore'de olduğu gibi Türkiye'de de özellikle hafta içi yayınlanıyor olması nedeniyle Türk ev hanımlarının ilgisini çekerek 7 yıl boyunca ekranlarda kalmayı başarmıştır. 7 yılın sonunda 1477 bölümü geride bırakarak 28 Aralık 2018 tarihinde final yapmıştır. Kore dizilerinden ilk uyarlama dizi olan "Beni Affet"[24]dizisinin ardından günümüze kadar yaklaşık 23 farklı

[24] Beni Affet, Star TV'de yayınlanan dram türündeki Türk televizyon dizisidir. 2011 yılında Show TV'de başlamış olup, 2012 yılında Star TV'ye transfer olmuştur. Beni Affet, hafta içi her gün yayınlanmıştır. 28 Aralık Cuma günü ekranlara veda etmiştir. Wikipedia_Erişim Tarihi: 05.06.2019 (https://tr.wikipedia.org/wiki/Beni_Affet)

Kore dizisinin Türkiye uyarlaması yapılmıştır.

Tablo 5. Kore dizilerinin Türkçe uyarlamalar

Kore Dizisi (Bölüm)	Kore'de Yayın Tarihi	Yayınlanan kanal	Türk Uyarlanması (Bölüm)	Türkiye'de Yayın Tarihi	Yayınlanan kanal
Doctors(20)	20.06.2016-23.08.2016	SBS	Kalp Atışı(28)	30.06.2017-28.01.2018	Show TV
Can Love Become Money(20)	03.03.2012-05.06.2012	MBN	Kiralık Aşk(69)	19.06.2015-20.01.2017	Star TV
Boys Over Flowers(25)	05.01.2009-31.03.2009	KBS2	Güneşi beklerken(54)	02.07.2013-27.07.2014	Kanal D
Fated to Love You(20)	02.07.2014-04.09.2014	MBC	NO:309(65)	01.06.2016-25.10.2017	FOX
Autumn in My Heart(16)	28.09.2000-07.11.2000	KBS2	Paramparça(97)	01.12.2014-27.03.2017	Star TV
Mother(16)	24.01.2018-15.03.2018	tvN	Anne(33)	25.10.2016-20.06.2017	Kanal D
My Husband got a Family(58)	25.02.2012-09.09.2012	KBS	Kocamın Ailesi(57)	03.07.2014-11.11.2015	FOX
Roof top Prince(20)	21.03.2012-2012.05.24	SBS	Osmanlı Tokadı(37)	04.14.2013-05.05.2014	TRT 1
Theheirs(20)	09.10.2013-12.12.2013	SBS	Çilek Kokusu(23)	24.06.2015-27.11.2015	Star TV
Temptation of An Angel(21)	12.10.2009-22.12.2009	SBS	Beni Affet(1477)	17.10.2011-28.12.2018	Star TV
Panda and Hed Gehog(16)	18.08.2012-07.10.2012	Channel A	Maral : En Güzel Hikayem(17)	05.03.2015-04.11.2015	TV 8
Getkarl! Oh Soo Jung(16)	28.07.2007-16.09.2007	SBS	Tatlı İntikam(20)	26.03.2016-12.11.2016	Kanal D
I'm Sorry, I Love you(16)	08.11.2004-28.12.2004	KBS2	Bir Aşk Hikayesi(36)	26.03.2013-14.01.2014	FOX
Smile You(45)	26.09.2009-07.03.2010	SBS	Gülümse Yeter(24)	12.07.2016-11.01.2017	Show TV
High Society(16)	08.06.2015-28.07.2015	SBS	Yüksek Sosyete(26)	16.06.2016-24.12.2016	Star TV
What Happens to My Family?(53)	16.08.2014-15,02,2015	KBS2	Baba Candır(66)	02.08.2015-18.05.2017	TRT 1
She was Pretty(16)	16.09.2015-11.11.2015	MBC	Seviyor Sevmiyor(28)	15.06.2016-12.02.2017	Atv
A Gentlemans' Dignity(20)	26.05.2012-12.08.2012	SBS	Kiraz Mevsimi(59)	04.07.2014-28.11.2015	FOX
Flames of Desire(50)	02.10.2010-27.03.2011	MBC	Hayat Şarkısı(57)	09.02.2016-06,06,2017	Kanal D

Full House(16)	14.07,2004-04.09.2004	KBS2	İlişki Durumu : Karışık(40)	04.07.2015-27.04.2016	Show TV
May Queen(38)	18.08.2012-23.12.2012	MBC	Mayıs Kraliçesi(11)	10.11.2015-02.02.2016	Show TV
Nice Guy(20)	12.09.2012-15.11.2012	KBS2	Günahkar(7)	04.03.2016-15.04.2016	FOX
Secret Love(16)	25.09.2013-14.11.2013	KBS2	Meryem(30)	02.08.2017-28.02.2018	Kanal D

(http://www.filmdizihaber.com/kore-dizlerinden-uyarlanan-ve-izlenme-rekoru-kiran-23-turk-dizisi/)

Kore dizilerinin yıllardan beri Japonya, Tayland, Filipinler, Endonezya, Amerika gibi çeşitli ülkelerde uyarlaması yapılmıştır. Ancak Türkiye'de uyarlanan dizilere bakıldığında, diziler uyarlama da olsa, senaryolarda yapılan değişiklikler ile sanki Türk yapımı dizilermiş gibi izlenim verdiği görülmektedir. Bunun kültürel farklılıklar, seyirci beklentisi gibi pekçok sebebi bulunmaktadır.

BÖLÜM 4. ARAŞTIRMA BULGULARI: "SHE WAS PRETTY" VE "SEVİYOR SEVMİYOR"

4.1. Dizilerin Seçim Kriterleri

Son zamanlarda, kültürel değişimler kültürün küreselleşmesi nedeniyle daha yaygın hale gelmiştir. Özellikle, 20. yüzyılın sonundan itibaren kültürel alışverişler daha aktif hale gelmiş ve Kore Dalgası başlamıştır. Sermaye dolaşımının ve medya teknolojisinin hızlı gelişimi, kültürel alanda değişimi ve yakınsamayı hızlandırmıştır. Medya teknolojisinin ve internetin gelişmesi, ülkeler arasındaki kültürel değişimi etkilerken, ulus devletin mekansal ve zamansal otoritesini daraltmaktadır.

Sermayenin değişimi ve karşılıklı bağımlılığı, uluslararası şirketler ve sermaye arasındaki meta ve teknolojinin gittikçe daha fazla karşılıklı etkileşimde kalmasıyla küreselleşmenin etkisi altındadır. Kültürün sınırlarının bulanıklaşması sayesinde, herhangi bir ülkenin yayın içeriği diğer ülkelerdeki izleyicilere kolayca iletilebilir. İzleyiciler istedikleri yayın içeriğini seçebilir ve ilgi alanlarını genişletebilir.

Sonuç olarak; yayın yapımcıları, farklı izleyici kitlelerinin zevklerini karşılamak ve yayın tüketimini arttırmak için çeşitli içerikler yaratma ve üretme çabasındadır. Kültürel içeriklerin sert rekabetinde, yayın işçileri popüler içerikleri yalnızca kendi ülkelerinde değil diğer ülkelerde de ithal etmeye ve kendi ülkelerinin duygularına uygun olarak çoğaltmaya başladı. Özellikle, televizyon dizileri genellikle halkın doğal olarak kabul edebileceği bir biçimde çoğaltıldı. Televizyon dizileri, kültürel faktörlerin etkisinden dolayı diğer içeriklerin aksine senaryo ithalatına dayalı bir formattır. Bu görüntü içeriğini değiştirme süreci, izleyicilerin medyayı 'kültürel yakınlık' adı verilen film dağıtım teorisine göre seçmelerine izin verir. Bunun nedeni, bölgesel video televizyon akışının yatay olarak yapıldığını göstermesidir.

Televizyon dizileri, diğer içeriklerden ziyade günlük insan ilişkilerini ve yaşam formlarını gösterir. Bu bağlamda birçok çalışma, dizi metninde yer alan kültürel ifadeleri, metin analizi ve televizyon dizilerinin izleyici analizi ile ortaya koymuştur. Bu kavram, bir ülkenin vatandaşlarının, başka bir ülkenin kültürel geleneklerini, kimliklerini, ögelerini kabul ederken karşılaştıkları diğer unsurlar sayesinde birbirlerine kültürel olarak daha dostça ve sempatik yaklaştıklarını göstermektedir. Bu nedenle, uyarlama dizilerdeki en önemli şey, hikayenin süreci içinde ülkenin duygularının nasıl vurgulanacağıdır.

Görüntü 5. "She was pretty" dizisi Türkiye'de adı dahi konulmadan once populer hale gelmis olan bir uyarlama dizi



Kaynak. https://www.korezin.com/2016/03/09/she-was-pretty-turkiye-uyarlamasi-ilk-askim-dizisinin-kadrosu-aciklandi/

Türkiye'deki dizi pazarını etkileyen Hallyu etkisi Kore dizilerinin popüleritesini arttırdı. Türkiye'de yaklaşık 23 Kore dizisi uyarlanmıştır. Kore dizilerinden, hikaye ve karakterlerin Türkiye'deki Türk dizilerine benzemesi için sadece hikayesi alınmaktadır. (Korezin, 2016)

Bununla birlikte, Kore dizilerini seven genç izleyiciler, Kore dizilerine özgü yarı duygusal hassasiyet istediler ve böyle bir anlatımla üretilen diziler de oldukça beğenildi. Bunun en güzel örneklerinden birisi de "Seviyor Sevmiyor" dizisidir. "Seviyor Sevmiyor" dizisi yayınlanmadan önce genç izleyiciler tarafından bir Kore dizi uyarlaması olarak zaten bilinmekteydi. Bu nedenle izleyicilerin bu uyarlama diziye dikkatleri ve ilgileri diğerlerine nazaran daha fazla oldu.

Türkiye'de, "Seviyor Sevmiyor" adıyla yayınlanan dizi, Kore yapımı dizilerin yeniden üretilmesi konusunda hayranların sempatisini kazandı. "Seviyor Sevmiyor" dizisinde mevcut orijinal dizinin aydınlık ve neşeli atmosferi temel hikayenin çerçevesini oluşturmuştur, ancak karakter kişilik ilişkisi bakımından Türk kültürüne gore uygun

değişiklikler yapılmıştır.

Seviyor Sevmiyor dizisi Türkiye'de Kore dizileri sevenler arasında sağlam yer etmiş, oldukça sevilen bir yapımdır. "Seviyor Sevmiyor" dizisi her anlamda uyarlanmaya çalışılmıştır, hatta jeneriğinde orijinal senaristinin adını da barındırmıştır. (Korea Entertainment Management Association, 2016)

Kore oyuncu Yönetimi Derneği "Korea Entertainment Management Association", 2012'den itibaren Kore pop kültürünü ve sanatını kutlamak için bir ödül töreni ve Kore dizi festivallerinde veya Kore'ye ve kültürel değişime katkıda bulunan küresel aktörlerin önde gelen aktörleridir. Çin, Vietnam ve Türkiye'de güzel ve eşsiz bir "She Was Pretty" setinin yeniden yapımıydı ve aynı zaman dilimi derecelendirmelerinde ilk sırada yer alan bir dizi oldu. Bunların arasında Türkçe versiyonu, orijinal karakterin duygularını Türk karakterlerin duygularıyla birleştirdi ve yeni bir karakterini yarattı, birinci bölümün, yayınlanmaya başlamasından sonra izleyici değerlendirmesi yapıldı, ulusal sınırları aşan fikir birliği oluşumu sağlandı. Bunun Kore'de düzenlenen APAN STAR ÖDÜLLERİ'nde Türkiye ile Kore arasındaki kültürel değişimin köprü olarak geliştirilmesine katkılarından dolayı teşekkür eden "Seviyor Sevmiyor"un kahramanları Gökhan Alkan ve Zeynep Çamcı, Pasifik Özel Ödülü'nü aldılar. (News1, 2016) Bu çalışma "Hallyu" etkisi düşünülerek, orijinal ve uyarlama dizi-iyi anket yöntemi ile araştırmayı amaç edinmektedir.

Görüntü 6. 2016 APAN Star Awards



Kaynak. NEWS 1

4.2. Dizilerin Genel Bilgisi ve Hikayeleri

Türkiye'de Kore dizilerini önceki bölümlerde sözünü etmiş olduğumuz internet

siteleri ve fan sayfaları sayesinde izleme oranı son yıllarda epeyce artmış olduğu için Türk senaristler Kore dizilerini daha çok uyarlamaya başladı. Son birkaç yıl içerisinde oldukça sevilen 'Seviyor Sevmiyor''da bir Kore dizisi olan "She Was Pretty" 'nin Türk versiyonudur. Orijinal dizi devlet kanalı olan MBC'de 16 Eylül 2015 - 11 Kasım 2015 tarihleri arasında yayınlanan bir diziydi.[25] Her hafta çarşamba ve perşembe günü akşam saat 10'da yaklaşık 60 dakika olarak 16 bölüm sürdü. Yayınlandığı kanal olan MBC'nin 2015 yılı içerisinde en yüksek reytinge sahip dizisi olma özelliğini de taşıyor. Aynı zamanda yıl sonu dizi ödüllerinde de içerisinde "en iyi senarist" ödülü de olan birçok ödül almıştır.

"She Was Pretty''nin senaryosu Cho Sung Hee tarafından yazılmıştır. Yönetmenliğini ise "W", "I am not a Robot" gibi popüler Kore dizilerinin de yönetmeni olan Jung Dae-yoon yapmıştır. Hwang Jung-eum (Kim Hye-jin, Kadın başrol), Park Seo-jun (Ji Seong-Joon, erkek başrol) Go Jun Hee (Min Ha-Ri, ikinci kadın başrol), Choi Si Won (Kim Shin-Hyuk, ikinci erkek başrol) isimli oyuncular dizide rol aldı. Özellikle dizide öne çıkan aktörlerden Choi Si Won 'Süper Junior' idol grubunun bir üyesi olması onun hayranlarının da diziye ilgi göstermesini sağlamıştır. Başarılı bir dizi olduğu için, özellikle Kore'de gençler arasında çok popüler oldu. Yaklaşık olarak % 15 reting yaptı. (Wiki pedia, Erişim Tarihi: 29.04.2019) Normal şartlarda hafta içi yayınlanan diziler arasında %15 üzerinde reyting almak kolay değildir. Basit derecelendirmeler yüksek reyting getirdi ve bunun sonucunda Naver TV'sinde (Kore portalı sitesi) dizinin izlenmesi 18 milyona çıkmış ve 20.000'den fazla izleyiciye ulaşmıştır.

Uyarlama olan "Seviyor Sevmiyor" dizisi, Atv'nin yeni yapımlarından biri olarak yaz sezonunda iddialı bir başlangıç yapmıştır. Çekimlerin tamamı İstanbul'da gerçekleşmiştir. MF yapım şirketinin yapımcılığını üstlendiği Seviyor Sevmiyor 2016'da

[25] Kore yapımlarında genellikle sezonluk dizi anlayışı yoktur ve dizi yayınlanmadan önce kaç bölüm olacağı ve final bölümü belirlenir. Dizi uzun olsa bile bir bölüm bir saat yirmi dakikayı geçmez ve genellikle bir saatte biter. Böylece, çoğu dizi mini seri formatına sahip olduğundan, diziye yeni başlayan izleyicilerin sıkılmamaları ve tereddüt etmeden keyfini çıkarmaları sağlanmış olur. Kore insanlarının genel yapısında da bir acelecilik bulunduğu için bu hayatlarının her yönüne yansımaktadır.

televizyonlarda romantik-komedi türünde ekranlara geldi. dizinin yönetmenliğini Bedrana Meriç üstlenirken, senaryosunu ise Aksel Bonfil ve Hakan Bonomo kaleme almıştır. Dizi bir sezon sürmüş ve reytinglerin düşmesi nedeniyle final yapmıştır.

15 Haziran 2016 - 12 Şubat 2017 tarihleri arasında yayınlanan dizinin başrollerinde Zeynep Çamcı(Deniz), Gökhan Alkan (Yiğit), Gonca Sarıyıldız(İrem), Yiğit Kirazcı(Tuna), İpek Tenolcay var. Leyla ile Mecnun dizisinde oldukça sevilen Zeynep Çamcı, Kocamın Ailesi dizisiyle tanıdığımız Gökhan Alkan, Güllerin Savaşı dizisinde parlayan Yiğit Kirazcı özellikle genç izleyicilerin oldukça sevdikleri kişiler olarak yer almıştır. (Son dakika Star, 2016)

Orijinal ve uyarlama dizilerin hikayelerinin başlangıcı aynıdır. Başrol oyuncularından Hye-Jin(Deniz), küçüklüğünde oldukça zengin bir aileye sahiptir. Çevresi tarafından sevilir, güzel ve akıllıdır. Annesi çok güzel olan Hye-Jin(Deniz)'in babası da kitabevi sahibidir ve Hye Jin (Deniz)'in hayatta maddi anlamda her istediğini yerine getirmektedir. Bir gün oyun oynarken bahçesinde şişman ve küçük bir çocuğu fark eder. Çocuğa seslendiğinde çocuk kaçar. Şişman çocuk Seong-Joon (Yiğit) ile aynı sınıfta okuyacağını öğrenince kadar onun kendisinden küçük olduğunu düşünür. Seong-Joon(Yiğit), şişman ve arkadaşları tarafından dışlanan, hor görülen bir çocukluk geçirmektedir. Hye-Jin (Deniz), güzel ve kendine güvenen bir kızdır. Seong-Joon'a (Yiğit) bu durumdan kurtulması için kol kanat gerer ve onun koruyuculuğunu üstlenir. Zamanla ikilinin arasında bir çocukluk aşkı doğar. Hye-Jin (Deniz), Seong-Joon(Yiğit)'u sürekli korur. Onun ilk arkadaşı ve aynı zamanda ilk aşkı olmuştur. Seong-Joon (Yiğit) annesini yağmurlu bir günde trafik kazasında kaybettiği için yağmurlu günlerde panik atak geçirir. Bir gün Hye-jin, yağmur yağarken Seong-Joon (Yiğit) ile yağmur altında Seoung Joon'a sarılarak onun yaralı kalbini teselli etmeye çalışır. Birlikte acılarını, mutluluklarını paylaşırlar. Her şey iyi giderken Seong-Joon (Yiğit) babasının işi nedeniyle başka bir ülkeye gitmek zorunda kalır, gitmeden önce birlikte yaptıkları yap-bozun bir parçasını Hye-Jin(Deniz)'e verir ve

bir gün geri döneceğini söyler.

Yıllar geçer, Hye-Jin (Deniz)'in güzelliğinden eser kalmaz. Zaten babası çoktan iflas etmiş, yayınevlerinin yerine küçük bir matbaa dükkanı açmıştır. Hye-Jin(Deniz) ise ailesine destek olmak için yarı zamanlı bir işte çalışır ve çocukluk arkadaşı Ha-Ri(İrem) ile aynı evde yaşarlar. Hye-Jin (Deniz) ve Ha-Ri (İrem) arasında harika bir arkadaşlık ilişkisi vardır. ve bu dostluk uzun yıllar devam eder. Seong-Joon (Yiğit) ise çocukluğunun aksine oldukça yakışıklı ve sportmen bir görünüme sahip olurken kariyerinde de oldukça başarılı bir noktaya gelmiştir. Yıllar sonra Seong-Joon (Yiğit)'un Kore'ye dönmesi üzerine ikili bir buluşma ayarlar. Fakat Hye-Jin (Deniz), Seong-Joon(Yiğit)'un kendisini beğenmeyeceğini düşündüğü için arkadaşı Ha-Ri(İrem)'in kendi yerine geçerek Seong-Joon(Yiğit)'le buluşmasını ister.

Hye-Jin (Deniz)'in yakın arkadaşı Ha-ri (İrem), Hye-Jin (Deniz) adına Seong-Jun(Yiğit)'la tanışır ve Seong-Jun (Yiğit), Ha-ri (İrem)'nin Hye-Jin (Deniz) olduğuna inanır. Daha sonra kader onların yollarını aynı işyerinde kesiştirir. Uzun süredir iş bulamamış olan Hyejin(Deniz), bir dergide çalışma şansı elde eder. Hye-Jin (Deniz)'in patronu popülerliği azalmış olan dergiyi kurtarmak için özel olarak atanmış 'SeongJoon(Yiğit)'dur. 'Seong-Joon (Yiğit)' gerçek Hye-Jin (Deniz)'i tanımıyordur. Hye-Jin (Deniz) daha önce hiçbir dergi işinde çalışmadığı için sürekli hata yapar. Bu arada, dergide birlikte çalıştıkları 'Shin-Hyuk (Tuna)', 'Hye-Jin (Deniz)'in iyi ve güzel kalbini farkeder. Hye- Jin(Deniz)'e her zaman yardımcı olur ve Hye-Jin (Deniz)'i sevmeye başlar. Öbür taraftan Ha-Ri(İrem) de zor zamanlarında yanında olan "Seong-Joon (Yiğit)" u sever. Hikaye böyle başlar.

Bu iki dizi arasındaki en büyük fark ise dizi süresidir. Koredeki orijinal dizi saat 22: 00'de 1 saatlik bölümler halinde 16 kez yayınlandı, ancak Türk uyarlama dizi 2 saatlik bölümler halinde 26 kez yayınlandı. Temel hikaye çizgileri benzemektedir. Çocukken,

güzel bir kız olan kadın başrol oyuncusu, şişman ve duygusal sıkıntıları olan erkek başrol oyuncuya âşıktır. Yetişkin olduktan sonra kadının maddi durumu kötüleşmiş ve aynı zamanda güzelliğini kaybetmiştir. Kadının aksine erkek yakışıklı olmuştur. Bu defa kendine güvenini kaybeden kadın, bu erkekle karşılaşmaktan kaçınır. Erkeğin yanına güzel olan en yakın arkadaşını göndermesi iki dizinin de temel konusunu oluşturur. İki dizinin de başrol kadın oyuncularının dış görünüşü birbirine çok benzer. Türk dizisinde 1.bölümden 3. bölüme kadar olan kısımdaki diyaloglar ve sahnelerin yaklaşık %70'i Kore dizisine benzemektedir. Bu benzerliğe ilk bölümdeki, kadın başrolün en yakın arkadaşının doğum günü partisi olduğu sahne örnek verilebilir. Başka bir örnekte güzel ve şık arkadaşının doğum günü partisine gelen erkek misafirlerden birinin, kadın başrolün çirkin olduğunu belirttiği sahnedir.

Ancak dördüncü bölümden itibaren, nadiren benzer sahnelere yer verilmiş ve yedinci bölümden sonra ise tamamen farklı içerikler izleyiciye sunulmuştur. Oyuncuların dış görünüşleri orijinal dizi ile oldukça benzerdir ancak oyuncuların karakterleri birbirinden çok farklıdır. Örneğin, 1. bölümde barda yarı zamanlı çalışan bir kız olan başrol oyuncusuna, bir grup erkek müşteri "Senin gibi çirkin biri yerine güzel bir kadın eleman gönder" derler. Kore dizisinde, kız bunu nazikçe kabul eder ve gider. Fakat, Türk dizisindeki başrol kadın oyuncu bu müşterilerin yüzüne bira döker ve onlara bağırır.

Ayrıca, başrolün en yakın arkadaşı, erkek oyuncuya aşık olur ve başrol kadın oyuncunun, erkek oyuncunun ilk aşkı olduğu gerçeğini ondan gizler. Orijinalde Hye-Jin, çok sıkıntılı ve üzgün çünkü en yakın arkadaş olan Ha-ri ilk aşkını seviyor. Bu yüzden Hye-jin, Seong-Joon'a aşık olduğu halde onunla birlikte olamıyor. Öte yandan, Türkiye uyarlamasında İrem'in içinde, öfke ve kıskançlık duyguları açığa çıkıyor ve duygularını Deniz'e söylemeye cesaret ediyor. Orijinal versiyonunda Hye-Jin, Ha-Ri'ye kızmıyor. Ama Türk versiyonu olan "Seviyor Sevmiyor" dizisinde, başrol kadın oyuncusu bunu öğrenince en yakın arkadaşına çok kızar. Bundan sonra, İrem ve Deniz arasındaki ilişki o kadar

kötü hale gelir ki her karşılaştıklarında birbirlerine bağırıp hakaret ederler. Kore versiyonunda, kadın başrol sempatik ama özgüveni çok az ve konuşması gerektiği durumlarda kendini açıkça ifade edememektedir. Kendinden çok diğer insanları düşünen biridir. Ancak dizi ilerledikçe, hikaye çok değişir. Kore örneğinde, Ha-Ri en iyi arkadaşı Hye-Jin'in ilk aşkına aşık olduğu için kendini suçlu ve üzgün hisseder, ancak Türkiye versiyonunda İrem'in Deniz'e karşı hissettiği duygular kıskançlık, nefret ve ihanet dolu sahneler ortaya çıkarır.

Erkek asistanın rolü en başından farklıdır. Kore'de, Shin-Hyuk, Amerikan filmlerinde çizgi roman karakterlerine benzediği için abartlı şekilde komik bulunur. Ve uzun zamandır yabancı ülkelerde aktif olan ünlü bir yazardır. Öte yandan, Türk versiyonunda daha samimi bir karaktere sahiptir. Sevdiği kadına çok içten bir korumacılıkla yaklaşır. Kore'nin orijinal versiyonunda, Shin-Hyuk büyüttüğü bir köpeğe benzediğini söyleyerek Hye-Jin ile dalga geçmekle meşguldü. Elbette, Shin-Hyuk da Hye-Jin'e olan sevgisini hissediyor, ancak bundan daha fazla batmak üzere olan şirketi dramatik bir şekilde yeniden canlandırmanın anahtarı olan bir karakter. Öte yandan, Türk versiyonundaki Tuna karakteri, Deniz'e olan sevgisi ve desteğine odaklanılarak ifade edilmiştir.

Orijinal versiyon sadece ilişkilerle ilgilenmiyor. Yani ilişkilerin yanında bireyin kendini gerçekleştirmesi de ön plana koyuluyor, dört ana karakter de kendi hayalleri ve hedefleri için çabalıyor. Dizinin mekan olarak çoğunlukla şirkette geçmesi iş dünyasının etkilerinin de dizide bolca görülmesine sebep oluyor. Kore'de işsizlik sorunu olduğu için kahraman sadece büyük bir şirkette işe girip para kazanmak istiyor. Çok sayıda büyük firmaya başvuruda bulunuyor ve sonunda bir şirket tarafından kabul ediliyor. Fakat işe kabul edilmesi onu düşündüğü kadar mutlu etmiyor, çocukluğundan beri hayalini kurduğu peri masalı yazarı olma fikri ağır basıyor ve binbir çabayla girdiği şirketten istifa ediyor. Bu süreç sadece Hye-Jin ve Seongjoon'da değil aynı zamanda Shin-Hyuk ve Ha-Ri için de geçerlidir. Öte yandan, Türk versiyonda, bireylerin iş dünyasındaki hayallerini

gerçekleştirmek yerine duygusal ilişkilere daha çok odaklanıldığı görülüyor. Bu durum doğal olarak orijinali ile Türk versiyonu arasındaki farkı net bir şekilde ortaya koyuyor. Aynı yapımın iki ülkede aynı tema ama farklı olay örgüsünde gitmesinin sebebi genel olarak kültür farklılığının sebebidir. Bu konuyla ilgili çok az çalışma bulunmaktadır. Bu araştırmada da bu eksiklik giderilmeye çalışılmıştır.[26]

4.3. Dizilerin Karşılaştırması ve Analiz

"She was pretty" ve "Seviyor Sevmiyor", Geleneksel aile odakları, Konfüçyusizm, ataerkillik, arada kalmışlık gibi Türklerin ve Korelilerin arasındaki benzer duygusal ve geleneksel unsurların çoğunu paylaşıyor.

Örneğin, hem orijinal versiyon hem de Türk versiyonu, benzer karakter ayarlarına sahiptir. Erkek kahraman Ji Sung-joon, Amerika Birleşik Devletleri'ne göç etmiş, ancak güçlü bir egoist eğilime sahip ve dağınık bir ailede annesiz büyümüştür. Hem yeteneğin hem de görünüşün mükemmel biçimde birleştiği bir karaktermiş gibi görünmesine rağmen, dizide çok yalnız ve mutsuz bir karakter olarak sergilenir. Kim Hye-Jin'in yakın bir arkadaşı olan Ha-Ri de de güçlü bir egoist eğilim, batılılaşmış bir yaşam ve moda sevgisi gösterilir. Büyük, zengin bir evde güç ve fiziksel görünüm eksikliği olmayan, ancak yalnızca görünümünden dolayı yaklaşanların, üvey anne ve kendisiyle ilgilenmeyen bir babanın varolduğu yalnız ve sevgiye muhtaç, mutsuz bir karakter olarak görülür.

Öte yandan, Hye-Jin, yetersiz ve çirkindir, ancak geleneksel bir evde yetişmiştir. Buna ek olarak işleri batsa dahi ailesini geçindirmeye çalışan özverili bir anne babaya

[26] Türk televizyonlarındaki adaptasyon Kore dizileri ve kültürel yakınlık: 'Güneşi Beklerken' dizisinin analizi Murat TUTUCU, 2015.
Fandom: Güney Kore hayranlığı ve bir kültür taşıyıcısı olarak Güney Kore dizileri. Elif TAŞDEMİR, 2018.

sahip, güçlü aile bağları olan bir ortamda büyümüştür. Ailenin ekonomik üstünlüğü olmamasına ve kadın kahramanın onlara hiçbir yararı olmamasına rağmen, hem sevgi dolu ailesi tarafından hem de iş arkadaşları ve komşuları tarafından çok sevilen mutlu bir karakterdir.

Böylelikle hem orijinal dizi hem de Türk versiyon dizide geleneksel değerlerini ortaya çıkaran bir karakter olan Hye-Jin karakteri, yetenek, zenginlik ve görünüş açısından çok eksik ama aile sıcaklığına sahiptir. Bunun yanında bencillikten uzak başkalarına daha fazla önem veren kolektif bir eğilime sahip ve çevresindeki insanlar tarafından sevilen iyi, mutlu ve parlak bir kişiliktir. Öte yandan, batılılaştırılmış özelliklere sahip olan Seong-Joon ve Ha-Ri, tüm yetenek, güç ve görünüm koşullarına sahiplerdir, ancak ev ortamlarında sorunlar vardır. Sung-Joon'un annesi erken ölmüştür. Ha-Ri ise üvey annesiyle iyi anlaşamamaktadır. Bu iki karakter için tüm dış koşullar güçlüdür, ancak içsel boyutta her ikisi de yalnız ve mutsuz karakterler olarak tasvir edilmişlerdir.

Batılılaşmış bireyci karakterin mutsuzluğu ve geleneksel aile unsurlarıyla büyümüş karakterin mutluluğu gibi temel karakter özelikleri, orijinal versiyon ve Türk versiyonunda benzer duygusal etkiler olarak paylaşılabilecek bir noktadır. Ama Kore dizilerinde, oryantal kökeni kendisine ait şekilde kurgu geliştirme süreci ve bitiş kısımları ise Batı anlayışına dayanan hikayelerle sürdürülmektedir. Böylece, karakter özeliklerinin yanı sıra, hikaye geliştirme süreci ve bitişi orijinal Kore dizilerinde Türk uyarlama dizilerinden farklı bir ilerleme gösteriyor. Örneğin, dizide gösterilen ahlaki kavramlarda bir fark vardır. Erkek kahramanın annesinin bir kazada öldükten sonra, erkek kahraman babasıyla birlikte Amerika Birleşik Devletleri'ne gider. Kore versiyonunda Seong-Joon, Ha-Ri ile tanışmasından sonra babasının yeniden evlendiğini söylerken, Türk uyarlamasında babasının hala yalnız olduğunu söyler.

Ayrıca, Kore'de yayınlanan orijinal dizide hikaye başından sonuna kadar kadın

başrole odaklıdır. Kadın karakterlerin değişmesi ve gelişmesiyle ilerler. Öte yandan, Türk versiyonunda ise hikaye, erkek karakterin durumuna göre ilerler. Erkek karakterin duygusal değişimlerinden, karşılaştığı zorluklardan ve bu zorluklarla kadın karakter olan Deniz'in desteği sayesinde başa çıkabildiğinden bahsedilir.

Bunun yanısıra, sonunda çıkarılan anlamlar da farklıdır. Orijinal versiyonda karakterler, bireysel yaşamın anlamını arar ve gerçek kişiliklerini yansıtan mükemmel bir hayat sürdürür.

> İlk bölüm, " kadın kahramanlar aperitifler içerisinde patlamış mısır gibi kenara atılırlar nedime gibi olan birileri, ana karaktermişçesine başka birilerinin figüranlıklarını yaparak yaşar muhtemelen ben arkadaş olarak 3 numaralı yedek rolündeyim hayır yedek için bile uygun olmayan belki de hiçbir varlığı olmayan ekstra biriyimdir. Hayat bir film değil, bende bir kahraman değilim. Ben spot ışıklarının altında olmayı haketmeyen, gereksiz, varlığı ile yokluğu belli olmayan bir figüranım sadece" diye Hye-Jin'in monologuyla başlıyor.

Son bölümlerde, kendi değerlerini ve yeteneklerini tanıyan kadın kahraman, "Hayalleri severim ve yeteneklerime değer veririm" diyerek bitiriyor. Büyük bir şirket işini bırakıp, erkek kahraman ile evlenmeyi bile erteleyip hayallerinin peşinden giderek bir masal yazarı oluyor.

Kore versiyonunda, en sonunda kadın kahraman ve erkek kahraman evlenir ve bir bebekleri olur, çocuk annesi gibi çirkin görünür. Son sahnede, baba çocuğun sırt çantasını alır. Ancak Türk versiyonunda ise, çiftin ikiz bebekleri olur. Son sahnede, Yiğit ikizler ve Deniz'e gülümser, Deniz de ona gülümser ve çocuklara bakmak için eve girer. Yiğit ise işe gider.

Bu iki sona bakarak Kore dizilerinin mutlu sonlarının ve Türk dizilerinin mutlu sonlarının farklı olduğu görülebilmektedir. Elbette ikisinde de bir aile oluşumu mevcuttur.

Kore dizisinde mutlu son, bireyin kendini gerçekleştirmiş olması üzerineyken Türk dizisinde, mutlu son, ilişkinin tamamlanması üzerinedir.

Türk versiyonunun finalinde, Yiğit ona engel olan hastalığı Deniz'in sayesinde atlatarak bir aile kuruyor ve ikiz çocukları olur. Bununla birlikte ailenin tamamlaması gözler önüne serilir. Fakat Kore versiyonu finalinde Hye-Jin ve Seong-Joon evliliği ikinci plana atarak hayallerini gerçekleştirir. Hikayede ön planda olan şey onların bu süreçte birbirlerine karşı duydukları sadakat ve sevgilerinin hiç eksilmeden artmasıdır. Bu durum, ikinci başrol oyuncularında da aynı şekilde görülebilir. Orijinal durumda, Ha-Ri çalışmaya başlar, böylece hayalini yalnızca kendi gücüyle, zengin babasının yardımı olmadan başarabilir. Shin-Hyuk da yine aynı şekilde bir çok yer gezer. En sonunda sevdiği işi yapmak için şirkette geri döner. Orijinal versiyonda bir ilişkinin tamamlanması yerine bireysel olarak insanların hayallerine ulaşması ön plana çıkar. Ancak, Türk versiyonda İrem, Deniz ile olan arkadaşlığını yeniden kazanır. Tuna da Yiğit'in kız kardeşi ile evlenir. Böylece, Türkiye uyarlama dizisindeki finalde duygusal ilişkilerin yoluna girdiği görülmektedir. Yardımcı aktörler de bir aile oluştururlar. Bu tür yardımcı roller, kişisel hayallerinden ziyade kahramanın mutluluğunu arttırmaya çalışır.

BÖLÜM 5. KORE DİZİLERİNİN GENÇ İZLEYİCİLERI ÜZERINE NICEL BIR ALIMLAMA ARAŞTIRMASI

5.1. Nicel Araştırmanın Metodolojisi

Hallyu başlayalı 20 yıl olmuştur.1997 yılında Kore dizilerinin ilk olarak Çin'de başarılı bir şekilde yayılma göstermesiyle Hallyu akımı başlamıştır. Hallyu 2000li yılların başında Kore dizileri ile çeşitlenmiş ve gelişmiştir. Bugünün Hallyu'su içeriğin ötesinde çeşitli dalgalanma etkilerine sahiptir. K-pop ve dizi gibi Hallyu içeriklerin, büyük ilgi görmesiyle türeyen Hallyu sayesinde Kore güzellik, moda, yemek, turizm gibi çeşitli alanlarla birlikte deniz aşırı tüketiciler tarafından da oldukça ilgi görmektedir. Hallyu içeriklerine olan ilgiden dolayı Kore marka ürünlerin popülaritesi artmış ve Kore'nin kültürü sanayi ile birleştirilerek Hallyu ürünlerinin satışı yükselmiş, katma değer yaratılmıştır.

Ek olarak Hallyu, sadece Kore'nin ulusal marka imajının yükselişinde katkıda bulunmamakta, aynı zamanda Kore'ye birçok ekonomik fayda da getirmektedir. Örneğin, Asya Kültür Endüstri Politikası Araştırmaları Enstitüsü tarafından yapılan çalışmaya göre, 2005 yılında Hallyu'nun ekonomiye katkısının 4.5 trilyon dolara ulaştığı ortaya çıkmıştır. Bu günlerde de Hallyu'nun toplam ihracat tutarının 2017 yılında 82.1 trilyon dolar olduğu görülmüş, ekonomiye katkısının yaklaşık 10 yıl içinde önemli ölçüde arttığı ortaya çıkmıştır. Ulusal marka imajının oluşması ve değişmesi, ulusal marka değerini ülkeler arasındaki rekabet edilebilirlik bakış açısıyla arttırmak amacıyla kümülatif olarak ilerletirken, Kore Dalgası, Kore ulusal marka imajını kısa sürede değiştiren başarılı bir durum olmuştur.

Bu anket Türkiye'de "She Was Pretty" dizisinin orijinal Kore versiyonu ile uyarlama versiyonu sayesinde ülkelerin gözünde Kore'nin ulusal marka imajının artması ve

ülkeler arası alış-verişin gelişmesinin anlaşılabilmesi ve analiz edilmesi için yapılmıştır. . Kore dizileri ile uyarlama diziler karşılaştırıldığında görülen ulusal ülke imajı hakkındaki algı, ulusal Kore marka imajı ile Kore şirketlerine karşı algı ve ürünlere olan algının etkilenmesindeki ilişkisinin anlaşılması için çok önemli bir unsurdur. Hallyu'nun, kültürel bir olgu olarak Kore marka ivmesini güçlendirmesi ve Kore ürünlerinin daha çok tercih edilmesi ve satın alınmasını dolaylı veya doğrudan etkileyip etkilemediği hakkında araştırma yapılmıştır. Ancak Çin, Japonya gibi Asya ülkeleri tarafından yapılmış anketlerden farklı olarak bu anketin Asya sınırlarını aşarak farklı bir ülkede yapılmış olması bu anketi daha anlamlı kılmaktadır.

2007 ile 2008 yıllarında da Kore'nin kültür ürünleri, özellikle dizilerin yurt dışı satış durumuna bakılacak olursa, "Dae Jang Geum" gibi Hallyu dizileri Orta Asya(Suudi Arabistan, İran vb.) bölgeleri ve CIS(Commonwealth of Independent States) gibi bölgelerde yayınlanmaktadır. Bölgelerde Hallyu'nun nasıl bir oluşum gösterdiğini medya sayesinde kontrol etmek mümkündür. Ancak günümüzde araştırmaların büyük çoğunluğu Uzak Doğu Asya merkezli olup Kore'ye yakın bölgelere odaklanılarak yapılmaktadır.

Çeşitli bölgelerde oluşum gösteren Hallyu'nun, Kore'nin ulusal marka imajında nasıl bir etkileşim gösterdiği, Kore ürünlerinin alış-verişine nasıl bir etki yaptığı konusunda yapılan araştırmaların kapsamı ve sonuçları çok sınırlıdır. Özellikle Türkiye'de Hallyu dizilerin popüler olması, 2005 yılından bu yana yaklaşık 15 seneyi bulmuştur. Hallyu dizilerin popülaritesinin yükselmesiyle yaklaşık 20 Kore dizisinden uyarlanan dizilerin yayıldığı halde Türkiye'de Hallyu dizi ve uyarlama dizilerin etkisiyle Hallyu'nun nasıl bir etki gösterdiğini ortaya koyan araştırmalar oldukça yetersizdir. Ulusal marka imajının oluşumunu etkileyen dizi türlerini ayırmak ve aralarındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak önemlidir. Ulusal marka imajında yönetim stratejisinin ulusal boyutta oluşturulmasında ve kolaylaştırılmasında yardımcı olması beklenmektedir. Bu nedenle bu an-

ket, ulusal marka imajının sadece ürün özellikleri hakkında inanç ve tutumlarla parametrelerin rol oynadığını değil aynı zamanda satın alma niyetinden etkilendiği bulgularına dayanmaktadır(Obermiller& Spangenberg, 1989). Bu anketin amacı, Hallyu dizilerinin ulusal marka imajı algısı üzerindeki etkisini ve ulusal marka imajının kurumsal ve ürün algısı üzerindeki etkisini araştırmaktır.

Anketin Amacı

Yukarıda dikkatle araştırıldığı gibi, Türkiye'de Kore popüler kültürüne olan ilgiden kaynaklanan Kore ürünlerini satın alma, Kore'yi ziyaret etme, Kore yemeklerini yeme, Korece'yi öğrenme gibi Kore kültürünü deneyimleyen Hallyu fanlarının(takipçilerinin) sayısı artış göstermiştir. Bu çalışmada orijinal Kore dizisi ile uyarlama Türk dizisinin alımlanması, izleyicilerce algılanan Kore imajı Kore markalarının tercih derecesi ve Kore ürünlerinin satın alınması, Kore'ye yapılan ziyaret, Kore kültürünün deneyimlenmesi gibi etkileri araştırılmıştır.

Nicel izleyici araştırması ile şu konularda bulgulara ulaşılmaya çalışılmıştır: İlk olarak Orijinal Kore dizisi "She Was Pretty" ile uyarlama Türk dizisi "Seviyor Sevmiyor"un izlenmesi ile görülen Hallyu tercih derecesi ve Kore ile ilgili algı değişimi. İkinci olarak Orijinal Kore dizisi "She Was Pretty" ile uyarlama Türk dizisi "Seviyor Sevmiyor"un izlenmesi ile görülen Hallyu ülke trendlerinin(ulusal marka imajının) tercih derecesi, Kore mallarının satın alınmasındaki etkisi. Üçüncü olarak Orijinal Kore dizisi "She Was Pretty" ile uyarlama Türk dizisi "Seviyor Sevmiyor"un izlenmesi ile görülen Hallyu ülke trendlerinin tercih derecesi, Kore'ye yapılan ziyaretlerin amacına etkis. Dördüncü olarak,Orijinal Kore dizisi "She Was Pretty" ile uyarlama Türk dizisi "Seviyor Sevmiyor"un izlenmesi ile görülen ülke trendlerinin(ulusal marka imajının) tercih derecesi, Kore yemeklerinin satın alınması ve Korece öğrenme isteğinin hızla yayılmasına

etkisi.

Anket Tasarısı

Araştırma kapsamında yapılan anket, orijinal Kore dizisi “She Was Pretty” ile Türk uyarlaması “Seviyor Sevmiyor”un izlenmesi ileHallyu içeriklerine (Kore malları, Kore ziyaretleri ve Korece öğrenme amacı) yönelim arasındaki ilişki ortaya çıkarmak amacıyla tasarlanmıştır.

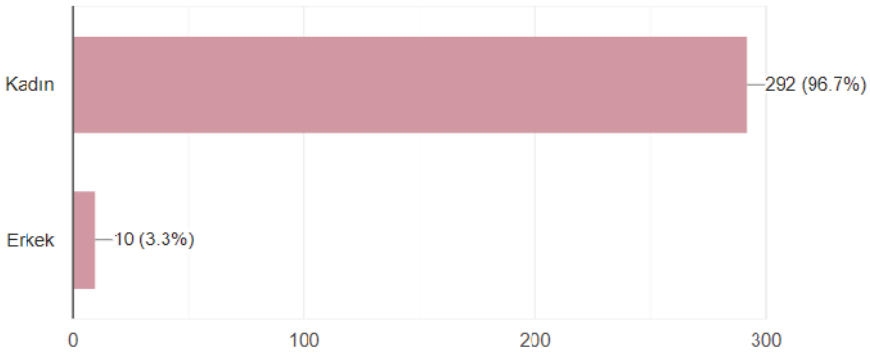
Örneklem ve Uygulama

Araştırma, Türkiye’de 12-39 yaş aralığındaki genel dizi seyircilerinden basit gelişigüzel örneklem metodu kullanılarak toplam 300 kişi üzerinde “Google Anket Programı” kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Ankette değerlendirilmek üzere “She Was Pretty”, “Seviyor Sevmiyor” dizileri seçilmiştir. Araştırma 17.04.2019 - 01.05.2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

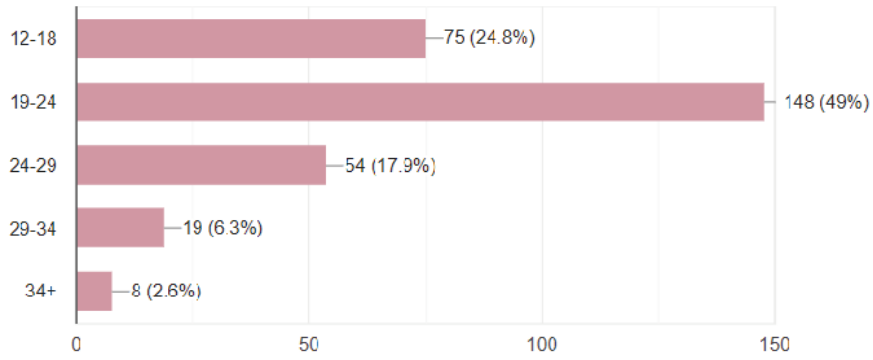
Ölçme yöntemi olarak kendi kendine doldurma anketi kullanılmıştır. Bu çalışma, Kore dizileri izleyenlerin tepkilerini ve dizilerin Türk genç izleyici kitlesi üzerine etkisini inceleyen bir çalışmadır. Karşılaştırma amacıyla seçilen diziler “She was pretty” ve “Seviyor sevmiyor”, bu dizilerin popülerliği ve Hallyu etkisi analiz edilecektir.

5.2. İzleyicilerin Genel Görünümü ve Kore Dizisi İzleme Durumları

Grafik 14. Anket sonucu 5.2-1 Cinsiyet

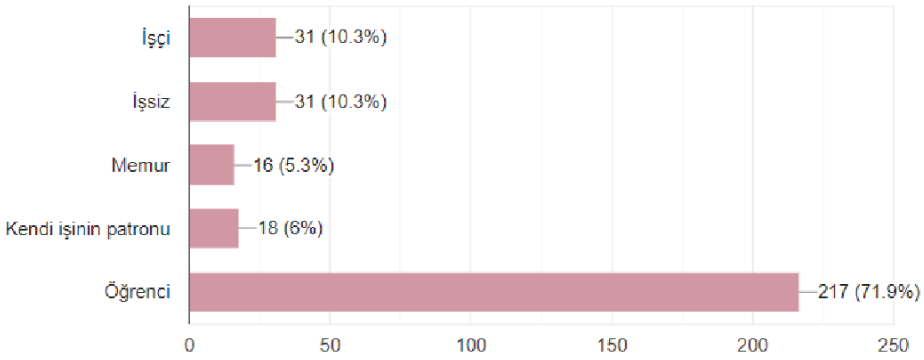


Grafik 15. Anket sonucu 5.2-2 Yaş



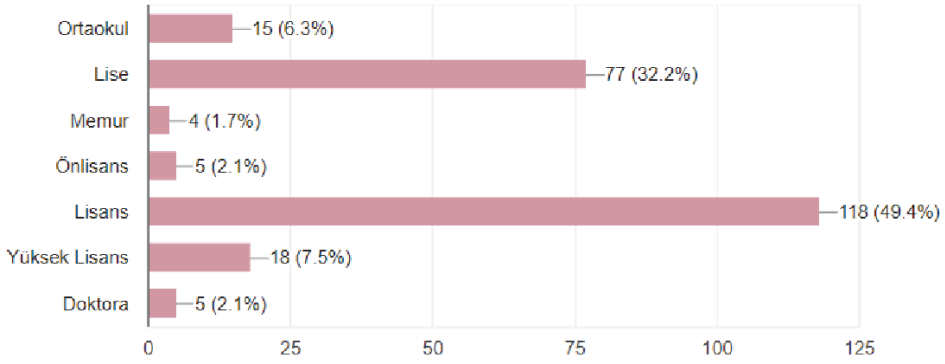
Analiz edilen 302 türk gencinden cinsiyeti kadın olanların oranı %96,7(292kişi) erkeklerin oranı ise %3,3(10kişi) tür, ve analiz edilen 302 kişiden en çok katılım gösteren yaş grubu %49(148 kişi) oranla 19-24 yaş arasıdır, daha sonra %24,8(75 kişi) oranla 12-18 yaş grubu gelmektedir.

Grafik 16. Anket sonucu 5.2-3 Meslek



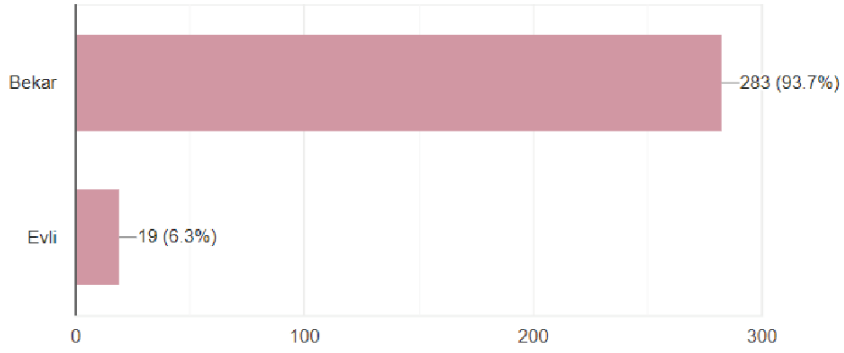
Grafik17. Anket sonucu 5.2-4

Öğrenci şıkkını işaretleyen kişilerin öğrenim durumlarını belirtmeleri rica olunur.

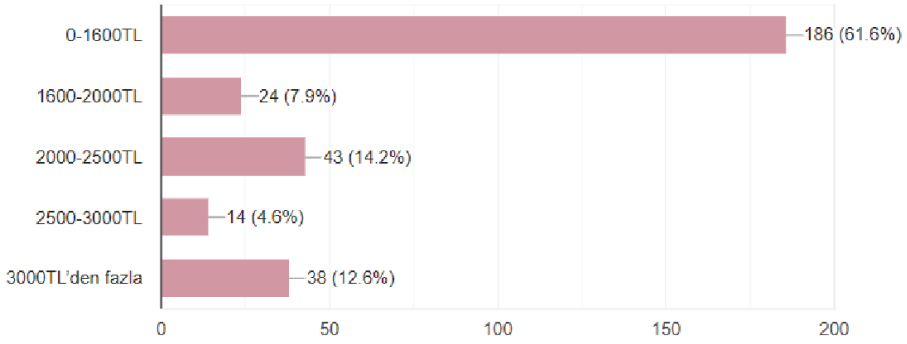


Ankete katılan meslek gruplarına baktığımızda, öğrenciler % 71.9' (217 kişi)luk oran ile en fazla grubu oluşturmaktadır. Katılımcılardan üniversite okuyan öğrencilerin oranı % 49.6 (118 kişi) ve lise öğrencilerinin oranı ise % 31.9'u (76 kişi) dur, ve eğitim seviyesi lise düzeyinden üstte olan(Önlisans & Lisans & Yüksek Lisans & Doktora) katılımcıları en çok 42 kişiyle Eğitim Fakültesi barındırmaktadır. Edebiyat Fakültesinden 25, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinden 25 ve Sağlık Bilimleri Fakültesinden de 20 kişi katılım sağlamıştır.

Grafik 18. Anket sonucu 5.2-5 Medeni Durumu



Grafik 19. Anket sonucu 5.2-6 Aylık Gelir



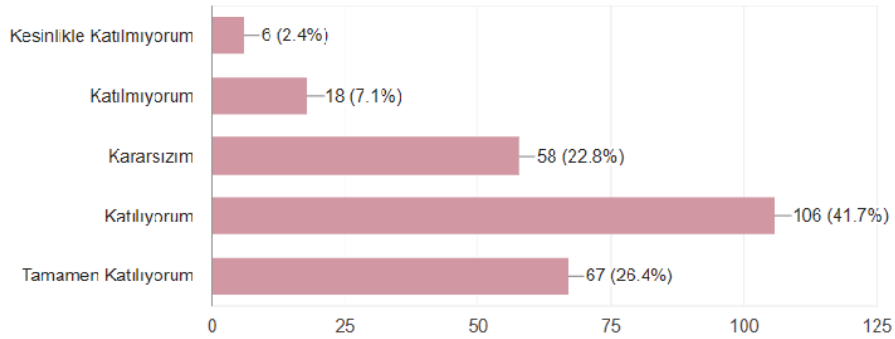
Medeni durum açısından ise %93,7 (282 kişi)bekar % 6,3(19 kişi) evli kişiler katılmıştır. Aylık gelirde, ankette katılanlar öğrenci olduğu için kişiler çoğunlukla 0-1600TL (% 61,8, 186) arasında bir gelire sahiptir, bunu 2000-2500TL (% 14,3) 43 kişi ile ve 3000TL'den fazla gelire sahip (% 12,3) 37 kişi takip etmektedir.

Alışverişlerinde ürünlerin Kore markası olmasına dikkat edip etmedikleri sorusunda ankete katılan 300 kişiden yaklaşık % 37,4(113kişi)'ü soruyu “Evet” şeklinde cevaplamıştır, ve % 63,2(191kişi)'si “Hayır” cevabını vermiştir. Tanıdıkları bir Koreli ünlü olup olmadığı hakkındaki soruya ankete katılanların çoğu % 93(281kişi) ünlü Korelileri tanıdıkları cevabını vermiştir ve % 7'(21kişi)si ise hiç Koreli ünlü tanımadığını belirtmiştir. Ayrıca, orijinal dizinin ve uyarlama dizinin izlenmesi sayesinde Hallyu etkisi analizi yapmak için seçilen “She was Pretty”i izleyen katılımcı sayısı yaklaşık 250 kişi(hata aralığı dahil) dir. Uyarlama dizi olan “Seviyor sevmiyor”u izleyen katılımcı sayısı ise yaklaşık 220 kişi(hata aralığı dahil) dir.

5.3. “She was Pretty” Dizisinin Orijinalinin İzlenmesi Sayesinde Kore Dizilerinin Tercih Derecesi ve Hallyu Algısı

Grafik 20. Anket sonucu 5.3-1

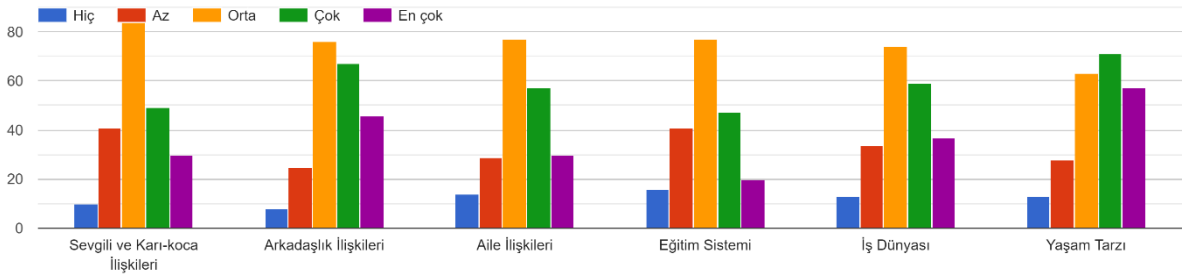
Dizinin orijinalini izlemeniz Kore hakkında iyi bir izlenim kazanmanıza yardımcı oldu mu/izlenim kazandınız mı?



Orijinal kore dizisi “She was Pretty” sayesinde Kore hakkında iyi bir izlenim elde edip etmedikleri sorusuna yaklaşık %68,4(173kişi) oranında kişi dizinin Kore ile ilgili pozitif bir farkındalığa sahip olmasına yardımcı olduğunu ifade etmiştir. %22.5(57 kişi)’lik bir kısım bu soruya olumsuz cevap vermiştir. Kararsızım cevabını verenlerin oranı ise % 9,5(24 kişi)dir.

Grafik 21. Anket sonucu 5.3-2

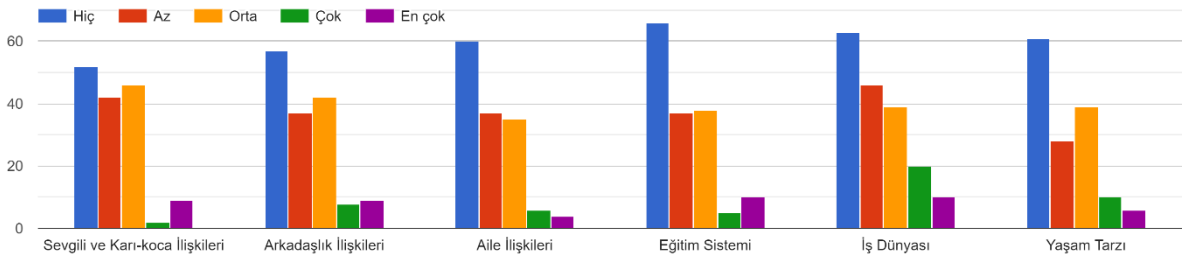
Orijinalini izlediğiniz dizide en çok dikkatinizi çeken/hoşunuza giden kültürel yaşam unsurları nelerdir? Aşağıdaki derecelendirmeye göre işaretleyiniz.



Orjinalini izlediğiniz dizide dikkatinizi çeken/hoşunuza giden kültürel yaşam unsurları arasında en çok seçilen 3 taneden birincisi yaşam tarzı (129kişi), ikinci arkadaşlık ilişkileri(114 kişi), üçüncüsü ise iş dünyası(97 kişi)dır. Öte yandan orjinalini izlediğiniz dizide en sevmediğiniz kültürel yaşam unsurları arasında en düşük seçime sahip 3 tanesi yine, ilk olarak; iş dünyası (30 kişi), ikinci, arkadaşılık ilişkileri (17 kişi), üçüncüsü, yaşam tarzı(16 kişi) seçilmiştir.

Grafik 22. Anket sonucu 5.3-3

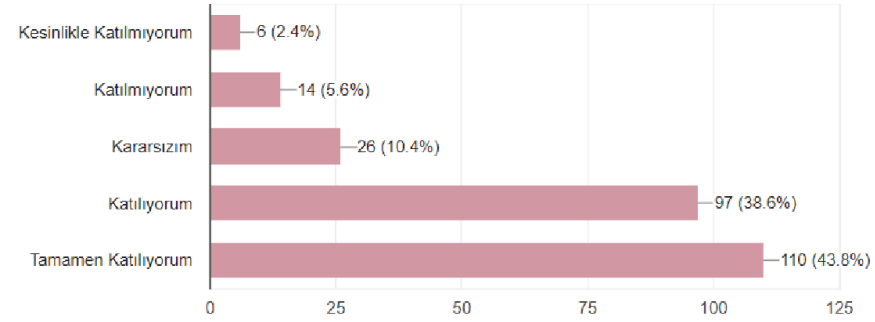
Orijinalini izlediğiniz dizide en sevmediğiniz kültürel yaşam unsurları nelerdir?



Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore dizilerine ilginin artıp atmaması konusunda %82,4(207 kişi) oranında insan olumlu cevap vermiştir. Orijinal diziyi izledikten sonra, dizide oynayan oyuncuları araştırdınız mı? ya da yazar veya oyuncunun yer aldığı başka dizi yapımlarını izlediğiniz oldu mu? sorularına da yüksek bir oranın (%80,4, 201kişi) olumlu yönde cevap verdiği görülmüştür.

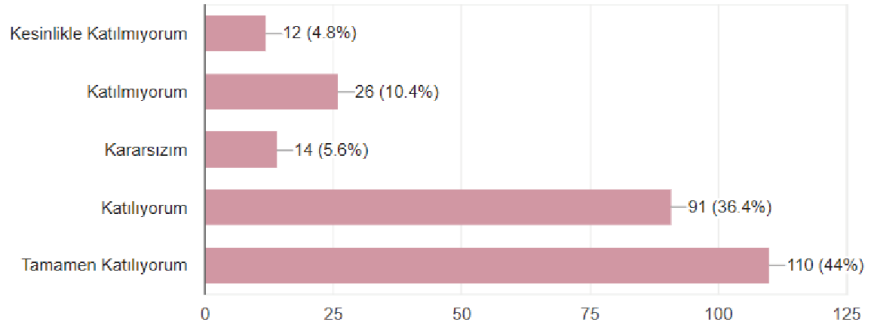
Grafik 23. Anket sonucu 5.3-4

Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore dizilerine ilginiz arttı mı?



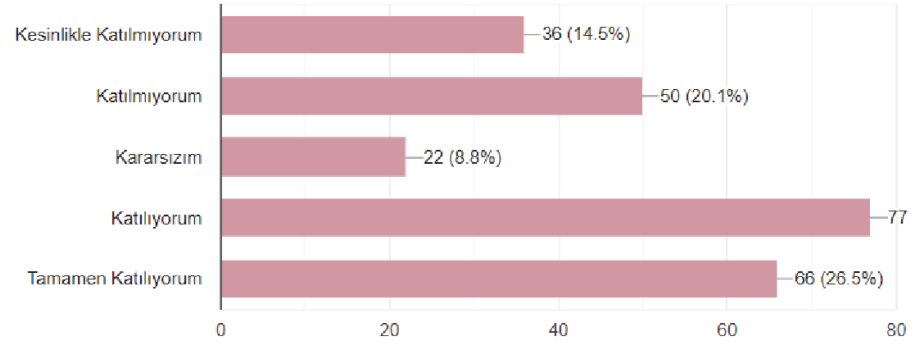
Grafik 24. Anket sonucu 5.3-5

Orijinal diziyi izledikten sonra, dizide oynayan oyuncuları araştırdığınız ya da yazar veya oyuncunun yer aldığı başka dizi yapımlarını izlediğiniz oldu mu?



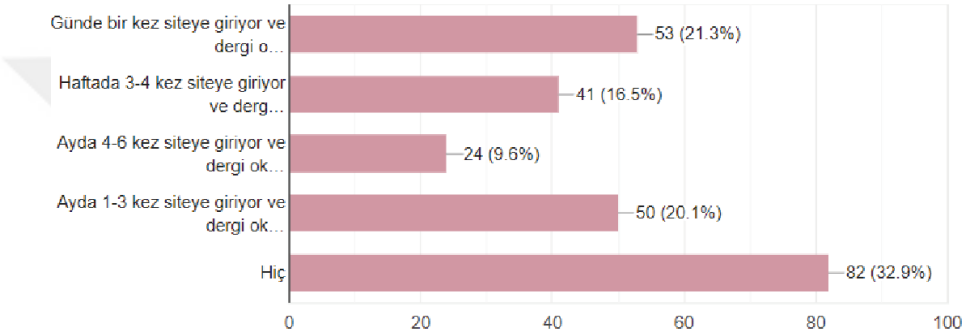
Grafik 25. Anket sonucu 5.3-6

Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore fan sayfalarına girdiğiniz oldu mu?



Grafik 26. Anket sonucu 5.3-7

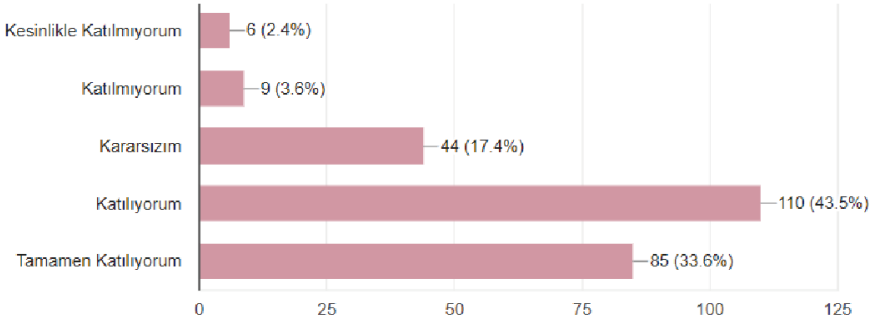
Dizinin orijinalini izledikten sonra fan sayfalarını takip ediyor ya da Kore dergilerini okuyor musunuz?



Ayrıca dizinin orijinalini izledikten sonra Kore fan sayfalarına girip girmedikleri sorusuna %57,4(143 kişi)oranında olumlu cevaplar verildiği tespit edilmiştir. Dizinin orijinalini izledikten sonra fan sayfalarını takip etmeye başlayan ya da Kore dergilerini okumaya başlayan kişilerin oranı %37,8(92 kişi) haftada 3-5kere, %29.7(74 kişi) ayda 1-3kere, %32.9(82 kişi) hiç olarak görüşmüştür.

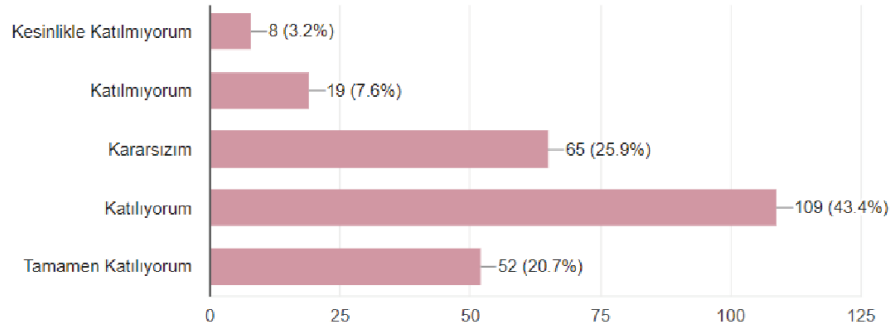
Grafik 27. Anket sonucu 5.3-8

Orijinal dizi sayesinde Türklerin Kore'ye sempati duyduğunu düşünüyor musunuz?



Grafik 28. Anket sonucu 5.3-9

Orijinal dizi sayesinde Türklerin Korelilere yaklaşımında bir fark olduğunu düşünüyor musunuz?

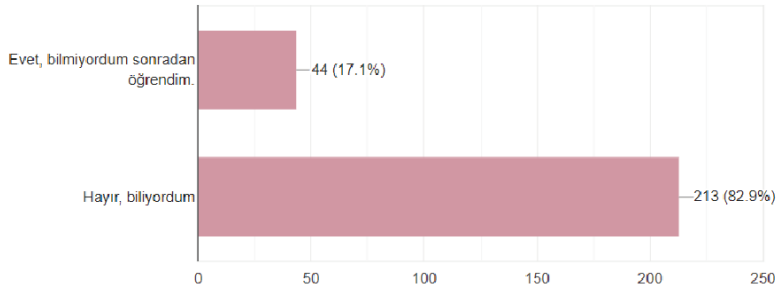


Orijinal dizi sayesinde %77.1(195kişi) oranında kişi Kore'ye sempati duymaya başladığını belirtmiştir ve yine orijinal dizi sayesinde %64.1(161 kişi) oranında kişi Korelilere yaklaşımlarında bir fark olduğunu ifade etmiştir

"She Was Pretty" Dizisini İzledikten Sonra Kore Ürünlerinin Satın Alınma Amacı

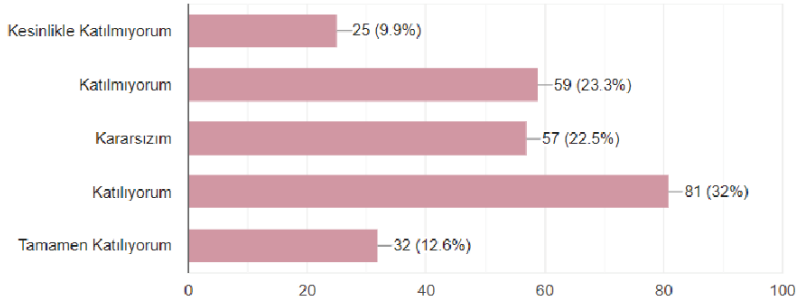
Grafik 29. Anket sonucu 5.3-10

Samsung, Hyundai, Kia, Lg vb. markaların Kore şirketi olduğunu Dizinin orjinalini izledikten sonra öğrendim.



Grafik 30. Anket sonucu 5.3-11

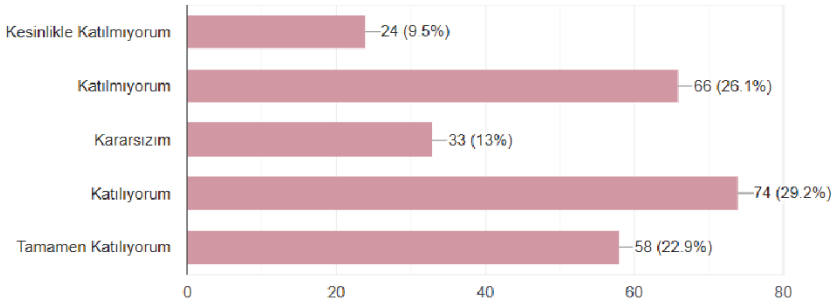
Dizinin orjinalini izledikten sonra Kore ürünlerine olan algınız değişti mi?



"She Was Pretty" dizisini izledikten sonra katılımcıların %17,1(44 kişi)'i Samsung, Hyundai, Kia, Lg vb. şirketlerin Kore markası olduğunu öğrenmiştir. Dizinin orjinalini izledikten sonra Kore ürünlerine olan algınız değişti mi? sorusuna %44,6(113 kişi) oranında olumlu dönüş alınmıştır, ve %33,2(84 kişi) oranında olumsuz dönüt görülmüştür. Katılımcıların %22.5(57 kişi)'si ise kararsız olarak cevap vermiştir

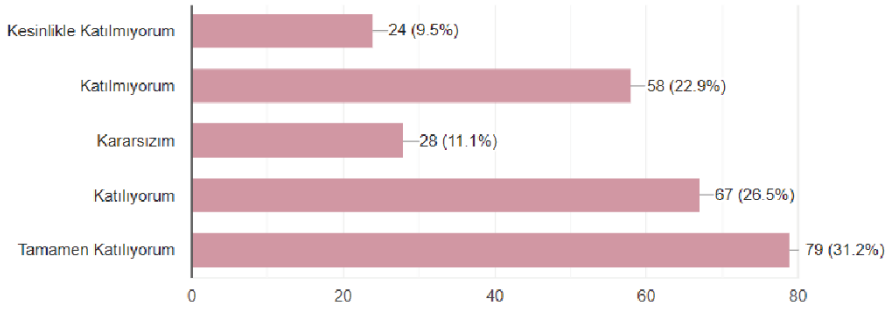
Grafik 31. Anket sonucu 5.3-12

Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore ürünlerini araştırdınız mı? (Makyaj ürünleri, kıyafet, telefon, bilgisayar vb.)



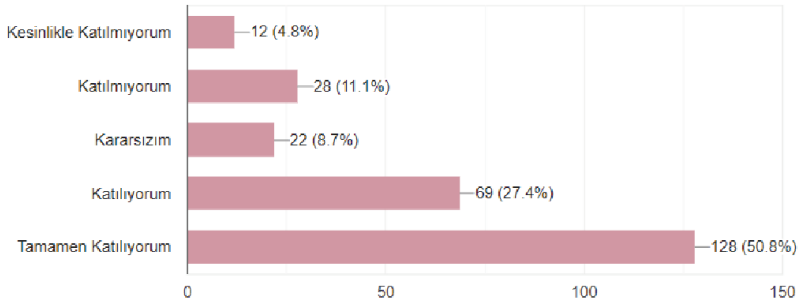
Grafik 32. Anket sonucu 5.3-13

Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore kıyafetlerini satın almak istedim.

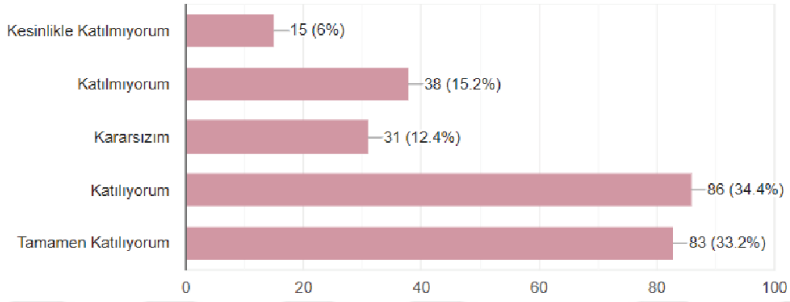


Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore ürünlerini araştırmaya başlayanların oranı %52(132 kişi)'i göstermiştir. Herhangi bir araştırma yapmadığını belirtenler %35,6(90 kişi)'lik bir dilimi oluştururken, kararsız olduğunu ifade edenler %13(33 kişi)'lük kısmı oluşturmaktadır. Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore makyaj ürünlerini satın almak isteyenlerin oranı %50,8(12 8kişi), Kore teknolojik aletleri satın almak isteyenlerin oranı %39.8(100 kişi), Kore kıyafetlerini satın almak isteyenlerin oranı ise %57.7(146 kişi)olarak en yüksek orana sahiptir.

Grafik 33. Anket sonucu 5.3-14
Dizinin orijinalini izledikten sonra
turist olarak Kore’ye gitmek istedim.

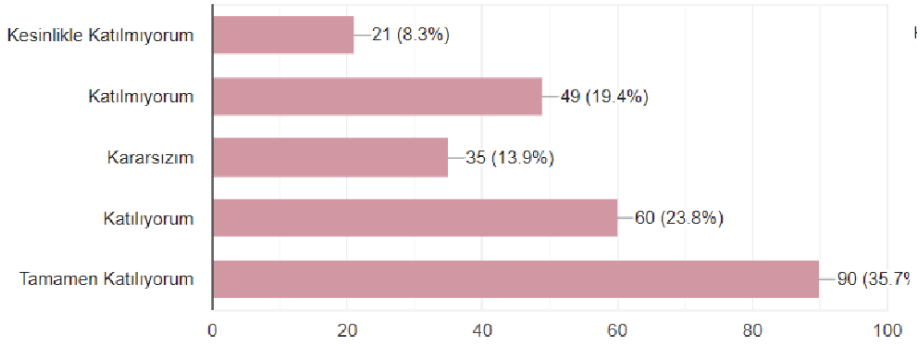


Grafik 34. Anket sonucu 5.3-15
Orijinal diziyi izledikten sonra
Kore’yi ziyaret ettim / ziyaret etmeyi planlıyorum.



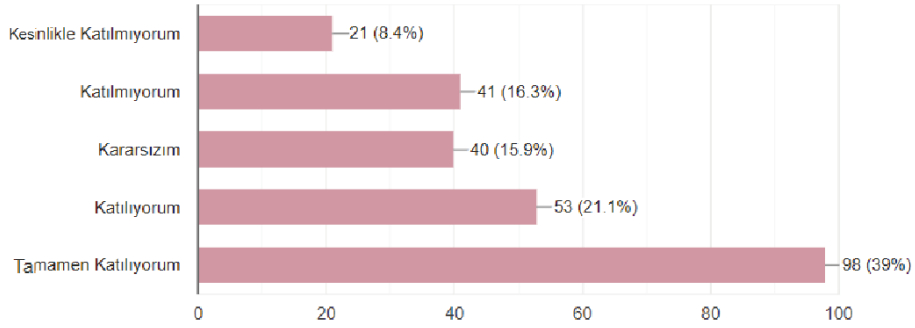
Dizinin orijinalini izledikten sonra turist olarak Kore’ye gitmek isteyip istemedikleri sorulduğunda %78,2(197 kişi) oranında olumlu dönüşler gelmiştir, ve Kore’yi ziyaret ettim / ziyaret etmeyi planlıyorum düşüncesinde olanlar ise %67,6(169 kişi)’lik bir kısmı oluşturmuştur.

Grafik 35. Anket sonucu 5.3-16
Dizinin orijinalini izledikten sonra
Kore’de okumak istedim.



Grafik 36. Anket sonucu 5.3-17

Dizinin orijinalini izledikten sonra
Kore'de yaşamak istedim

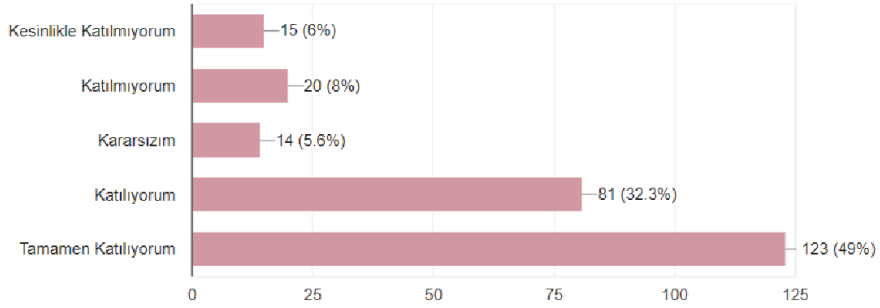


Ek olarak dizinin orijinalini izledikten sonra Kore'de okumak istediğini belirten kişilerin oranı da %60,1(151 kişi)'dir ve kişilerin ortalama %67,6 (169 kişi)'sı Kore'de yaşamak istediklerini belirtmiştir..

"She Was Pretty" Dizisinin İzlenmesi ve Kültürel Etkisi

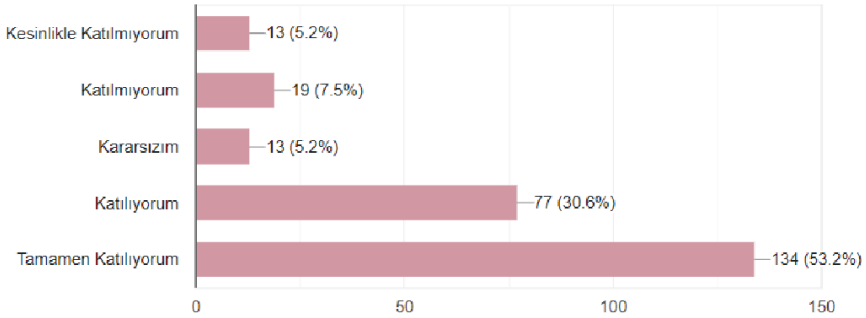
Grafik 37. Anket sonucu 5.3-18

Orijinal diziyi izledikten sonra Korece öğrenmek istedim.



Grafik 38. Anket sonucu 5.3-19

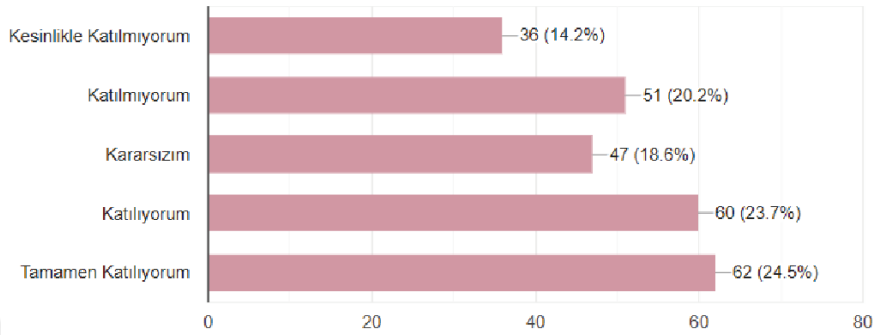
Orijinal diziyi izledikten sonra Kore yemekleri yemek/denemek istedim.



"She Was Pretty" dizisinin izlenmesi ve kültürel etkisi olarak kişilerin %81,3 (204 kişi)'ü orijinal diziyi izledikten sonra Korece öğrenmek istediğini belirtmiştir ve orijinal diziyi izledikten sonra %83,8 (211 kişi) oranında kişi Kore yemekleri yemek/denemek istediğine olumlu dönüş vermiştir.

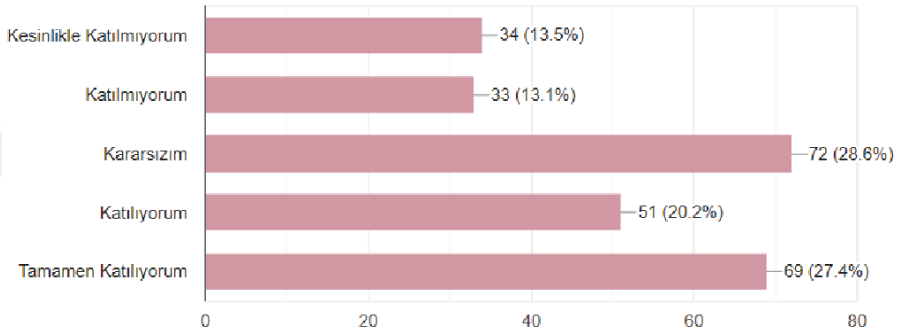
Grafik 39 Anket sonucu 5.3-20

Orijinal diziyi izledikten sonra Koreli sevgilim/eşim olsun istedim.



Grafik 40. Anket sonucu 5.3-21

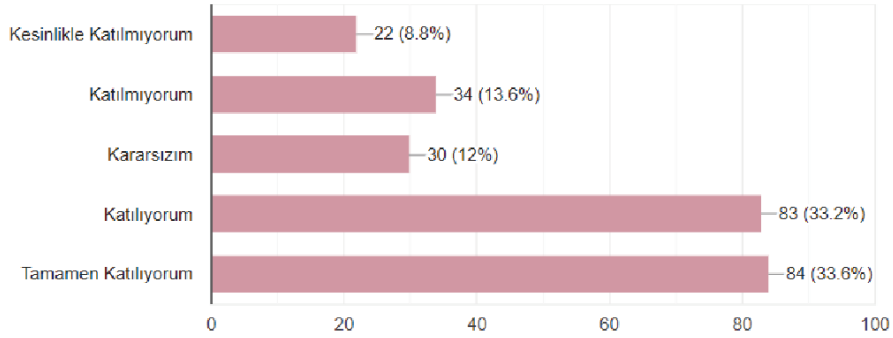
Koreli sevgilim/eşim olursa Kore'de yaşamak istiyorum.



Orijinal diziyi izledikten sonra Koreli sevgilim/eşim olsun istedim fikrine toplamda %48,2 (122 kişi) oranında kişinin olumlu yaklaştığı görülmüştür, ve %47,6 (120 kişi) oranında kişinin de Koreli sevgilim/eşim olursa Kore'de yaşamak isterim şeçeneğine olumlu baktığı anlaşılmıştır

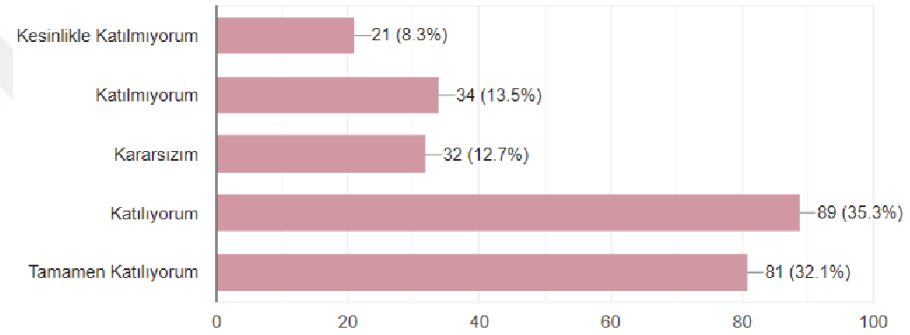
Grafik 41. Anket sonucu 5.3-22

Orijinal diziyi izledikten sonra Kore'nin başka dallarına da ilgim başladı. (k-pop, oyun, spor, karakter vb.)



Grafik 42. Anket sonucu 5.3-23

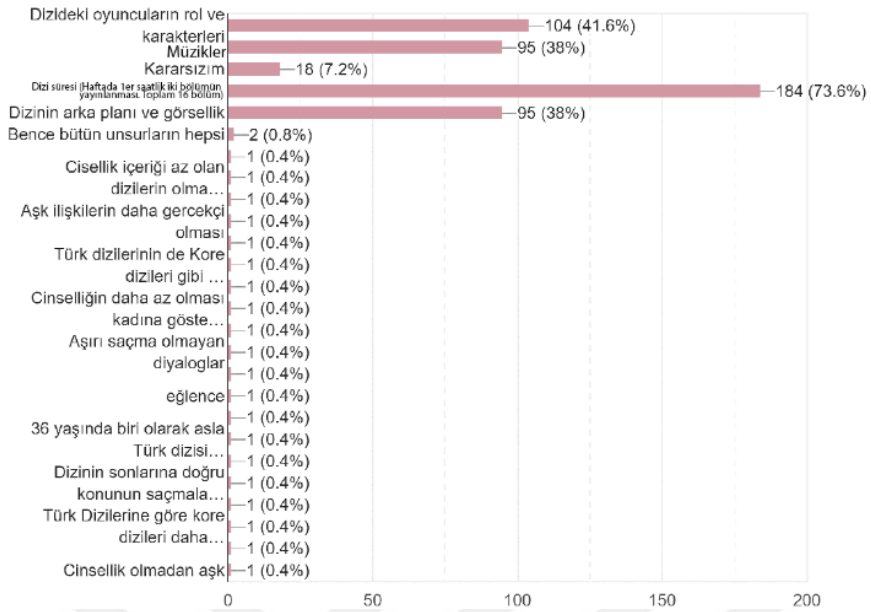
Orijinal diziyi izledikten sonra Kore kültürüne ilgi duymaya başladım (geleneksel enstrüman geleneksel kıyafet, mimari vb.)



Ayrıca, Kore dizisini izledikten sonra K-pop, Kore oyunları gibi başka içeriklere de ilgim başladı maddesine olumlu yönde katılım gösterenlerin oranı %66.8(167 kişi) olmuştur. %67,4(170 kişi) oranında kişi ise Kore kültürüne ilgi duymaya başladığını belirtmiştir.

Grafik 43. Anket sonucu 5.3-24

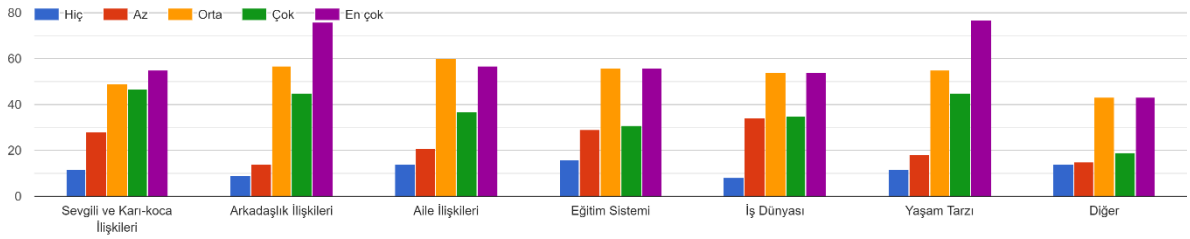
Orijinal diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de olmasını istediğiniz şeyler var mı?



Orijinal diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de olmasını istediğiniz şeyler sorulduğundan en çok istenen unsurun %73.6 (184 kişi) kişilik oranla "Dizi süresi (haftada 1'er saatlik iki bölümün yayınlanması. Toplam 16 bölüm) olduğu görülmüştür. İkinci olarak %41.6(104 kişi) oranında kişi "Dizideki oyuncuların rol ve karakterleri" unsurunu seçmiştir. Bunun yanısıra %38(95 kişi) oranında kişi "Müzikler" ve "Dizinin arka planı ve görsellik"' unsurlarının da Türk dizilerinde bulunmasını istediklerini ifade etmiştir.

Grafik 44. Anket sonucu 5.3-25

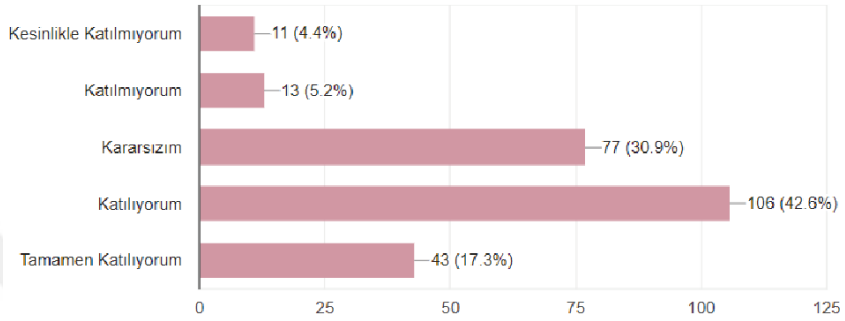
Orijinal diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de aynı kültürel unsurların yer almasını istediğiniz şey var mı?



Orijinal diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de aynı kültürel unsurların yer almasını istediğiniz unsurlar arasında en çok seçilen 3 taneden ilki “Yaşam tarzı” (122 kişi)’dır. Ikinci olarak “Arkadaşlık ilişkileri (121 kişi)”seçilmiştir. Sonrasında ise “Sevgili ve karı-koca ilişkileri(102 kişi)” seçilmiştir.

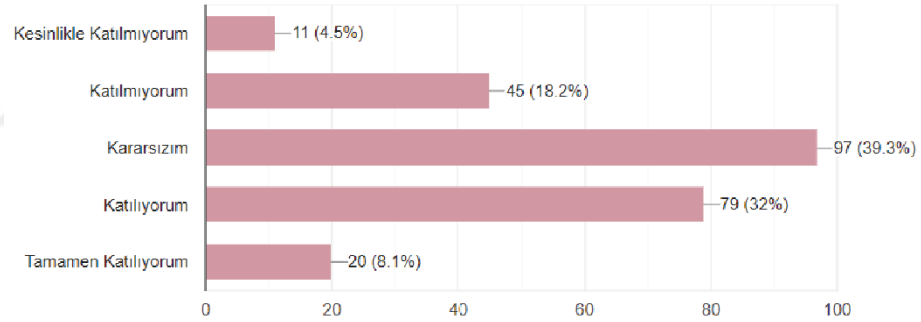
Grafik 45. Anket sonucu 5.3-26

Orijinal dizinin Hallyu Kore dalgasının gelişmesinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?



Grafik 46. Anket sonucu 5.3-27

Orijinal dizide Kore kültürünün yeterince anlatıldığını düşünüyor musunuz?

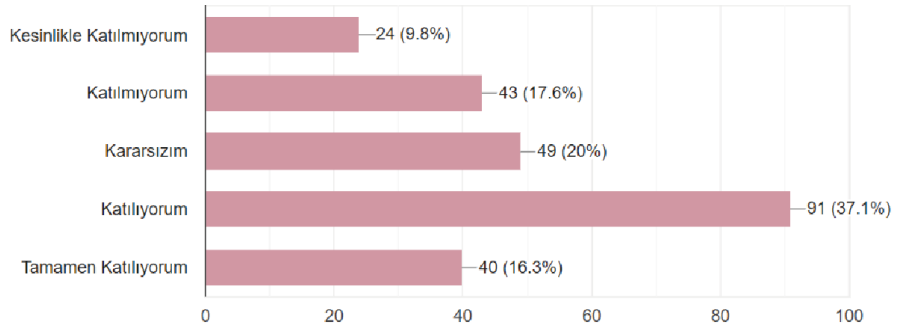


Orijinal dizinin Hallyu’nun gelişmesinde etkili olduğunu düşünenlerin oranı %59.9(149 kişi) olarak ortaya çıkmıştır ve Orijinal dizide Kore kültürünün yeterince anlatıldığını düşünüyor musunuz sorusuna %40.1 (99 kişi) oranında kişiden olumlu yönde dönütler alınmıştır. Katılmıyorum görüşünde olanların oranı ise %22.7 (56 kişi) olarak görülmüştür, ve kararsızım seçeneğini tercih edenlerin oranı%39.3 (97 kişi)’u göstermektedir

5.4. “Seviyor Sevmiyor” Uyarlama Dizisinin İzlenmesi Sayesinde Kore Dizilerinin Tercih Derecesi ve Hallyu Algısı

Grafik 47. Anket sonucu 5.4-1

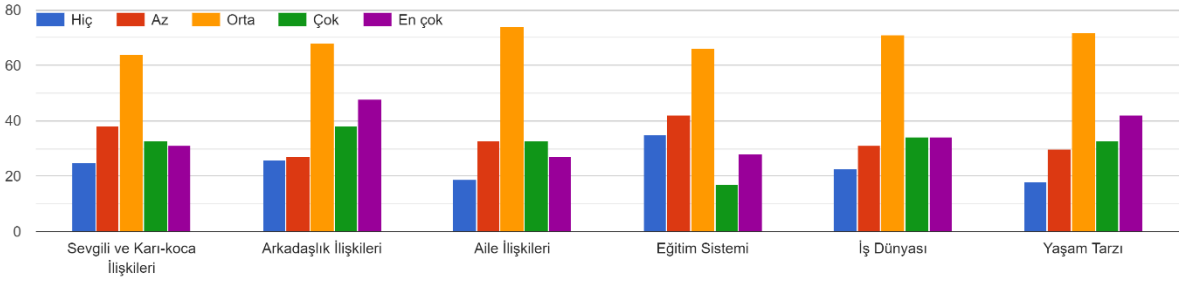
Dizinin uyarlamasını izlemeniz Kore hakkında iyi bir izlenim kazanmanıza yardımcı oldu mu/ izlenim kazandınız mı?



Uyarlama dizisi “Seviyor Sevmiyor” sayesinde Kore hakkında iyi bir izlenim elde edip etmedikleri sorusuna yaklaşık %53.4 (131 kişi) oranında kişi dizinin Kore ile ilgili pozitif bir farkındalığa sahip olmasına yardımcı olduğunu ifade etmiştir. ,%27.4 (67 kişi)’lik bir kısım bu soruya olumsuz cevap vermiştir. Kararsızım cevabını verenlerin oranı ise %20(49 kişi)’dir.

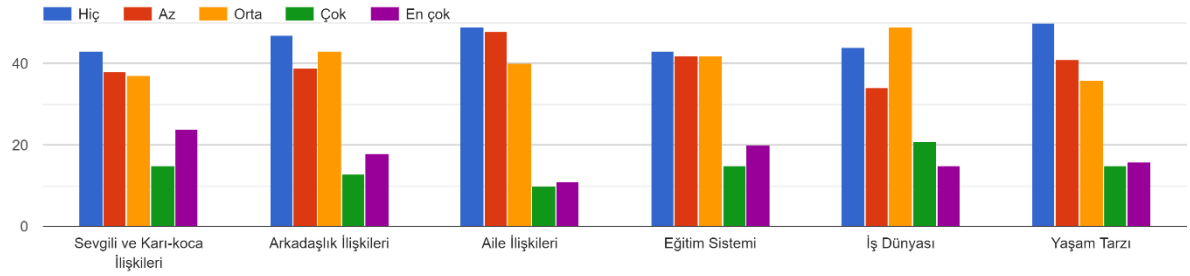
Grafik 48. Anket sonucu 5.4-2

Uyarlamasını izlediğiniz dizide en çok dikkatinizi çeken/hoşunuza giden kültürel yaşam unsurları nelerdir?



Grafik 49. Anket sonucu 5.4-3

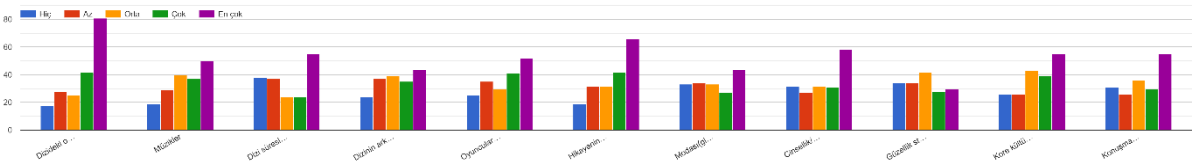
Uyarlamasını izlediğiniz dizide en sevmediğiniz kültürel yaşam unsurları nelerdir?



Uyarlamasını izlediğiniz dizide dikkatinizi çeken/hoşunuza giden kültürel yaşam unsurları arasında en çok seçilen 3 taneden birincisi arkadaşlık ilişkileri(86 kişi), ikincisi Yaşam Tarzı(75 kişi), üçüncüsü ise iş dünyası(68 kişi)dır. Spesifik olarak, bu maddede, pozitif veya negatif cevaplara kıyasla, orta halli kısım 67 kişi tarafından seçilerek en yüksek yanıt sayısını göstermiştir. Öte yandan orjinalini izlediğiniz dizide en sevmediğiniz kültürel yaşam unsurları arasında en düşük seçime sahip 3 tanesinden , ilki; Sevgili ve karı-koca ilişkileri(39 kişi), ikincisi iş dünyası (36 kişi), üçüncüsü, eğitim sistemi (35 kişi)'dir.

Grafik 50. Anket sonucu 5.4-4

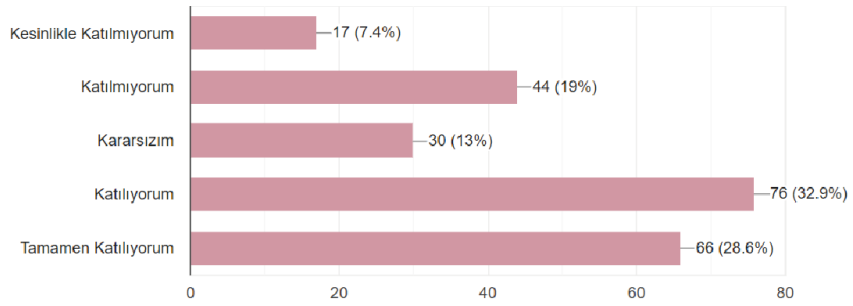
Uyarlamasını izlediğiniz dizinin sevilmesine etki eden kısımlar



İzlediğiniz uyarlama dizinin sevilmesine etki eden unsurlar kısmında ağırlıklı olarak "Dizideki oyuncuların rol ve karakterlerinin(123 kişi)" etkili olduğu seçeneği işaretlenmiş, sonrasında ise "Hikayenin etkileyiciliği/farklılığı(108 kişi)", "Cinsellik/ seks odaklı olmayan (89 kişi)" unsurların etkili olduğu yapılan tercihler sonucunda gözlenmiştir.

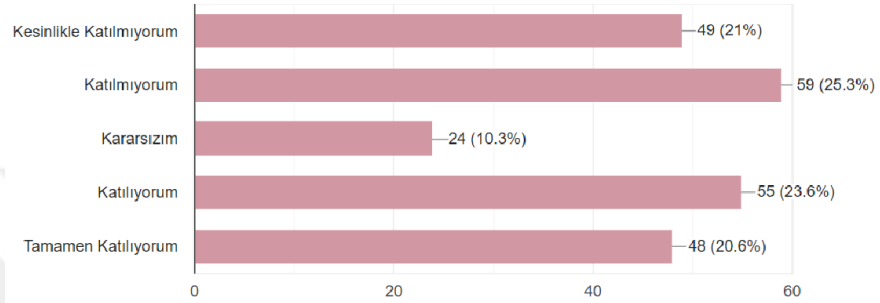
Grafik 51. Anket sonucu 5.4-5

Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore dizilerine ilginiz arttı mı?



Grafik 52. Anket sonucu 5.4-6

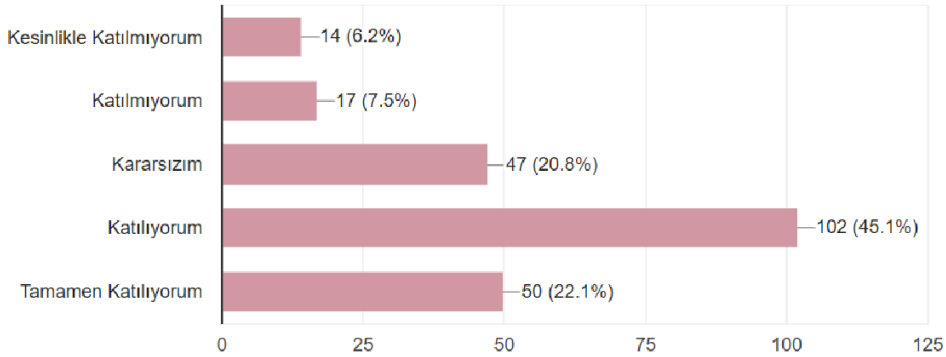
Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore fan sayfalarına girdiğiniz oldu mu?



Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore dizilerine ilginin artıp artmaması konusunda %61.5 (142 kişi)oranında insan olumlu yönde cevap vermiştir. Ayrıca dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore fan sayfalarına girip girmedikleri sorusuna %44.2 (103 kişi)oranında olumlu cevaplar verildiği tespit edilmiştir. %46.3 (108 kişi)'lik bir kısım bu soruya olumsuz cevap vermiştir. Kararsızım cevabını verenlerin oranı ise %10,3 (24 kişi)'u göstererek olumsuz cevabın daha çok olduğu sonucunu vermiştir.

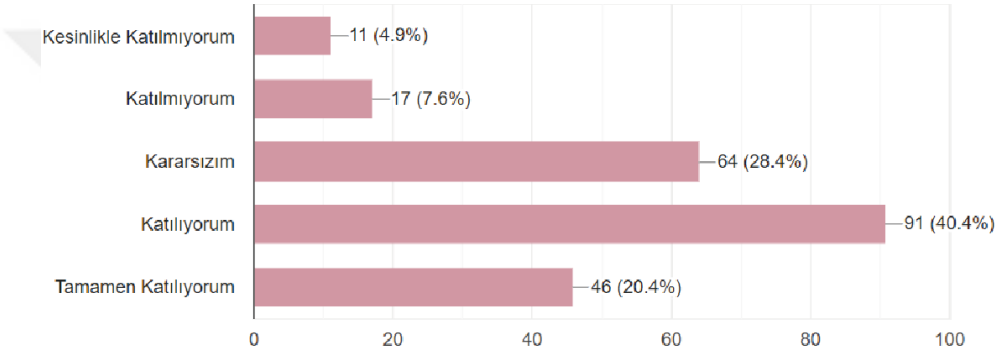
Grafik 53. Anket sonucu 5.4-7

Uyarlama dizi sayesinde Türklerin Kore'ye sempati duyduğunu düşünüyor musunuz?



Grafik 54. Anket sonucu 5.4-8

Uyarlama dizi sayesinde Türklerin Korelilere yaklaşımında bir fark olduğunu düşünüyor musunuz?

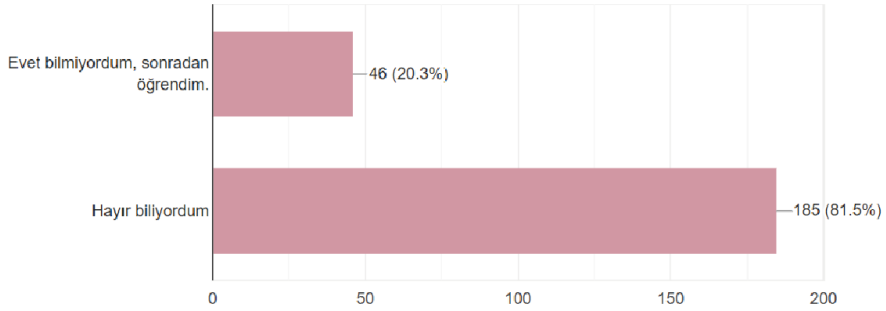


Uyarlama dizi sayesinde %67.2 (152 kişi) oranında kişi Kore'ye sempati duymaya başladığını belirtmiştir ve yine uyarlama dizi sayesinde %60.8 (137 kişi) oranında kişi Korelilere yaklaşımlarında bir fark olduğunu ifade etmiştir

“She Was Pretty” Dizisinin Uyarlaması Olan “Seviyor Sevmiyor” Dizisini İzledikten Sonra Kore Ürünlerinin Satın Alınma Amacı

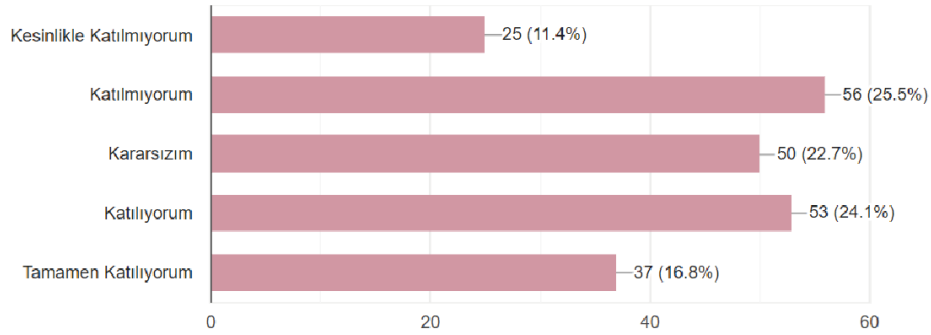
Grafik 55. Anket sonucu 5.4-9

Samsung, Hyundai, Kia, Lg vb. markaların Kore şirketi olduğunu Uyarlama diziyi izledikten sonra öğrendim.



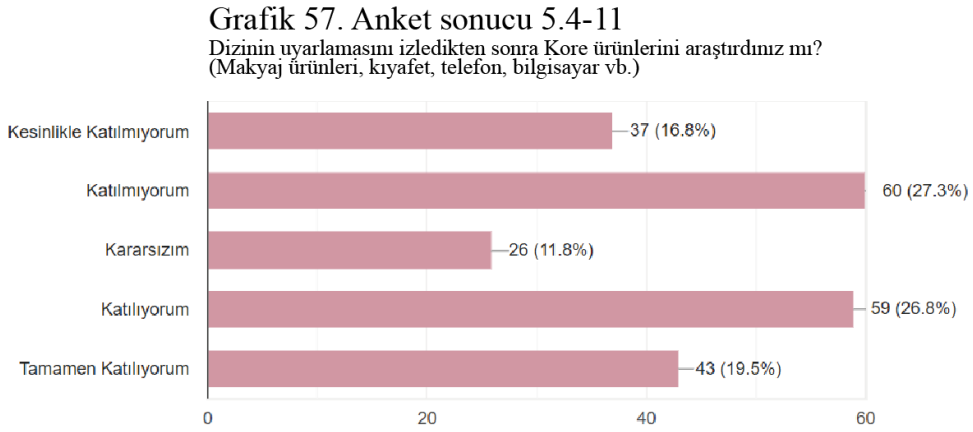
Grafik 56. Anket sonucu 5.4-10

Uyarlama diziyi izledikten sonra Kore ürünlerine olan algınız değişti mi?



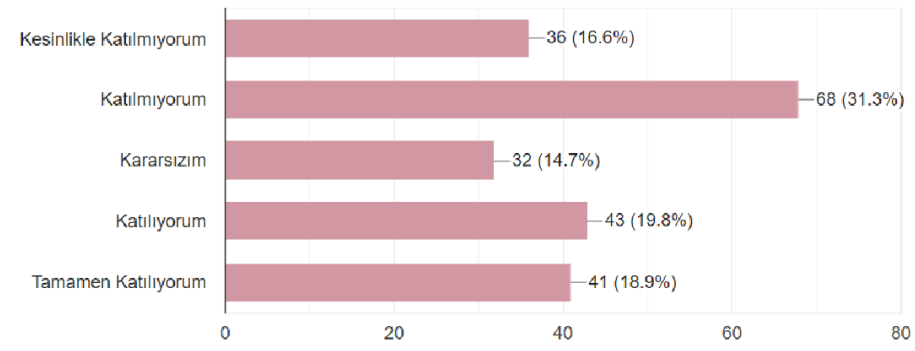
“Seviyor Sevmiyor” dizisini izledikten sonra katılımcıları %20.3 (46 kişi)’u Samsung, Hyundai, Kia, Lg vb. şirketlerin Kore markası olduğunu öğrenmiştir. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore ürünlerine olan algınız değişti mi sorusuna %44,6 (113 kişi) oranında olumlu dönüş alınmıştır, ve %33,2 (84 kişi) oranında olumsuz dönüş görülmüştür. Katılımcıların %22.5 (57 kişi)’si ise kararsız olarak cevap vermiştir.

Grafik 57. Anket sonucu 5.4-11



Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore ürünlerini araştırmaya başlayanların oranı %46.3 (102 kişi)'u göstermiştir. Olumsuz cevabı belirtenler %44.1 (97 kişi)'lik bir dilimi oluştururken, kararsız olduğunu ifade edenler %11.8 (26 kişi)'lük kısmı oluşturmaktadır. Bununla birlikte dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore makyaj ürünlerini satın almak isteyenlerin oranı %43 (95 kişi), istemeyenlerin oranı ise %45.3 (100 kişi)tür.

Grafik 58. Anket sonucu 5.4-12

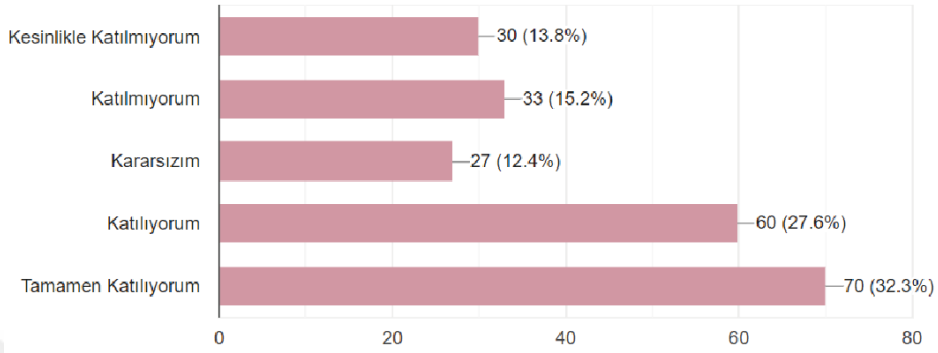


Kore teknolojik aletleri satın almak isteyenlerin oranı %38.7 (84 kişi), istemeyenlerin oranı ise %47.9 (104 kişi)sonucunu vermiştir. Kore kıyafetlerini satın almak isteyenlerin oranı ise %44 (96 kişi) istemeyenlarin oranı da %44 (96 kişi) olarak görülmüştür.

“She Was Pretty” Dizisinin Uyarlaması Olan “Seviyor Sevmiyor” DizisininİzlenmesiSayesinde Kore’yi Ziyaret Etme Amacı

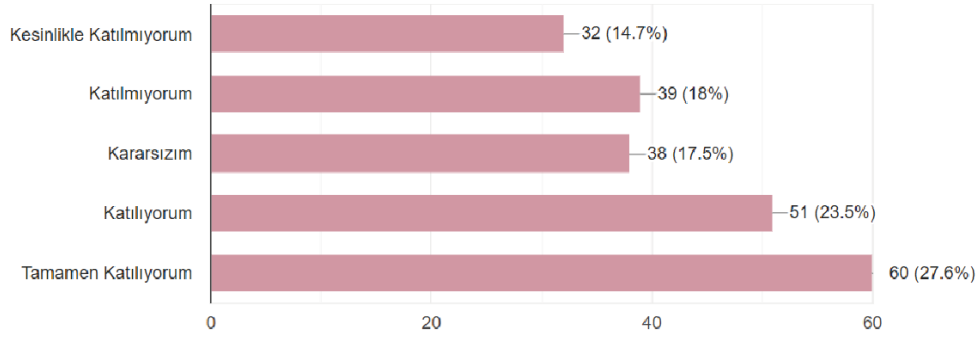
Grafik 59. Anket sonucu 5.4-13

Dizinin uyarlamasını izledikten sonra turist olarak Kore’ye gitmek istedim.



Grafik 60. Anket sonucu 5.4-14

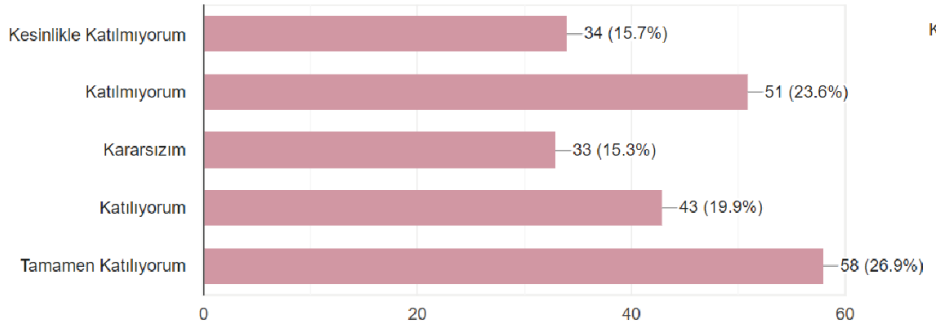
Uyarlama diziyi izledikten sonra Kore’yi ziyaret ettim/ ziyaret etmeyi planlıyorum.



Dizinin uyarlamalarını izledikten sonra turist olarak Kore’ye gitmek isteyip istemedikleri sorulduğunda %59.9 (130 kişi) oranında olumlu dönüşler gelmiştir, ve olumsuz cevaplar ise %29 (63 kişi)oranında görülmüştür. Kore’yi ziyaret ettim / ziyaret etmeyi planlıyorum düşüncesinde olanlar ise %46.8 (101 kişi)’lik bir kısmı oluştur-muştur.

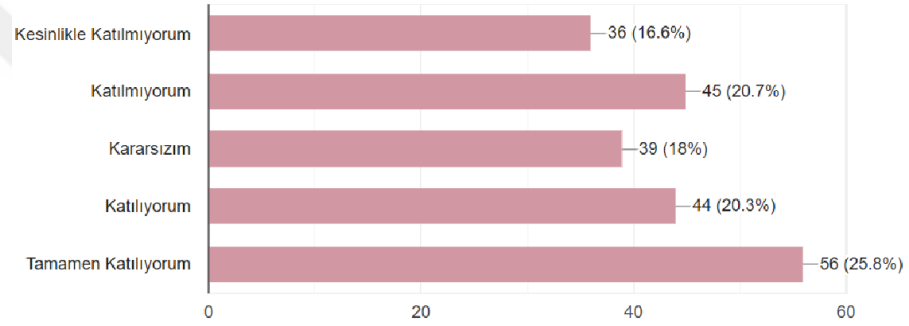
Grafik 61. Anket sonucu 5.4-15

Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore'de okumak istedim.



Grafik 62. Anket sonucu 5.4-16

Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore'de yaşamak istedim

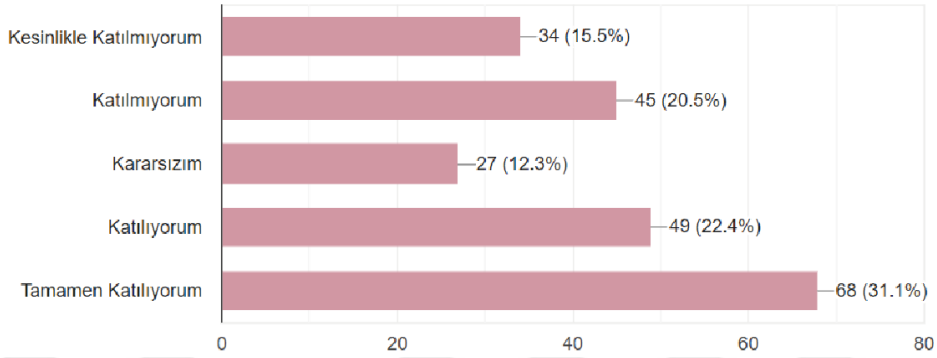


Ek olarak dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore'de okumak istediğini belirten kişilerin oranı da %46.8 (101 kişi)'dir ve olumsuz cevap ise %39,3 (85 kişi) civarında görülmektedir. Kararsızım seçeneğini işaretleyenlerin oranı %15.3 (33 kişi)olarak ortaya çıkmıştır. Uyarlamasını izledikten sonra izleyicilerin %46.1 (100 kişi)'sı Kore'de yaşamak istediklerini belirtmiştir.

“She Was Pretty” Dizisinin Uyarlaması Olan “Seviyor Sevmiyor” Dizisinin İzlenmesi ve Kültürel Etkisi

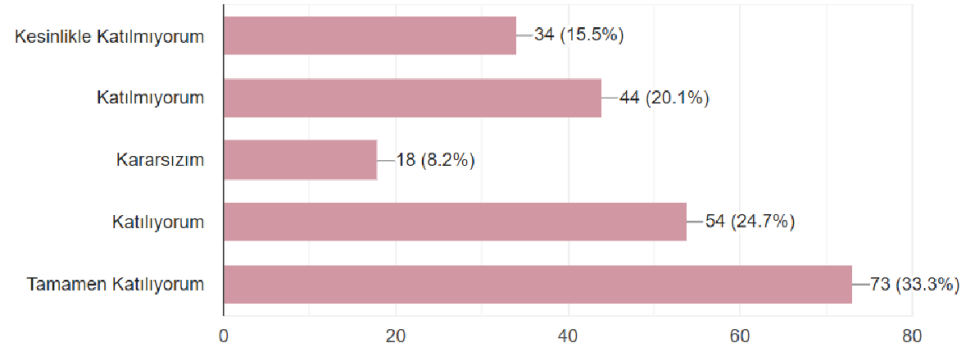
Grafik 63. Anket sonucu 5.4-17

Uyarlama diziyi izledikten sonra Korece öğrenmek istedim.



Grafik 64. Anket sonucu 5.4-18

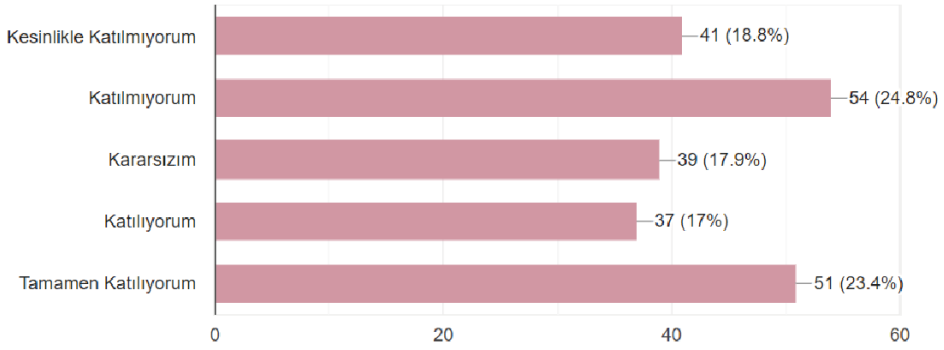
Uyarlama diziyi izledikten sonra Kore yemekleri yemek/denemek istedim.



“Seviyor Sevmiyor” dizisinin izlenmesi ve kültürel etkisi olarak kişilerin %53.5 (117 kişi)’i uyarlama diziyi izledikten sonra Korece öğrenmek istediğini belirtmiştir. Olumsuz cevabı %36 (79 kişi)vermiştir ve kararsızım seçeneği %12.3 (27 kişi) oranında kişi tarafından işaretlenmiştir. Uyarlama diziyi izledikten sonra %58 (127 kişi) oranında kişi Kore yemekleri yemek/denemek istediğine olumlu dönüt vermiştir.

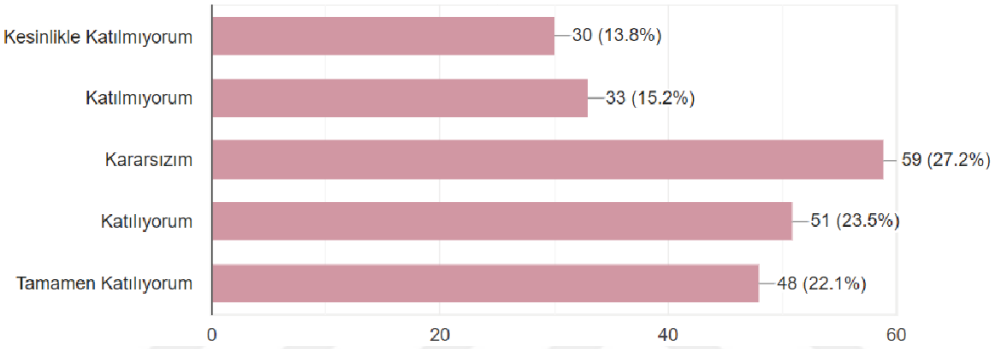
Grafik 65. Anket sonucu 5.4-19

Uyarlama diziyi izledikten sonra Koreli sevgilim/eşim olsun istedim.



Grafik 66. Anket sonucu 5.4-20

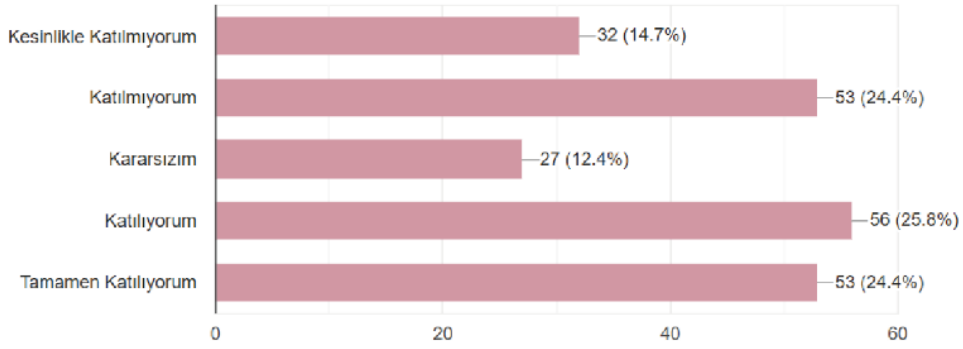
Koreli sevgilim/eşim olursa Kore'de yaşamak istiyorum.



Uyarlama diziyi izledikten sonra Koreli sevgilim/eşim olsun istedim fikrine toplamda %40.4 (88 kişi)oranında kişinin olumlu yaklaştığı görülmüştür, olumsuz cevabı verenlerin oranı %47.6 (95 kişi)'dır. Kararsızım ise %17,9 (39 kişi) oranını göstererek olumsuz cevabın daha fazla seçildiğini gözler önüne koymuştur. %45.6 (99 kişi)oranında kişinin de Koreli sevgilim/eşim olursa Kore'de yaşamak isterim şeçeneğine olumlu baktığı anlaşılmıştır

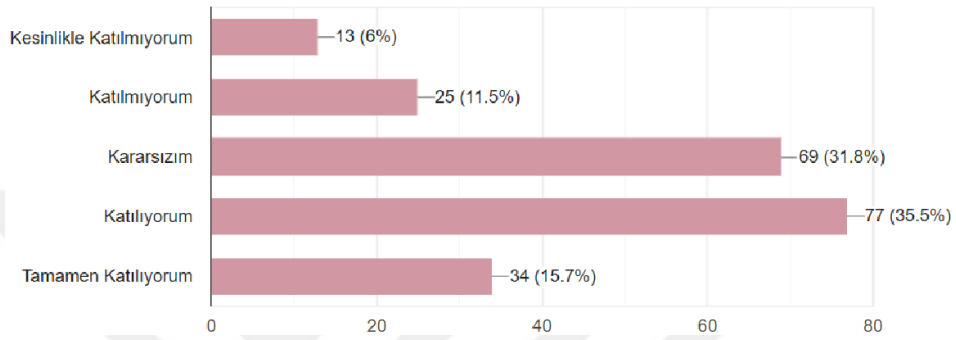
Grafik 67. Anket sonucu 5.4-21

Uyarlama diziyi izledikten sonra Kore'nin başka dallarına da ilgim başladı.(k-pop, oyun, spor, karakter vb.)

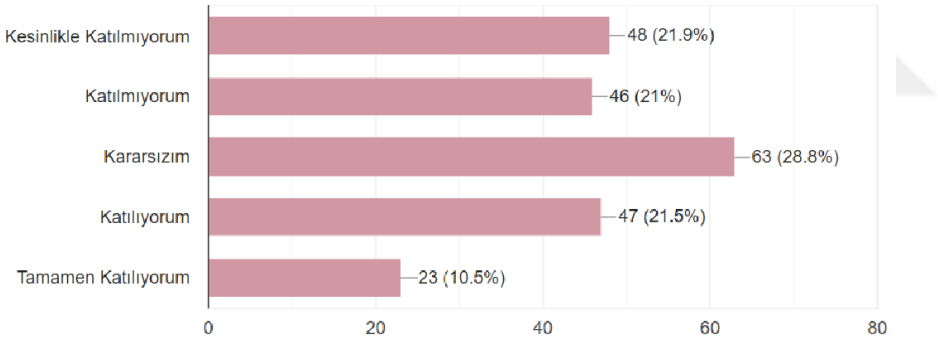


Ayrıca, uyarlama dizisini izledikten sonra K-pop, kore oyunları gibi başka içeriklere de ilgim başladı maddesine olumlu yönde katılım gösterenlerin oranı %50.2 (109 kişi) olmuştur. Öte yandan %39.1 (55 kişi) olumsuz cevabı vermiştir ve kararsızım seçeneği %12.4 (27 kişi)'lik kısmı oluşturmuştur.

Grafik 68. Anket sonucu 5.4-22
Uyarlama dizinin Hallyu Kore dalgasının gelişmesinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?



Grafik 69. Anket sonucu 5.4-23
Uyarlama dizide Kore kültürünün yeterince anlatıldığını düşünüyor musunuz?



Uyarlama dizinin Hallyu'nun gelişmesinde etkili olduğunu düşünenlerin oranı %51.2 (111 kişi) olarak ortaya çıkmıştır ve olumsuz cevabı %17.5 (38 kişi), kararsız seçeneğinde %31.8 (69 kişi) oranı çıkmıştır. Uyarlama dizide Kore kültürünün yeterince anlatıldığını düşünüyor musunuz? sorusuna %32 (70 kişi) oranında kişiden olumlu yönde dönüşler alınmıştır. Katılmıyorum görüşünde olanların oranı ise %42.9 (94 kişi) olarak görülmüştür. Ve kararsızım seçeneğini tercih edenlerin oranı %23.8 (63 kişi)'u göstermektedir

BÖLÜM 6: TARTIŞMA VE DEĞERLENDIRME

Diziler bir toplumun veya kültürel olgunun hikayesini kısa zaman zarfları içinde olabildiğince dile getirebilir, yanısıra insan davranışlarını ve sosyolojik durumu en somut şekilde yeniden üretebilir (Shim, 2013 aktaran Wang, 2018:15).

Kore Dalgası ilk önce dizilerin yayılmasıyla başladı ve dizilerin başlattığı bu dalga yalnızca dizilerle kalmayıp çok çeşitli alanları da etkisi altına aldı. Bu Kore dalgası etkisi şimdilerde diğer ülkelerin dizi pazarını da etkilemektedir. Doğu ve Batı'ya ayrılan bölgesel ve felsefi sınırların ötesinde, uyarlama diziler aktif olarak Asya, Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nde üretilmektedir. Bununla birlikte, Kore dalgası dizilerinin çok fazla izlenme nedenleri ve etkileri ile ilgili alanda çeşitli araştırmalar aktif bir şekilde yürütülmüştür, ancak uyarlama diziler konusunda, alanda Kore dalgası etkisi üzerine araştırmalar oldukça eksiktir. Genel olarak uyarlama dizilerde, Kore dizilerinden yalnızca ana hikayeyi aldıkları için ve dizileri yerelleştirme çalışmasını yaparken Kore kültürünü, ürününü ve arka planını içeriğe katmadıkları için Kore dalgasının etkilerini görmenin zor olacağı tahmin edilebilir bir sonuçtur. Bu araştırma, alanda daha önce yapılan çalışmalara dayanarak uyarlama dizilerin Hallyu Dalgasına üzerine etkisini analiz etmektedir.

Özellikle Türkiye'de, Kore dizilerine ilgi yaklaşık 15 yıldır artarak devam etmektedir ve Kore dalgasının çeşitli etkileri ortaya çıkmaktadır. Son yedi yılda, Türkiye'de yaklaşık 23 Kore dizisi yeniden uyarlanarak üretildi. Türkiye'de bugüne kadar üretilen uyarlama diziler, yalnızca Kore dizilerinden hikaye ithal eden ve uyarlama dizi olup olmadığının bilinemediği, tamamen yerelleştirilmiş bir versiyonla Türkiye'ye getirildi.

“She was Pretty” uyarlaması olan “Seviyor Sevmiyor”, Türkiye'de tamamen yerleşmiş olan uyarlama dizilerinden farklı olarak, ilk üç bölümde Kore versiyonuyla aynı durumları ve diyalogları aktardı. Türk izleyiciler için hazırlanan ankette, orjinalini

izlediğiniz dizide dikkatinizi çeken/hoşunuza giden kültürel yaşam unsurları arasında en çok seçilen 3 taneden ilki yaşam tarzı (129 kişi), ikinci arkadaşlık ilişkileri (114 kişi), üçüncüsü ise iş dünyası (97 kişi)dir. Bu sonuçlar dikkate alındığında ilk üç bölümün aynı olması orijinal diziyi izleyenlerin uyarlama diziye karşı da ilgi duymalarını sağladığına ulaşılabilir.

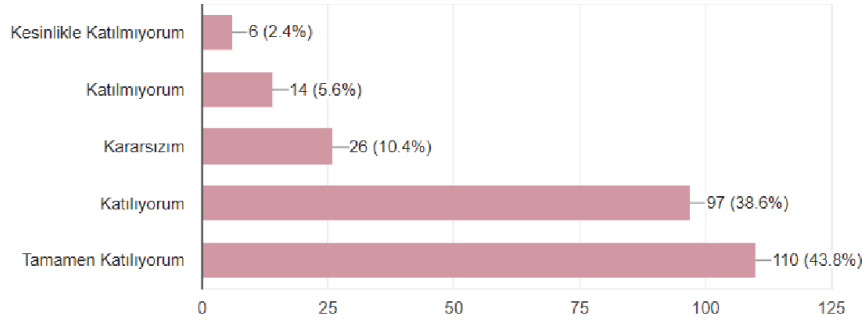
Öte yandan, anket sonuçlarında uyarlama dizi olan "Seviyor Sevmiyor" un en popüler kültürel unsurlarında ilk sırada arkadaşlık ilişkileri (86 kişi), ardından yaşam tarzı (75 kişi) ve ardından iş dünyası (68 kişi) unsurlara yer almaktaydı. Bu durumda, “She was Pretty” gençleri hedef alan popüler bir dizi olduğu için yaşam tarzı, Arkadaşlık İlişkileri, iş dünyası genel olarak her iki versiyonda da ana tema haline geldi.

Böylelikle Türkiye’de son yıllarda Kore dizileri daha popüler hale geldi ve Kore dizilerinde sunulan çeşitli unsurların da eklendiği uyarlama diziler yapılmaya başlandı. Bunun bir örneği olarak “She was Pretty” adlı kore dizisinden uyarlanarak yapılan “Seviyor Sevmiyor” dizisi seçilmiş ve “Dizinin izlenmesinin Hallyu algısına ne derece etki ettiği” üzerine bir anket uygulayarak sonuçların analizi yapılmaya çalışılmıştır .

6.1. “She was Pretty” ve “Seviyor Sevmiyor” Dizisinin Orijinalinin İzlenmesi Sayesinde Kore Dizilerinin Tercih Derecesi ve Hallyu Algısı

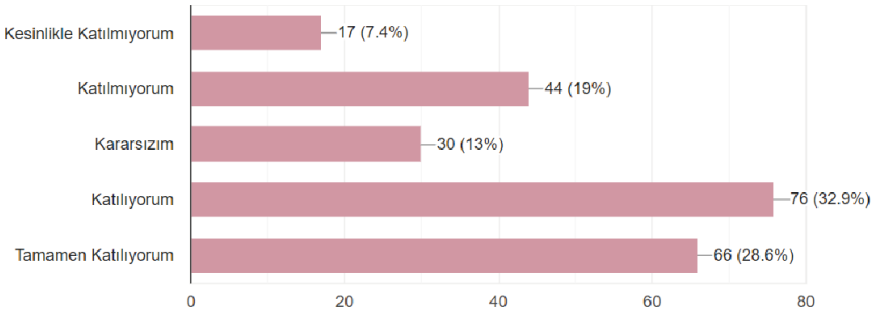
Grafik 23. Anket sonucu 5.3-4

Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore dizilerine ilginiz arttı mı?



Grafik 51. Anket sonucu 5.4-5

Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore dizilerine ilginiz arttı mı?



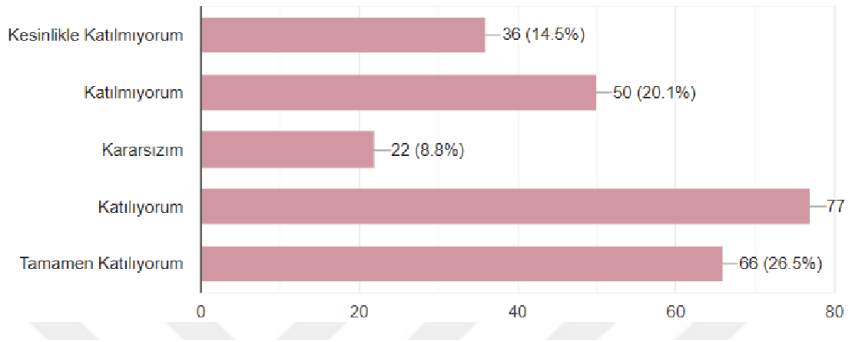
Kore Dalgası başladığından bu yana, içeriği nedeniyle ulusal imajı iyileştirmeye yönelik etkisi araştırmalar ile çok defa doğrulanmıştır. Uluslararası Kültür Değişimi Vakfı'nın yaptığı araştırmaya (2008) göre, izleyicilerin çoğunluğu Kore dizilerinin, filmlerinin, popüler müziğin ve oyunların Kore ulusal imajı üzerindeki etkisine olumlu dönüşler verdi (Wang, 2018:5). Örneğin, Kohari’ye göre yabancı dizilerin izlenme sıklığı ile o ülke hakkındaki beğenilerin artması doğru orantılıdır. Belli bir yabancı ülkenin filmleri veya TV programlarının izlenmesi nedeniyle belirli bir ülkenin olumlu algılanmasının bir sonucu olarak, Kore'de çok fazla Japon TV dizisi izleyen insanların Japonya hakkında olumlu bir görüşe sahip olduğu görülmüştür. (Kohari, 2004 aktaran Yoo 2009:6) Bu durum Çin ve Japonya’da da benzer sonuçlar göstermiştir.

Yapılan anket sonuçlarında dizinin orijinalini izledikten sonra Kore dizilerine ilginin

artıp atmaması konusunda %82,4 (207 kişi) oranında insan olumlu cevap vermiştir. Orijinal diziyi izledikten sonra, “Dizide oynayan oyuncuları araştırdınız mı?” ya da “Yazar veya oyuncunun yer aldığı başka dizi yapımlarını izlediğiniz oldu mu?” sorularına da yüksek bir oranın (%80,4, 201 kişi) olumlu yönde cevap verdiği görülmüştür.

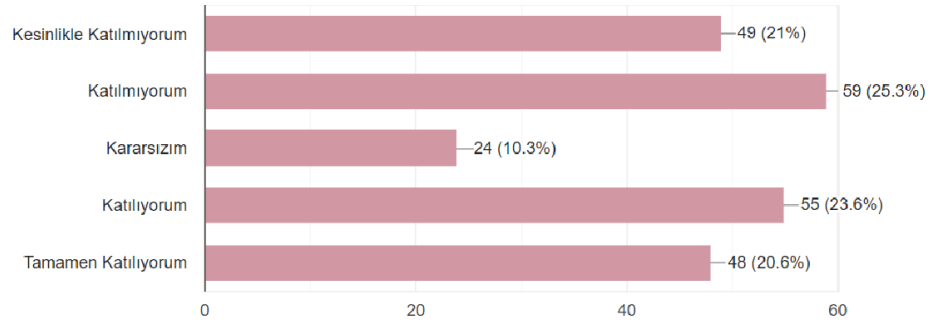
Grafik 25. Anket sonucu 5.3-6

Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore fan sayfalarına girdiğiniz oldu mu?



Grafik 52. Anket sonucu 5.4-6

Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore fan sayfalarına girdiğiniz oldu mu?



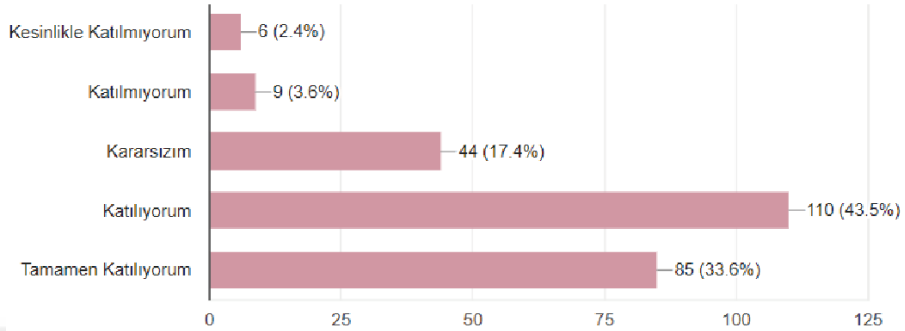
Ayrıca dizinin orijinalini izledikten sonra Kore fan sayfalarına girip girmedikleri sorusuna %57,4 (143 kişi)oranında olumlu cevaplar verildiği tespit edilmiştir. Dizinin orijinalini izledikten sonra fan sayfalarını takip etmeye başlayan ya da Kore dergilerini okumaya başlayan kişilerin oranı %37,8 (92 kişi) haftada 3-5kere, %29.7 (74 kişi) ayda 1-3 kere olarak görülmüştür.

Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore dizilerine ilginin artıp atmaması konusunda %61.5(142 kişi)oranında insan olumlu yönde cevap vermiştir. Ayrıca Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore fan sayfalarına girip girmedikleri sorusuna %44.2(103 kişi)oranında olumlu cevaplar verildiği tespit edilmiştir. %46.3(108

kişi)'lik bir kısım bu soruya olumsuz cevap vermiştir. Kararsızım cevabını verenlerin oranı ise %10,3(24kişi)'u göstererek olumsuz cevabın daha çok olduğu sonucunu vermiştir.

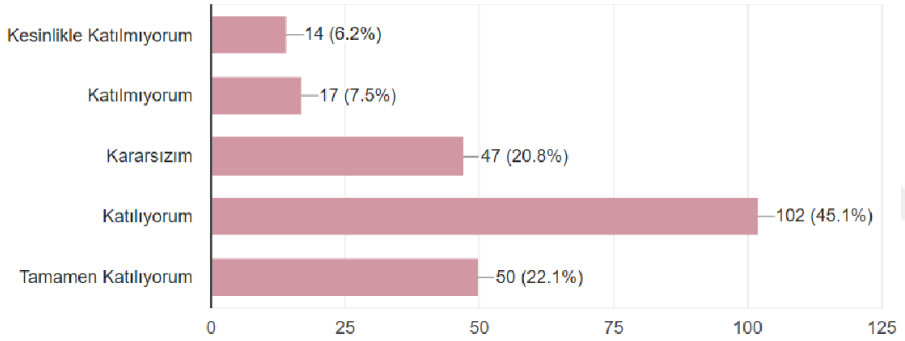
Grafik 27. Anket sonucu 5.3-8

Orijinal dizi sayesinde Türklerin Kore'ye sempati duyduğunu düşünüyor musunuz?



Grafik 53. Anket sonucu 5.4-7

Uyarlama dizi sayesinde Türklerin Kore'ye sempati duyduğunu düşünüyor musunuz?



Orijinal dizi sayesinde %77.1 (195 kişi) oranında kişi Kore'ye sempati duymaya başladığını belirtmiştir ve yine orijinal dizi sayesinde %64.1 (161 kişi) oranında kişi Korelilere yaklaşımlarında bir fark olduğunu ifade etmiştir

Uyarlama dizi sayesinde %67.2 (152 kişi) oranında kişi Kore'ye sempati duymaya başladığını belirtmiştir ve yine uyarlama dizi sayesinde %60.8 (137 kişi) oranında kişi Korelilere yaklaşımlarında bir fark olduğunu ifade etmiştir.

Benzer alanlarda Kore dizilerinin Kore üzerindeki etkilerini inceleyen ve Kore dizilerini değerlendiren başka çalışmalar da vardır. Çalışma sonucunda Kore dizilerine olan memnuniyet arttıkça, Kore'nin lehine daha olumlu etkiler ortaya çıkmaktadır. Spesifik

olarak, dizi ne kadar seyirciye hitap ediyorsa Kore imajının pozitif olması ve Kore'ye duyulan ilginin artması da o kadar tatmin edicidir.

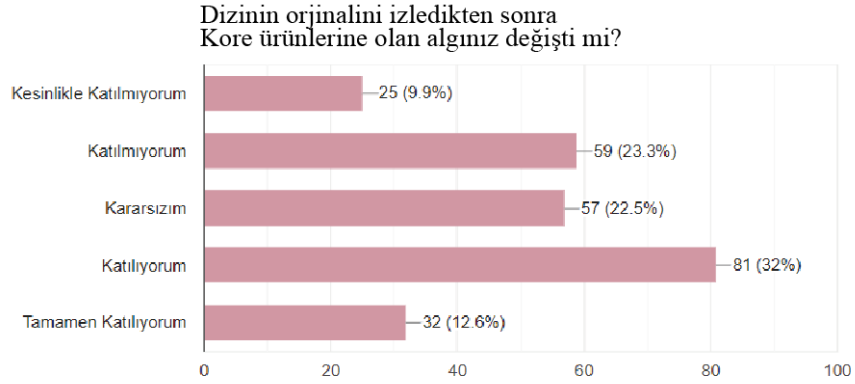
Ayrıca, Kore dizilerini izlemenin nedenleri ile Vietnam ve Filipinler'deki çevrimiçi izleyicilerin Kore dizilerine karşı genel tutumu ile Kore ulusunun imajı arasındaki ilişkinin incelenmesinde, her iki ülkenin de Kore dizilerine yönelik tutumu eğlence / dinlenme, aktör özlem güdüsü bakımından çok büyük etkiye sahiptir. Bu çalışmalar dizilerin, Kore hakkında olumlu imaj oluşumunu etkilediğini gösterir. Başka bir deyişle, Kore dizileri Kore algısını geliştirmede büyük rol oynamaktadır. (Ryu, 2014:6-7)

6.2. "She was Pretty" ve "Seviyor Sevmiyor" Dizisini İzledikten Sonra Kore Ürünlerinin Satın Alınma Amacı

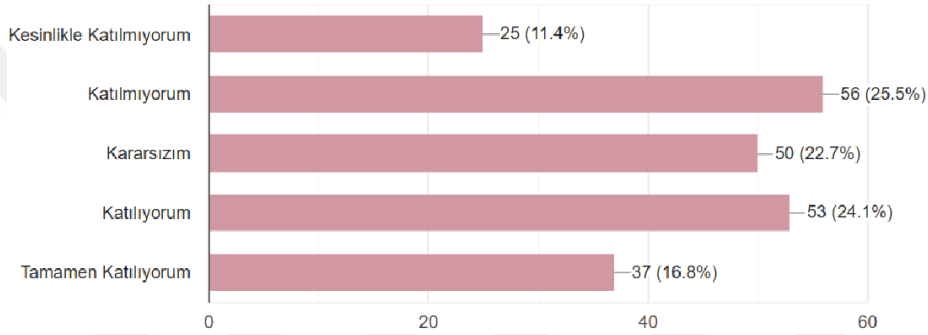
Ulusal marka imajının oluşumu ve değişimi, uzun bir sürece yayılmıştır. birikimlidir, ancak Kore Dalgası, Kore ulusal marka imajını kısa sürede olumlu bir değişime uğratmıştır. Araştırmalar, Kore Dalgası'nın sadece Kore'nin ulusal marka imajını yükseltmeye yardımcı olmadığını, aynı zamanda birçok ekonomik fayda getirdiğini de göstermektedir. Hallyu'nun kültürel etkisi, Kore'nin ulusal marka imajını güçlendirir, Kore ürünlerinin tercihini ve insanların satın alma niyetlerini doğrudan veya dolaylı olarak etkiler. (Choi, 2006 aktaran Lee, C. & Kim, Y. & Lee, H., 2010:8 vd)

Örneğin, Kore Uluslararası Kültür Endüstrisi Borsası Vakfı tarafından, 2004 yılında Asya kültür endüstrilerini tanıtmak için Japonya'nın Tokyo kentinde, Çin'de Pekin ve Şangay'da, Tayvan'da Taipei'de ve Vietnam'daki Ho Chi Minh'de teker teker 500 kişiyle birebir mülakatlar yapılmıştır.. Bu araştırmanı sonucunda, Kore Dalgası'nın etkisine ilişkin katılımcıların %46'sı Kore Dalgası'ndan sonra Kore'yi sevdiklerini ve % 33'ü de Kore Dalgası nedeniyle Kore ürünlerini satın alabileceklerini söyledi.

Grafik 30. Anket sonucu 5.3-11



Grafik 56. Anket sonucu 5.4-10



Tez kapsamında yapılan nicel araştırmada "She Was Pretty" dizisini izledikten sonra katılımcıların %17,1(44 kişi)'i Samsung, Hyundai, Kia, Lg gibi şirketlerin Kore markası olduğunu öğrenmiştir. "Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore ürünlerine olan algınız değişti mi?" sorusuna %44,6(113 kişi) oranında olumlu dönüş alınmıştır, ve %33,2(84 kişi) oranında olumsuz dönüş görülmüştür. Katılımcıların %22.5(57 kişi)'si ise kararsız olarak cevap vermiştir.

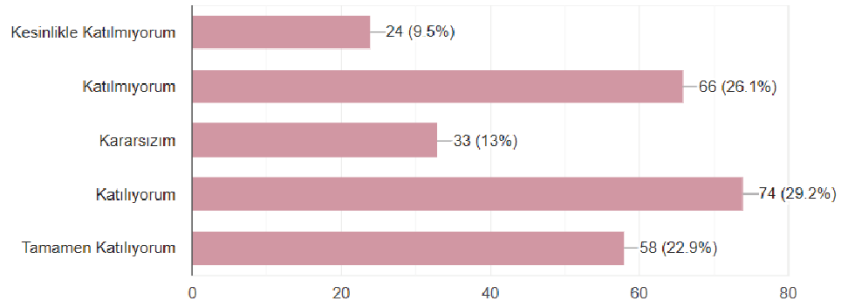
"Seviyor Sevmiyor" dizisini izledikten sonra katılımcıları %20.3(46 kişi)'u Samsung, Hyundai, Kia, LG vb. şirketlerin Kore markası olduğunu öğrenmiştir. "Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore ürünlerine olan algınız değişti mi?" sorusuna %44,6(113 kişi) oranında olumlu dönüş alınmıştır, ve %33,2(84 kişi) oranında olumsuz dönüş görülmüştür. Katılımcıların %22.5(57 kişi)'si ise kararsız olarak cevap vermiştir.

Bu ankette, olumlu cevapların sayısı olumsuz yanıtların sayısından biraz daha fazladır. 2000'lerin başında, Kore şirketlerini Kore Dalgası aracılığıyla tanıtan Asya ülkelerinden farklı olarak, 1990'ların sonlarından itibaren Kore, Koreli şirketler arasındaki reklam ve işbirliği ile Türkiye'ye getirildi. Kore kültürü ve Kore dalgası ise 2000'lerin sonunda Türkiye'ye getirildi. Kore'nin Kore dalgası öncesi Türkiye'de belirli bir yeri olduğu göz önüne alındığında, bu sonucun elde edilebileceği sonucuna varılabilir.

Türkiye'de Koreli şirketlerin algılarının tanınmasında Kore ürünlerinin tanınmasında insanların Kore dizilerinden önceki deneyimlerine dayanarak olumlu ve olumsuz değerlendirmeler yapması mümkün gözükmektedir.

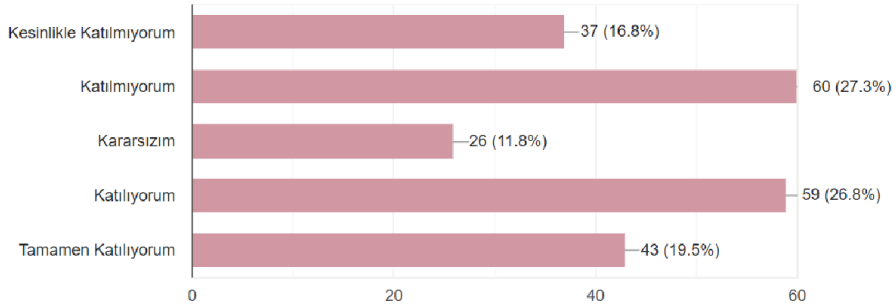
Grafik 31. Anket sonucu 5.3-12

Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore ürünlerini araştırdınız mı? (Makyaj ürünleri, kıyafet, telefon, bilgisayar vb.)



Grafik 57. Anket sonucu 5.4-11

Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore ürünlerini araştırdınız mı? (Makyaj ürünleri, kıyafet, telefon, bilgisayar vb.)



Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore ürünlerini araştırmaya başlayanların oranı %52(132 kişi)'i göstermiştir. Herhangi bir araştırma yapmadığını belirtenler %35,6 (90 kişi)'lik bir dilimi oluştururken, kararsız olduğunu ifade edenler %13 (33 kişi)'lük

kısmı oluşturmaktadır. Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore makyaj ürünlerini satın almak isteyenlerin oranı %50,8 (128 kişi), Kore teknolojik aletleri satın almak isteyenlerin oranı %39.8 (100 kişi), Kore kıyafetlerini satın almak isteyenlerin oranı ise %57.7 (146 kişi)olarak en yüksek orana sahiptir.

Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore ürünlerini araştırmaya başlayanların oranı %46.3(102 kişi)'u göstermiştir. Olumsuz cevabı belirtenler %44.1 (97 kişi)'lik bir dilimi oluştururken, kararsız olduğunu ifade edenler %11.8 (26 kişi)'lük kısmı oluşturmaktadır. Bununla birlikte dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore makyaj ürünlerini satın almak isteyenlerin oranı %43 (95kişi), istemeyenlerin oranı ise %45.3(100 kişi)tür. Kore teknolojik aletleri satın almak isteyenlerin oranı %38.7 (84 kişi), istemeyenlerin oranı ise %47.9 (104 kişi)sonucunu vermiştir. Kore kıyafetlerini satın almak isteyenlerin oranı ise %44 (96 kişi) istemeyenlerin oranı da %44 (96 kişi) olarak görülmüştür.

Daha önce tanıtıldığı bilinen elektronik ürünler söz konusu olduğunda, dizilerin olumlu etkileri kozmetik ve kıyafet gibi yeni ürünlere nispeten daha düşüktür. Kore dalgası üzerine yapılan akademik araştırmalar çeşitli şekillerde gerçekleştirildi. Kore modasının Çin'deki moda algısına olan etkisi sonucunda, Hallyu dalgasının sadece ülkenin marka imajı üzerinde değil, aynı zamanda kurumsal imajı üzerinde de bir etkiye sahip olduğu görülüyor. Ek olarak, Kore Dalgası araştırmalarının sonuçları, Kore imajının olumlu yönde değiştiğini göstermektedir ve Kore ulusal markaları da ürünlerinin imajlarını bu sonuçlar doğrultusunda olumlu yönde değiştirmiş ve geliştirmiştir (Lee, C. & Kim, Y. & Lee, H., 2010:8 vd).

Diğer açılardan da bakıldığında Kore filmlerine, dizilerine, yemeklerine ve modasına olan algılar Kore ulusal marka imajı üzerinde farklı güçlere sahiptir. Bu çalışma anket araştırması modeli kullanılarak hazırlanmıştır. Giysiler ve yiyecekler gibi somut

Kore ürünlerinin Kore ulusal marka imajı üzerinde, diziler gibi kitle iletişim araçları yoluyla aktarılan soyut Kore dalgasının etkisinden daha büyük bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. (Lee, C. & Kim, Y. & Lee, H., 2010:20 vd)

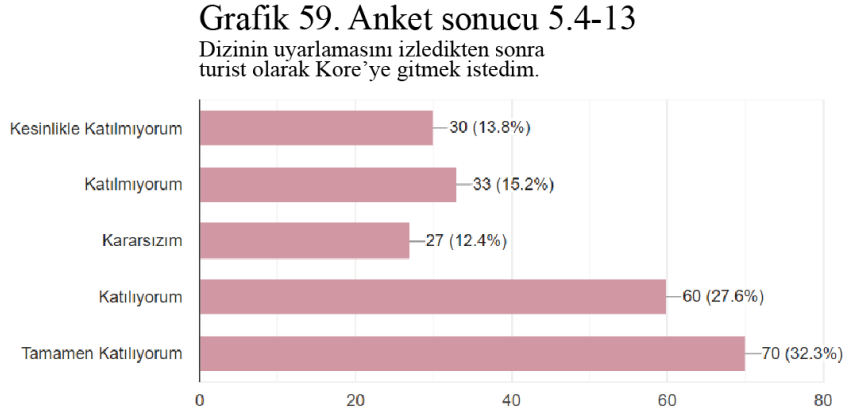
6.3. "She was Pretty" ve "Seviyor Sevmiyor" Dizisinin İzlenmesi Sayesinde Kore'yi Ziyaret Etme Amacı

Kore dalgası kitle iletişim araçlarıyla ziyaretçilerin davranışlarını belli bir yere yükseltir ve yeni turizm şekilleri yaratır. Kore kültürünün içeriği, video, müzik ve yemek gibi popüler kültürlerden oluşmakta ve bu şekilde oluşturulan Kore'nin kültürel içeriği, turistlerin Kore'yi ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilemektedir. Örneğin, 2004'te, "Kış Sonatı" dizisi Japonya'da popüler hale geldi ve Japon turist sayısı yılda sekiz kat arttı (Chosun Ilbo 2004). Bir istatistiksel araştırmaya göre, "Yıldızlardan Yıldızınız" dizisi 2014 yılında Çin'de popüler oldu ve bu sayede Çinli turist sayısı 2015 yılında %28 artarak 794.000'e ulaşmış, 2015'te Kore'yi ziyaret eden 16.2 milyon turist arasından %49'ununda Çinli turistlerden oluşmasını sağlamıştır. Kore Dalgası sayesinde ulusal imaj olumlu yönde değişmiş ve turistlerin Kore'ye olan ilgileri artmıştır bunun sonucunda da Kore'ye gelen turist sayısı günden güne artarak çoğalmıştır.

Grafik 33. Anket sonucu 5.3-14



Grafik 59. Anket sonucu 5.4-13



Dizinin orijinalini izledikten sonra turist olarak Kore'ye gitmek isteyip istemedikleri sorulduğunda %78,2 (197 kişi) oranında olumlu dönütler gelmiştir, ve Kore'yi ziyaret ettim / ziyaret etmeyi planlıyorum düşüncesinde olanlar ise %67,6 (169 kişi)'lik bir kısmı oluşturmuştur.

Dizinin uyarlamalarını izledikten sonra turist olarak Kore'ye gitmek isteyip istemedikleri sorulduğunda %59.9 (130 kişi) oranında olumlu dönüşler gelmiştir, ve olumsuz cevaplar ise %29 (63 kişi)oranında görülmüştür. Kore'yi ziyaret ettim / ziyaret etmeyi planlıyorum düşüncesinde olanlar ise %46.8 (101 kişi)'lik bir kısmı oluşturmuştur.

Ek olarak Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore'de okumak istediğini belirten kişilerin oranı da %60,1 (151 kişi)'dir ve kişilerin ortalama %67,6 (169 kişi)'sı Kore'de yaşamak istediklerini belirtmiştir. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore'de okumak istediğini belirten kişilerin oranı da %46.8(101 kişi)'dir ve olumsuz cevap ise %39,3 (85 kişi) civarında görülmektedir. Kararsızım seçeneğini işaretleyenlerin oranı %15.3 (33 kişi)olarak ortaya çıkmıştır. Uyarlamasını izledikten sonra izleyicilerin %46.1 (100 kişi)'sı Kore'de yaşamak istediklerini belirtmiştir.

Kore'nin orijinal dizisinde ortaya çıkan imaj ve dizideki arka planı doğal olarak Kore turizminin ihtiyaç duyduğu ilgiyi doğurmuş gibi görünüyor. Dahası, orijinal dizi

yoluyla Kore'de okumak ya da yaşamak isteyenlerin ziyaret etkisi turizmde oldukça büyük etkiye sahip görünüyor. Diziye yansıtılan Kore'nin olumlu imajı, Kore'yi ziyaret etme niyetini artırdı. Uyarlama dizi söz konusu olduğunda, dizide Kore kültürü veya arka planı görülmemesine rağmen, Kore imajının hayal gücünden etkilenilen bazı unsurlar uyarlama dizide yer aldı. Uyarlanan dizi ile Kore dizilerine olan ilginin genişlemesi aşağıdaki sonuçların analiz edilebildiği göstermektedir.

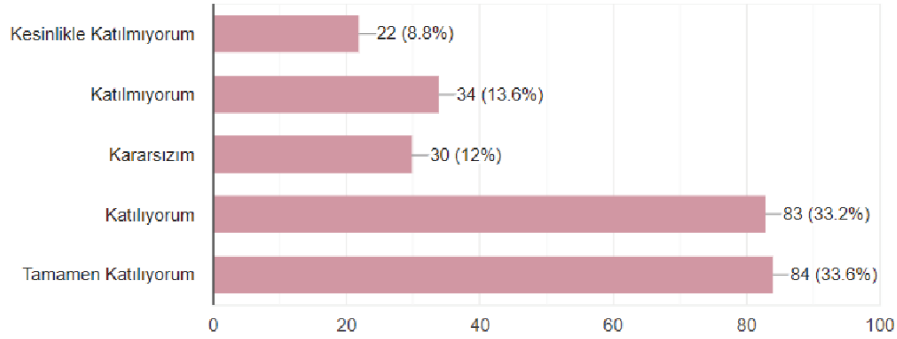
Ayrıca, bazı çalışmalara göre, ziyaretçilerin ülkeyi ziyaret etme niyeti ile ulusal imajı arasında önemli bir korelasyon vardır. Kitle iletişim araçlarıyla yakın ülkelere iletilen bir ülkenin yaşayış tarzı, insanları doğal olarak o ülke hakkında merak duymaya iter. Kore ulusunun imajı ve markasının Kore Dalgası yoluyla geliştirildiği ve Kore Dalgası'nın Kore imajı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu söyleniyor. Ek olarak, araştırmalar Hallyu yıldızlarına duyulan ilginin turistlerin duygusal ve bilişsel görüntülerini etkilediğini ve aynı zamanda Kore'yi ziyaret eden turistlerin davranışını da etkilediğini göstermiştir (Lee, 2016:4-5).

6.4. “She Was Pretty” ve “Seviyor Sevmiyor” Dizisinin İzlenmesi ve Kültürel Etkisi

Kore Dalgası dizilerinin etkileri sadece filmlerde ve şarkılarda değil, aynı zamanda çeşitli kültürel öğelerde de görülmektedir. Örneğin, Kore dizi oyunlarını, filmlerini ve şarkılarını seven insanlar, kullandıkları Korece ile doğal olarak ilgilenir ve sonuç olarak Korece öğrenmek isteyenlerin sayısı artar. Kore dili eğitimi çılgınlığı, Kore ve Korece imajlarını daha iyi hale getirme etkisiyle birlikte gelişmiştir(Park, 2009:24 vd). Kore Dalgası kültürünün yayılmasından bu yana Korece'ye ilgi artmıştır.

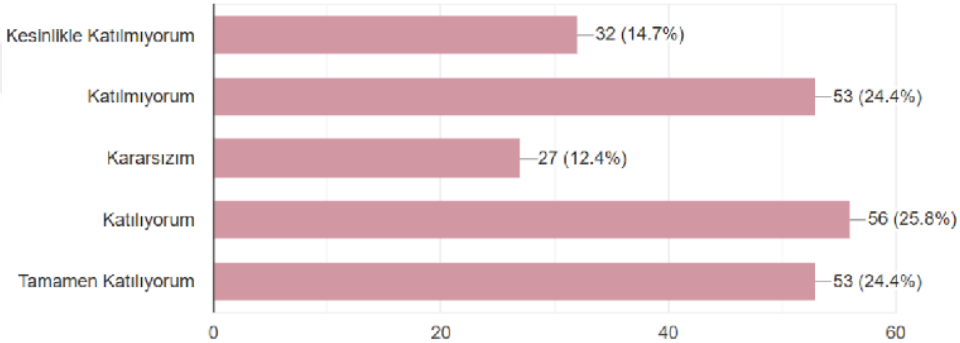
Grafik 41. Anket sonucu 5.3-22

Orijinal diziyi izledikten sonra Kore'nin başka dallarına da ilgim başladı. (k-pop, oyun, spor, karakter vb.)



Grafik 67. Anket sonucu 5.4-21

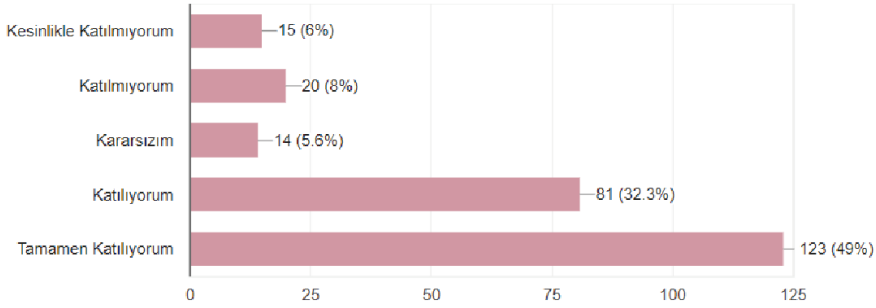
Uyarlama diziyi izledikten sonra Kore'nin başka dallarına da ilgim başladı.(k-pop, oyun, spor, karakter vb.)



Kore dizisini izledikten sonra K-pop, kore oyunları gibi başka içeriklere de ilgim başladı maddesine olumlu yönde katılım gösterenlerin oranı %66.8 (167 kişi) olmuştur. %67,4 (170 kişi) oranında kişi ise Kore kültürüne ilgi duymaya başladığını belirtmiştir. Uyarlama dizisini izledikten sonra K-pop, kore oyunları gibi başka içeriklere de ilgim başladı maddesine olumlu yönde katılım gösterenlerin oranı %50.2 (109kişi) olmuştur. Öte yandan %39.1 (55kişi) olumsuz cevabı vermiştir ve kararsızım seçeneği %12.4 (27kişi)'lik kısmı oluşturmuştur.

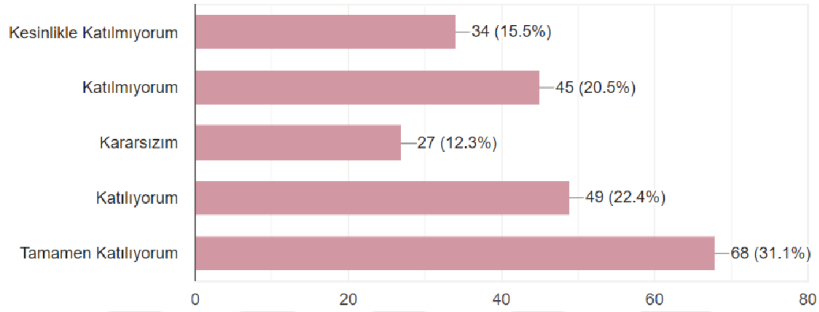
Grafik 37. Anket sonucu 5.3-18

Orijinal diziyi izledikten sonra Korece öğrenmek istedim.



Grafik 63. Anket sonucu 5.4-17

Uyarlama diziyi izledikten sonra Korece öğrenmek istedim.



Ayrıca, “She Was Pretty” dizisinin izlenmesi ve kültürel etkisi olarak kişilerin %81,3 (20 4kişi)’ü orijinal diziyi izledikten sonra Korece öğrenmek istediğini belirtmiştir ve orijinal diziyi izledikten sonra %83,8 (211 kişi) oranında kişi Kore yemekleri yemek/denemek istediğine olumlu dönüş vermiştir. “Seviyor Sevmiyor” dizisinin izlenmesi ve kültürel etkisi olarak kişilerin %53.5 (117 kişi)’i uyarlama diziyi izledikten sonra Korece öğrenmek istediğini belirtmiştir. Olumsuz cevabı %36 (79 kişi)vermiştir ve kararsızım seçeneği %12.3 (27 kişi) oranında kişi tarafından işaretlenmiştir. Uyarlama diziyi izledikten sonra %58 (127kişi) oranında kişi Kore yemekleri yemek/denemek istediğine olumlu dönüt vermiştir.

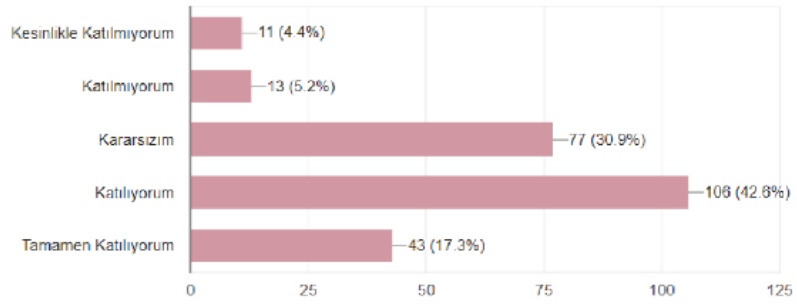
Bu nedenle, Kore dizilerinin izlenmesi sadece diziyi değil diğer içerikleri ve kültürel faktörleri de etkilemektedir. Uyarlama dizi orijinal Kore dizisi kadar etkili değildir, ancak belli bir Kore dalgası etkisi yarattığı görülebilir.

Kore dalgasının yayılmasında kültürel etkilerin yeri oldukça büyük görünüyor.

Örneğin, Kore yemekleri dünyada Japonya'nın suşisi ya da Çin'in yemekleri kadar popüler değildi. Ama Kore dalgasının kültürel etkisi bu durumu tersine çevirdi. Bununla birlikte, Kore kültürüne duyulan ilgi arttıkça, Kore yemeklerine olan ilgi ve talep de moda ve turizmden sonra önemli ölçüde artmıştır. Son 5 yıllık anketlerde Hallyu dalgasının ilk zamanlarına nazaran dizilerde Kore yemeklerine olan ilgilinin % 16'lık oranla daha fazla arttığı tespit edildi. Bu anketlerin sonucu, özellikle Asya'da Kore restoranlarının sayısının artmakta olduğunu ve Kore restoranlarını arayan insanların sayısının da artmakta olduğu göstermiştir. Kore yemek kültürünü merak ettiği için ülkeyi ziyaret etmek isteyen turist sayısı da bu doğrultuda artmıştır.

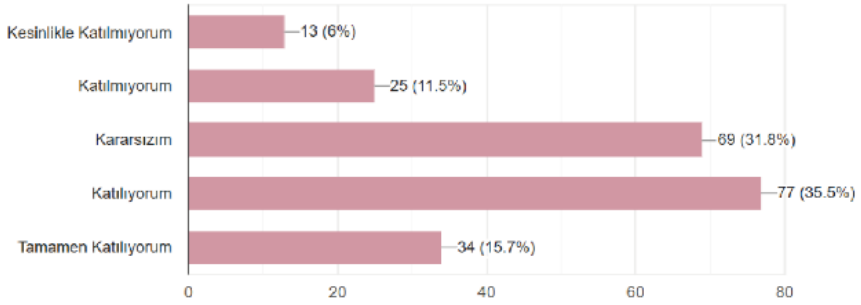
Grafik 45. Anket sonucu 5.3-26

Orijinal dizinin Hallyu Kore dalgasının gelişmesinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?



Grafik 68. Anket sonucu 5.4-22

Uyarlama dizinin Hallyu Kore dalgasının gelişmesinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?



Orijinal dizinin Hallyu'nun gelişmesinde etkili olduğunu düşünenlerin oranı %59.9 (149 kişi) olarak ortaya çıkmıştır ve orijinal dizide Kore kültürünün yeterince anlatıldığını düşünüyor musunuz sorusuna %40.1 (99 kişi) oranında kişiden olumlu yönde dönüşler

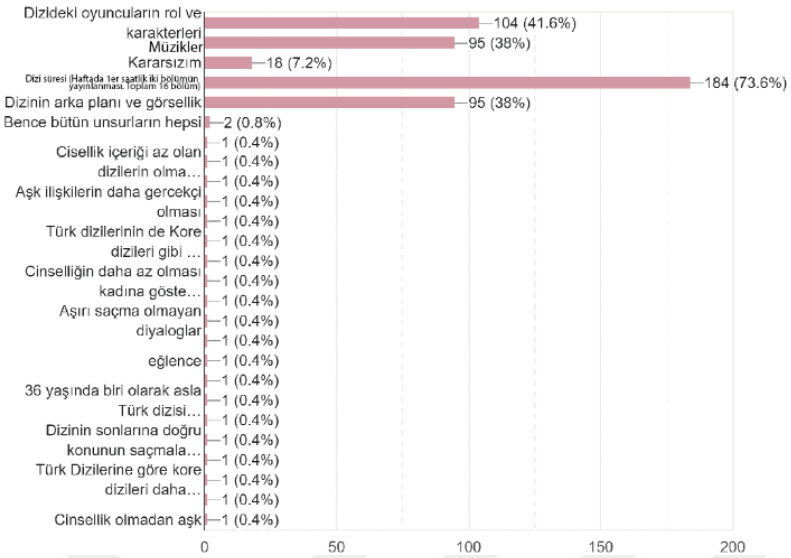
alınmıştır. Katılmıyorum görüşünde olanların oranı ise %22.7 (56 kişi) olarak görülmüştür. Ve kararsızım seçeneğini tercih edenlerin oranı %39.3 (97 kişi)'u göstermektedir

Uyarlama dizinin Hallyu'nun gelişmesinde etkili olduğunu düşünenlerin oranı %51.2(111 kişi) olarak ortaya çıkmıştır ve olumsuz cevabı %17.5 (38 kişi), kararsız seçeneğinde %31.8 (69 kişi) oranı çıkmıştır. Uyarlama dizide Kore kültürünün yeterince anlatıldığını düşünüyor musunuz sorusuna %32 (70 kişi) oranında kişiden olumlu yönde dönüşler alınmıştır. Katılmıyorum görüşünde olanların oranı ise %42.9 (94 kişi) olarak görülmüştür. Ve kararsızım seçeneğini tercih edenlerin oranı %23.8 (63 kişi)'u göstermektedir.

Yeniden yapılan diziler, anket öncesi yerelleştirme özellikleri nedeniyle Kore kültürünü içeremediğinden, Kore dalgası etkisinin ortaya çıkmasının zor olacağı ilk beklentiden farklıdır. Uyarlama dizi, yerelleştirme özellikleri nedeniyle Kore kültürünü içeremese de, Kore dalgası etkisinin olduğu görülebilir. Bu durum iki faktör olarak yorumlanabilir: Birincisi, uyarlama dizinin popülaritesi orijinal diziye ilgiye neden olur ve Kore dalgasının etkisi olabilir, ikincisi, Kore dizisinin uyarlama dizideki unsurları gösterilmez. Bu ilgiye yol açan Kore dalgası etkisi olarak görülebilir.

Grafik 43. Anket sonucu 5.3-24

Orijinal diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de olmasını istediğiniz şeyler var mı?



Orijinal diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de olmasını istediğiniz şeyler sorulduğundan en çok istenen unsurun %73.6 (184 kişi) kişilik oranla "Dizi süresi (Haftada 1'er saatlik iki bölümün yayınlanması. Toplam 16 bölüm) olduğu görülmüştür. İkinci olarak %41.6(104 kişi) oranında kişi "Dizideki oyuncuların rol ve karakterleri" unsurunu seçmiştir. Bunun yanısıra %38 (95 kişi) oranında kişi "Müzikler" ve "Dizinin arka planı ve görsellik"' unsurlarının da Türk dizilerinde bulunmasını istediklerini ifade etmiştir. Orijinal diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de aynı kültürel unsurların yer almasını istediğiniz unsurlar arasında en çok seçilen 3 taneden ilki "Yaşam tarzı" (122 kişi)'dır. İkinci olarak "Arkadaşlık ilişkileri (121 kişi)"seçilmiştir. Sonrasında ise "Sevgili ve karı-koca ilişkileri (102 kişi)" seçilmiştir.

Bu unsurlar Kore dizilerinin yalnızca Türkiye'de değil, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'da da sevilen unsurlardan birkaçıdır. Kore yapımlarında genellikle sezonluk dizi anlayışı yoktur ve dizi yayınlanmadan önce kaç bölüm olacağı ve final bölümü belirlenir. Dizi uzun olsa bile bir bölüm bir saat yirmi dakikayı geçmez ve genellikle bir saatte biter. Ayrıca, çoğu dizi mini seri formatına sahip olduğundan, diziye yeni başlayan

izleyicilerin sıkılmamaları ve tereddüt etmeden keyfini çıkarmaya başlaması sağlanmış olur. Çoğunlukla sezonluk dizi formatı kullanan ülkelerin izleyicilerine Kore dizileri, uzun süreli bir film gibi gelir.

Son zamanlarda Kore dizi pazarı rekabet yüzünden aşırı derecede kızıştı. Diziler sadece devlet kanalları tarafından değil, aynı zamanda birçok özel kanal tarafından da yapılıyor. Hatta artık diziler sadece dizi kanallarında değil, film kanallarında da, müzik kanallarında da, yemek kanallarında da yayınlanmaktadır. Geniş seçenek yelpazesi olan tüketiciler, yeni ve taze materyallerden oluşan diziler tercih etmektedir ve sürekli varolandan çok yeni bir materyalden oluşan dizilere yönelirler. Bu nedenle dizi yapımcıları, ciro oranının yüksek olduğu mini dizilerin çoğunu ödünç almaktadır. Mini dizilerin tercih edilmesinin bir diğer önemli sebebi de sosyolojik olarak Kore toplumunun karakteristik özelliğidir. Her konuda hızlı düşünmeye odaklı Kore toplumu için uzun süre devam eden diziler sıkıcı olmaktan öteye geçmez.

Bununla birlikte Kore dizileri tarihinde, 1950'lerin ortasından, Kore Savaşı'ndan sonra 1990'ların başlarına kadar, Kore toplumu, uzun süre hem siyasi hem de ekonomik olarak, bir çok hayal kırıklığı, baskı ve üzüntüden muzdarip olmuştur. 1990'lı yıllarından başlarından itibaren Kore toplumu siyasi ve ekonomik olarak istikrarlı hale gelmeye başladı. Bunun sonucunda özgürlük ve bolluk içeren eğlence dizileri, baskı ve hüzün içeren ciddi diziler yerine üretilmeye başlandı. Ayrıca, dizilerin ana hedefi orta yaşlılardan gençlere doğru değişmiştir ve trend diziler popüler hale gelmiştir. Dizilerde gösterilen karakterler ve ilişkiler çok ileri görüşlü bir anlayışı benimseyerek ifade edildi; arka plan, atmosfer ve müzik modern bir şekilde ifade edilmiştir. Kore'de diziler, doğu oryantal unsurlarını kullanarak Batı'nın ifade kalıplarıyla üretildi. Böylelikle Kore dizilerinin özel unsurları nedeniyle, Kore dizilerinin popülaritesi gençler arasında sıcak tepkiyle karşılandı ve Türkiye'de de yapılan ankette cevaplanan unsurların sonucu da bu değerlendirmeyi doğrular niteliktedir.

SONUÇ

Bu çalışma, 2000'li yılların sonlarından itibaren Türkiye'deki Kore Dalgası dizilerinin popülerliğini ve buna etki eden faktörleri analiz etmektedir. Özellikle, asıl amaç, izleyicilerin konumları hakkında anketler yaparak bulgulara ulaşmak ve araştırma sorularına cevap üretmektir.

Hallyu dizilerinin Hallyu etkisi üzerine çeşitli şekillerde çalışmaları yapılmıştır, ancak uyarlama dizilerde Kore Dalgası etkisi üzerine çok az araştırma vardır. Bunun için, Hallyu dizisinin ve uyarlama dizinin Kore Dalgası etkisini ortaya çıkarmak amacıyla, Hallyu dizisi olan "She was Pretty" ve bunun uyarlaması "Seviyor sevmiyor" dizisini seçip anket yapıldı. Anket sonucunda, orijinal Kore dizisi sayesinde çeşitli alanların içeriği genişletildi, Kore ürünlerinin imajı ve satın alma niyeti geliştirildi. Ayrıca, Kore'yi ziyaret etme niyetine büyük bir olumlu tepki gösterildi ve Kore eğitimi ve Kore yemeği gibi kültürel etkilere olumlu tepkiler verildi.

Uyarlama dizisi anketinin sonucunda, dizinin izlenmesi sayesinde insanların ilgisi kore dizilerine yöneldi ve bu durum içerik ilgisinin artmasına ve Kore imajının gelişmesine de olumlu yanıt gösterdi. Buna ek olarak, ürünlerin imajını geliştirme ve satın alma isteği, Kore'yi ziyaret etme niyeti ve kültür etkisi, olumlu ve olumsuz yanıtların neredeyse benzer olduğunu veya olumlu yanıtların daha sık olduğunu göstermiştir. Anket yapılmadan önce, uyarlama dizilerde ülkeler dizileri yerelleştirdiği için Kore kültürü görülmemekteydi bunun sonucunda Kore dalgası etkisinin ortaya çıkmasının zor olacağı öngörülebilirdi fakat sonuçlar bu görüşten farklı oldu. Uyarlama dizi de Kore kültürünü taşımamasına rağmen, Kore dramalarına ve diğer içeriklere ilgi duymaya yol açmaktadır. Orijinal dizideki kadar Kore dalgasının etkisi olmasa da, Kore dalgası etkisinin uyarlama dizide de görülebileceği yorumlanmaktadır.

Araştırma sonucunda Kore dizilerinin Türk uyarlamalarıyla son 15 yıldır fazlaca

karşılaşma nedenlerinden görece en önemli unsurun; Batılılaşma karşısında Hallyu etkisinin bir uzantısı olan Kore dizilerininde, Türk toplumunun kültürel yaşam pratiklerine olan yakınlığı ve geleneksel ataerkil yapıda yayılan teknoloji nedeniyle kültürel etkileşim ve popülarizasyon da dünyanın hemen her yerine aynı hızda etki etmeye başlamıştır. Dolayısıyla "Trend olan" her şey büyük bir pazar haline gelmiştir.

Ritchie, küreselleşme (Globalization) ve küresellik (Globalism) kavramları arasında ayrım yapar. Dünya şimdi küreselleşme (Globalization) ve küresellik (Globalism) dönemine ulaştı. Herhangi bir kültürün monotonluğu ve ekonomisinin standardizasyonunun ötesinde insanlığın bir arada yaşamasını sürdüren çeşitliliği bırakmamamız gerektiğine dikkat edilmelidir.

Kore Dalgası, geçici popülerliği aşarak bu popülerliğinin ötesinde yeni bir kültür oluşturmaya başladı. Kültürel anlamda İlk kez dizilerle başlatılan Kore dalgası, daha sonra müzikten ve filmlere modadan Kore yemeklerine kadar Kore hakkında çok çeşitli boyutlarda olumlu algılar yaratarak yayılmıştır. Ek olarak, Kore dalgası yakın zamanda uyarlama dizi ve film şeklinde yabancı ülkelerde yerelleşmeye uygun olarak çeşitli şekillerde ortaya çıkmıştır. Kore dalgasının artık Kore kültürünün ihracatının ötesinde daha aktif kültürel ve ekonomik alışveriş ile hep birlikte yaşayabilecek duruma gelmesi ümit edilmektedir. Birbirlerini kan kardeş olarak nitelendiren Kore ve Türkiye, dostane bir ilişki sürdürmektedirler. Kore Savaşı sebebiyle, bu savaşçı ulusların ilişkileri daha da arttı. 1990'ların sonunda, Kore şirketleri arasında ilk defa Hyundai Motor, Türkiye'de Izmit'te bulunan Kibar Holding ile bir Hyundai Motors fabrikası kurmak için işbirliği yaptı. LG Electronics, 2000'li yıllarda Koç Gruba ait Arçelik ile işbirliği içinde bir klima fabrikası kurdu. Ayrıca, kumaş, boya üretimi ve otomobil parçaları da işbirlikli bir şekilde aktif olarak yapılmaktadır.

Son iki yıldan beri ekonomik alışverişi aşarak artık kültür pazarlarında aktif olarak

faaliyet göstermeye başlamış ve “Yol Arkadaşım”, “Aile Arasında”, “Deliha 2” gibi yaklaşık 25 film projesine Kore şirketlerinden CJ E&M ile Türk yapımcılar BKM ve TAFF ortaklaşa yatırım yapmışlardır. Ayrıca Kore’de popüler filmler olan "Spy", "Suspicious Girl" ve "Hodogaya" Kore ve Türk yapımcıların uyarlamak için ilgilerini cezbetmiştir. Kore dalgasına olan ilgi son 15 yılda daha da artmaya başladı, bu ilgi sadece ekonomik alışverişte değil artık uyarlama diziler ve film formları ile kültürel alışverişte de artışı sağlamıştır.

Ayrıca, Türkiye ve Güney Kore Hollywood filmlerinin hükmedemediği dünyadaki az sayıda ülkelerdendir. Güney Kore ve Türkiye’de kültürel içeriğe bağlı iç pazarın büyük bir büyüme potansiyeli vardır. Türkiye'nin medya içeriği, yalnızca komşuları Orta Doğu ve Orta Asya ülkelerinde değil aynı zamanda Güney Amerika ülkelerinde de popüler olacak kadar ünlüdür. Türkiye, yıllık 350 milyon dolarlık dizi ihracat geliri ile ABD'den sonra gelen dünyanın en büyük ikinci ülkesidir. Kore Dalgası'nın Türkiye’deki ideal geleceği, iki ülke arasındaki çeşitli kültürel akış oluşumuna ve etkileşimli bir alışverişe dayanmaktadır. Bu ideal algılara dayanarak, iki ülkenin kültürel ve ekonomik alışverişleri serbest rekabet yoluyla değil, birbirine bağımlı ilişkilerle gelişeceği umulmaktadır. Son olarak medya içeriği üretimi ve ihrac atı ile bir ülkenin kültürüne yönelik ilginin artması arasında güçlü bir ilişki vardır. Ayrıca dizi ile yükselen ilginin ekonomik getirilerinden ve ülke markalarının tüketilmesinden çok mutfak kültürünü, dilini ve müzik ve sanatını öğrenmeye yönelik olması da önemlidir.

Araştırmanın sonucunda Kore dalgasının ekonomik, tarihsel, turizm, genel ülke imajı yönünden en çok ise kültürel yönden Türkiye’de olumlu etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Yapılan ankette orjinal diziden ve uyarlama diziden ne kadar etkilenildiği gözlemlenmeye çalışılmıştır. Anket sonuçlarından elde edilen verilere göre her iki diziden de etkilenildiği fakat orjinal dizinin Kore dalgasını daha etkili bir şekilde yayılmasına ve kore dalgasıyla birlikte gelen kültürün benimsenmesinde etkili olduğu görülmüştür.

KAYNAKÇA

Bae, J., (2005), **An Analysis on the Factors in Drama Ratings - Focusing on the Drama Attributes and Audience Factors,** Korean Association for Broadcasting & Telecommunication Studies

Choi, M., (2012), **The Effects of Wave on Korea's Exportation,** International Commerce and Information Review

Chosun Biz reportage, (2014), http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2014/05/09/2014050902268.html

Chosun Daily, (2004), http://m.chosun.com/svc/article.html?sname=news&contid=2004090770016#Redyho

Chosun Daily, (2004), http://m.chosun.com/svc/article.html?sname=news&contid=2004090770016#Redyho

Çizmeci E. (2018), **Kültür Endüstrisi ve Kültürel Küreselleşme Kavramları Bağlamında Kore Dalgası dizileri,** Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

DINH, T. D., (2018), **The Influence of Country Image of Korea and Product Image on the Purchase intention of Vietnamese cosmetic Consumer,** Dong-Eui University

Dong-A Daily, (2004). https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=104&oid=020&aid=0000245441

Dong-A, (2004), https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=104&oid=020&aid=0000276270

Fırat, D,. (2017), **Küresel yönde ters akış: Asya'dan doğan alternatif bir popüler kültür,** Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi

Hankyoreh newspaper, (2006). http://www.hani.co.kr/arti/culture/music/121510.html

Hankyoreh newspaper, (2018). http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/874829.html)

Heo, J., (2002). **The 'Hallyu(Korean Syndrome)' Phenomenon and the Acceptability of Korean TV Dramas in China,** Korean Association for Broadcasting & Telecommunication Studies

Herald Economic Daily, (2004). https://entertain.naver.com/read?oid=016&aid=0000150886

Hong, S,. (2013), **Hallyu as a Digital Culture Phenomenon in the Process of Globalization,** Han-ul academi

https://movie.daum.net/moviedb/main?movieId=110917
https://tr.wikipedia.org/wiki/Kore%27de_Savaşan_Türkler_Anıtı
https://www.sinemalar.com/film/243390/ayla

Hwang, I & Jo, E., (2008), **Effects of Korean Drama Satisfaction on the Purchase Intention for Korean Cellular Phones in the Chinese Market,** Korean Marketing Association

Jo, H., (2003). **The history and prospect of broadcasting in korea,** Hanul akademi

Joy News24, (2004), https://entertain.naver.com/read?oid=111&aid=0000001917

Jung, Y., (2005). **A study of Korean society's changes and television dramas: The concept of the ' emotional structure ' of Raymond Williams,** Korea university

K-DRAMA: A New TV Genre with Global Appeal 12.12.2011., Korean Culture and information service

Kang-Won Daily, (2014). https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=103&oid=087&aid=0000022324

Kang, G., (2012). **An Exploratory Study on The Hallyu(Korean Wave) Tourism in The Middle East Market,** Journal & Article Management System

Kang, M., (2014), **The Study on the Economic Effect of Korean Wave-Case On The China,** Woosuk university

Kang, M., (2014). **The Study on the Economic Effect of Korean Wave - Case On The China,** Woosuk University

Kim, B. & Kim, Y. & Ma, D. & Beak, M. & Won, Y. & Yun, S. & Choi, I. & Han, J., (2011) **Korea Television broadcast 50 years**, The Korean Society for Journalism & Communication Studies

Kim, H., (2016). **Leveraging the sustainable cultural communication in Turkey**, The society of Sustainability science

Kim, S., (2014), **Global expression of traditional culture.** Communication Books.

Kim, Y. & Kang, B., (2016) **A Study on Foreigners' Acceptance Responding onto Intention of Hallyu Contents Production – Focusing on Events in Istanbul Gyeong-Ju Culture Exposition,** The Korean Entertainment Industry Association

Ko, J. & Lee, A. & Kang, S., (2005), **A plan for the continuation of Korean Wave,** Samsung Economic Research Institute

Korea Entertainment Management Association, (2016), http://www.cema.or.kr/bbs/board.php?bo_table=1&wr_id=34

Korea Joongang Daily, (2018), https://news.joins.com/article/22629459

Korea tourism organization 2019 http://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/KoreaMonthlyStatistics/eng/inout/inout.kto

Korean Foundation for International Cultural Exchange, (2017), **Hallyu Effects Research Report**

Korean Foundation for International Cultural Exchange, (2019), **Overseas Hallyu Effects Survey.** Korean Foundation for International Cultural Exchange

Korean Foundation for International Cultural Exchange, (2019). **Survey of Hallyu Facts,** Korea Creative Content Agency all rights reserved, Korean Foundation for International Cultural Exchange

Korezin, (2016), https://www.korezin.com/2016/03/09/she-was-pretty-turkiye-uyarlamasi-ilk-askim-dizisinin-kadrosu-aciklandi/

KOTRA(Korea Trade-Investment Promotion Agency) Global News, (2017), https://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/album/2/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=159376&searchNationCd=101026

Kukmin Daily, (2004). https://entertain.naver.com/read?oid=005&aid=0000163817

Lee, C. & Kim, Y. & Lee, H., (2010) **The Effects of Different Types of Hanryu on Korean Nation Brand Image, on the Perception of Corporations and Products/Services,** Korean Association for Advertising and Public Relations

Lee, G., (2004), **Hallyu and public TV dramas,** Korean Association for Broadcasting & Telecommunication Studies

Lee, H., (2007), **Siyasi, ekonomik, askeri ve kültürel açıdan: Türkiye-Kore ilişkileri,** Türk Tarih Kurumu

Lee, H., (2017). **Hallyu effects "What is Love?" Starting in China 20 years ago,** MBN news https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2017/06/393403/ews.

Lee, J.&Kim, Y., (2018) **A Study on the Relationship between Korean Wave and National Brand Attitude : Focused on the Moderating Effect of Cultural Dimensions.** The korean Advertising & Practitoners Society

Lee, J., (2006). **Soft Power of Korea in Global Era: A Study on the Expansion of Korea Wave,** Chonnam National University

Lee, J., (2016), **Effect Relationship among Korean Wave Involvement, National and Tourist Destination Image and Visit Intention,** The Journal of the Korea Contents Association '16 Vol. 16 No. 10

Lee, N., (2012). **The Current Status and Prospect of the Korean Wave in Turkey - Focused on the Korean Wave Fan Club 'Koreafans',** Institute of Middle Eastern Affairs

Lee, Y. & Lee, J. & Jung, Y., (2014), **The Effects of Different Types of Hallyu on Perception of Korean National Identity and Korean Nation Brand Equity,** Korea Advertising Society

Lee, Y., (2014). **Video Content Production Dictionary,** Communication Books. https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3350691&cid=58190&categoryId=58190

Namu Wiki, (2019), https://namu.wiki/w/%EB%8C%80%EC%9E%A5%EA%B8%88

News1, (2016), http://news1.kr/photos/details/?2159936

Oh, D., (2014). **Korean Wave of Middle East Reflected in Middle East's Media - The Phenomenon, Success Reasons, Success Effects and Problems,** Institute of Asian Culture Studies

Oh, T., (2011). **A study on the introduction of Korean TV dramas in Japan -focusing on the analysis of the causes,** The Korean Association of Contemporary Japanes Studies.

Park, S., (2009), **International Transactions of Korean Wave,** Ewha Womans University

Ryu, S., (2014), **Impacts of Korean Waves on Thailand Users in Forming National Image of Korea,** Associate Professor, Dept. of Broadcasting & Media Arts, Tongmyong University

SBS news, (2004) https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N0311614650

Shim, R., (2008), **Comprehensive information system for Korean people.** The Academy of Korean Studies

Shin, C., (2007) **Contemporary History of Korea-Naver Encyclopedia,** Hyungseul Publish-

ingHouse. https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2164816&cid=44411&categoryId=44411#__datalab

Shin, H., (1998). **The Essence and Characteristics of Globalization**, Korea Labor Institute

Son dakika Star, (2016), https://www.star.com.tr/dizi/seviyor-sevmiyor-dizisi-konusu-oyuncu-lari-haber-1119786/

Taşdemir, E.,(2018) Fandom: **Güney Kore Hayranliği Ve Bir Kültür Taşiyicisi Olarak Güney Kore Dizileri,** akdeniz üniversitesi

THE CYBER UNIVERSITY OF KOREA_ http://www.cuk.edu/popup/cms/38552.do

The Korea Economic Daily, Hankyung (2017) https://www.hankyung.com/entertainment/article/2017112333981

Türkiye'nin Film ve dizi haber sitesi, (2018), http://www.filmdizihaber.com/kore-dizlerinden-uyarlanan-ve-izlenme-rekoru-kiran-23-turk-dizisi/

Türközü, G., (2007). **The Korean Wave(HALLYU) and Korean Education in Turkey,** International Network For Korean Language And Culture

Türközü, G., (2014). **Korean Language Education in Turkey and Changes in the Type of Korean Learners,** Journal of Korean Culture

Wang, C. K. & Lamp, C. W. (1983). **The Impact of Selected Environmental Forces Upon Consumer's Willingness to Buy Foreign Products.** Journal of Academy of Marketing Science

Wang, Y., (2018), **Comparative Analysis of Korean and Chinese Remake TV Series -Focused on <Scarlet Heart>/<Moon Lovers-Scarlet Heart·Ryeo> and <She was Pretty>/<Pretty Li Hui Zhen>,** Konkuk University

Wikipedia (2019) https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%8C%80%ED%95%9C%EB%AF%BC%EA%B5%AD_%EB%AC%B8%ED%99%94%EA%B3%B5%EB%B3%B4%EB%B6%80

Wikipedia 한국드라마제작사(2019) https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%8C%80%ED%95%9C%EB%AF%BC%EA%B5%AD%EC%9D%98_%ED%85%94%EB%A0%88%EB%B9%84%EC%A0%84_%EB%93%9C%EB%9D%BC%EB%A7%88_%EC%A0%9C%EC%9E%91%EC%82%AC_%EB%AA%A9%EB%A1%9D

*Wikipedia, https://ko.wikipedia.org/wiki/*한류

Yang, P,. (2006), **A Study on Reception of Korea TV Drama "Dae Jang Geum" in China,** Chungnam National University

Yang, S.,(2014). **More romanticism than eroticism,** Communication Books. https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2275800&cid=42219&categoryId=51198

Yonhap News, (2004). https://entertain.naver.com/read?oid=001&aid=0000741183

Yonhap News, (2004). https://entertain.naver.com/read?oid=001&aid=0000771312

Yoo, J., (2017), **The Analysis of the Newspaper Articles on 'Korean Wave' in Turkey,** The international cultural institute of Chosun University.

Yoo, S.& Kim, S., (2010), **An Analysis of Factors which Affect the Rating of Drama ; Focusing on the Production Factors of Outsourcing Drama,** SBS Cultural Foundation

Yoo, S., (2009). **Hallyu, Beyond Asia to the world,** Korean Foundation for International Cultural Exchange

Yoon, H., (2016). **20 years of Hallyu, Memoirs and reflection** https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=3546341&cid=42219&categoryId=58567**,** Communication Books

ANKET FORUMU

ORİJİNAL KORE DİZİSİ "SHE WAS PRETTY" VE TÜRKİYE UYARLAMASI "SEVİYOR SEVMİYOR" DİZİLERİNİN İZLEYİCİLERDE YARATTIĞI HALLYU ETKİSİ

Sevgili katılımcılar,

Dünyayı etkisi altına alan Hallyu, Türkiye'de de günden güne popülaritesini arttırmaktadır. Bu anket, orijinal Kore dizisi ve uyarlama Kore dizilerini izleyen insanlardaki Hallyu etkisinin yansımasını göstermektedir.

1.bölümde kişisel bilgiler, 2. Bölümde orijinal dizilerin izleyiciler üzerindeki etkisi ve 3. Bölümde de uyarlama dizilerin izleyiciler üzerindeki etkisini belirlemeye yarayan sorulara yer verilmiştir.

Anket sonuçlarının objektif olabilmesi için sorulara samimi cevap vermeniz gerekmektedir. Anket üzerine adınızı yazmayınız. Uygun bulduğunuz şıkkı işaretleyiniz.

Zaman ayırıp yardımcı olduğunuz için teşekkür ederiz.

1. BÖLÜM
Kişisel Bilgiler

1. Cinsiyet

☐ Erkek☐ Kadın

2. Yaş

☐ 12-18 ☐ 19-24 ☐ 24-29 ☐ 29-34 ☐ 34 +

3. Meslek

☐ İşçi

☐ İşsiz

☐ Memur

☐ Kendi işinin patronu

☐ Öğrenci

Öğrenci şıkkını işaretleyen kişilerin öğrenim durumlarını belirtmeleri rica olunur.

☐ Ortaokul

☐ Lise

☐ Lisans

☐ Eğitim Fakültesi ☐ Edebiyat Fakültesi ☐ Fen Fakültesi ☐ Sağlık Bilimleri Fakültesi ☐ Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Fakültesi ☐ Diş Hekimliği Fakültesi ☐ Eczacılık Fakültesi ☐ Hemşirelik Fakültesi ☐ Tıp Fakültesi ☐ Güzel Sanatlar Fakültesi ☐ İletişim Fakültesi ☐ Hukuk Fakültesi ☐ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ☐ Mühendislik Fakültesi ☐ Spor Bilimleri Fakültesi ☐Mimarlık Fakültesi ☐İlahiyat Fakültesi ☐ Ziraat Fakültesi ☐Veteriner Fakültesi

☐ Yüksek Lisans

☐ Eğitim Fakültesi ☐ Edebiyat Fakültesi ☐ Fen Fakültesi ☐ Sağlık Bilimleri Fakültesi ☐ Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Fakültesi ☐ Diş Hekimliği Fakültesi ☐ Eczacılık Fakültesi ☐ Hemşirelik Fakültesi ☐ Tıp Fakültesi ☐ Güzel Sanatlar Fakültesi ☐ İletişim Fakültesi ☐ Hukuk Fakültesi ☐ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ☐ Mühendislik Fakültesi ☐ Spor Bilimleri Fakültesi ☐Mimarlık Fakültesi ☐İlahiyat Fakültesi ☐ Ziraat Fakültesi ☐Veteriner Fakültesi

☐ Doktora

☐ Eğitim Fakültesi ☐ Edebiyat Fakültesi ☐ Fen Fakültesi ☐ Sağlık Bilimleri Fakültesi ☐ Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Fakültesi ☐ Diş Hekimliği Fakültesi ☐ Eczacılık Fakültesi ☐ Hemşirelik Fakültesi ☐ Tıp Fakültesi ☐ Güzel Sanatlar Fakültesi ☐ İletişim Fakültesi ☐ Hukuk Fakültesi ☐ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ☐ Mühendislik Fakültesi ☐ Spor Bilimleri Fakültesi ☐Mimarlık Fakültesi ☐İlahiyat Fakültesi ☐ Ziraat Fakültesi ☐Veteriner Fakültesi

4. Medeni Durumu

☐ Bekar ☐ Evli

5. Aylık Gelir

☐ 0-1600TL ☐ 1600-2000TL ☐ 2000-2500TL ☐ 2500-3000TL ☐ 3000TL'den fazla

6. Alışverişlerinizde ürünlerin Kore markası olup olmamasını önemsiyor musunuz?

☐ Evet ☐ Hayır

7. Bildiğiniz Koreli ünlü var mı?

☐ Evet ☐ Hayır

8. "She Was Pretty" orijinal Kore dizisini izledim

☐ Evet ☐ Hayır

9. "She Was Pretty" dizisinden uyarlama "Seviyor Sevmiyor" dizisini izledim

☐ Evet ☐ Hayır

* İki diziyi de izlemeyen katılımcıların anketi doldurmamaları rica olunur.

* Sadece orijinal dizi olan "She Was Pretty" dizisini izleyen katılımcıların 1. Ve 2. Bölümü doldurmaları yeterlidir.

* Sadece uyarlama dizi olan "Seviyor Sevmiyor" dizisini izleyen katılımcıların 1. Ve 3.. Bölümü doldurmaları yeterlidir.

* İki diziyi de izleyen katılımcıların her bölümü doldurmaları rica olunur.

2. BÖLÜM

"She Was Pretty" Dizisinin Orijinalinin İzlenmesi Sayesinde Kore Dizilerinin Tercih Derecesi ve Hallyu Algısı

1. Dizinin orijinalini izlemeniz Kore hakkında iyi bir izlenim kazanmanıza yardımcı oldu mu/izlenim kazandınız mı?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım

☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

2. Orijinalini izlediğiniz dizide en çok dikkatinizi çeken/hoşunuza giden kültürel yaşam unsurları nelerdir? Aşağıdaki derecelendirmeye göre işaretleyiniz.

Sevgili ve Karı-koca İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Arkadaşlık İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Aile İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Eğitim Sistemi ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

İş Dünyası ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐ Az ☐Hiç

Yaşam Tarzı ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Diğer_____

3. Orijinalini izlediğiniz dizide en sevmediğiniz kültürel yaşam unsurları nelerdir?

Sevgili ve Karı-koca İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Arkadaşlık İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Aile İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Eğitim Sistemi ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

İş Dünyası ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐ Az ☐Hiç

Yaşam Tarzı ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Diğer_____

4. Orijinalini izlediğiniz dizinin sevilmesine etki eden kısımlar

- Dizideki oyuncuların rol ve karakterleri
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç
- Müzikler
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç
- Dizi süresi (Haftada 1er saatlik iki bölümün yayınlanması. Toplam 16 bölüm)
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Dizinin arka planı ve görsellik
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Oyuncuların güzellik/yakışıklılık/tatlılık durumu
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Hikayenin etkileyiciliği/farklılığı
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Kore modası(giyim tarzı, saç, makyaj vb…)
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Cinsellik/ Sex odaklı olmayan aşk
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Kore güzellik standartları
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Kore kültürü ile Türk kültürünün ortak noktaları
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Konuşma Tarzı(uzatmalar, dile özgü kelimeler vb…)
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Diğer_____

5. Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore dizilerine ilginiz arttı mı?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

6. Orijinal diziyi izledikten sonra, dizide oynayan oyuncuları araştırdığınız ya da yazar veya oyuncunun yer aldığı başka dizi yapımlarını izlediğiniz oldu mu?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

7. Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore fan sayfalarına girdiğiniz oldu mu?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

8. Dizinin orijinalini izledikten sonra fan sayfalarını takip ediyor ya da Kore dergilerini okuyor musunuz?

☐ Günde bir kez siteye giriyor ve dergi okuyorum

☐ Haftada 3-4 kez siteye giriyor ve dergi okuyorum

☐ Ayda 4-6 kez siteye giriyor ve dergi okuyorum

☐ Ayda 1-3 kez siteye giriyor ve dergi okuyorum

☐ Hiç

9. Orijinal dizi sayesinde Türklerin Kore'ye sempati duyduğunu düşünüyor musunuz?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

10. Orijinal dizi sayesinde Türklerin Korelilere yaklaşımında bir fark olduğunu düşünüyor musunuz?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

"She Was Pretty" Dizisini İzledikten Sonra Kore Ürünlerinin Satın Alınma Amacı

11. Samsung, Hyundai, Kia, Lg vb. markaların Kore şirketi olduğunu"She Was Pretty" dizisini izledikten sonra öğrendim.

☐ Evet bilmiyordum, sonradan öğrendim.

☐ Hayır biliyordum

1. Dizinin orjinalini izledikten sonra Kore ürünlerine olan algınız değişti mi?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

2. Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore ürünlerini araştırdınız mı?(Makyaj ürünleri, kıyafet, telefon, bilgisayar vb.)

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

3. Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore makyaj ürünlerini satın almak istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

4. Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore kıyafetlerini satın almak istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

5. Dizinin orijinalini izledikten sonra menşei Kore olan teknolojik aletleri satın almak istedim

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

"She Was Pretty" Dizisinin İzlenmesi Sayesinde Kore'yi Ziyaret Etme Amacı

1. Dizinin orijinalini izledikten sonra turist olarak Kore'ye gitmek istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

2. Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore'de okumak istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

3. Dizinin orijinalini izledikten sonra Kore'de yaşamak istedim

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

4. Orijinal diziyi izledikten sonra Kore'yi ziyaret ettim/ ziyaret etmeyi planlıyorum.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

"She Was Pretty" Dizisinin İzlenmesi ve Kültürel Etkisi

1. Orijinal diziyi izledikten sonra Korece öğrenmek istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

2. Orijinal diziyi izledikten sonra Kore yemekleri yemek/denemek istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

3. Orijinal diziyi izledikten sonra Koreli sevgilim/eşim olsun istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

4. Koreli sevgilim/eşim olursa Kore'de yaşamak istiyorum.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

5. Orijinal diziyi izledikten sonra Kore'nin başka dallarına da ilgim başladı.(k-pop, oyun, spor, karakter vb.)

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

6. Orijinal diziyi izledikten sonra Kore kültürüne ilgi duymaya başladım(geleneksel enstrüman geleneksel kıyafet, mimari vb.)

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

7. Orijinal diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de olmasını istediğiniz şeyler var mı?

☐ Dizideki oyuncuların rol ve karakterleri

☐ Müzikler

☐ Dizi süresi (Haftada 1er saatlik iki bölümün yayınlanması. Toplam 16 bölüm)

☐ Dizinin arka planı ve görsellik

☐Diğer_____

8. Orijinal diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de aynı kültürel unsurların yer almasını istediğiniz şey var mı?

Sevgili ve Karı-koca İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Arkadaşlık İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Aile İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Eğitim Sistemi ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

İş Dünyası ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐ Az ☐Hiç

Yaşam Tarzı ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Diğer_____

9. Orijinal dizinin Hallyu Kore dalgasının gelişmesinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

10. Orijinal dizide Kore kültürünün yeterince anlatıldığını düşünüyor musunuz?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

3. BÖLÜM

"She Was Pretty" Dizisinin Uyarlaması Olan "Seviyor Sevmiyor" Dizisininİzlenmesi Sayesinde Kore Dizilerinin Tercih Deresi ve Hallyu Algısı

1. Dizinin uyarlamasını izlemeniz Kore hakkında iyi bir izlenim kazanmanıza yardımcı oldu mu/ izlenim kazandınız mı?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

2. Uyarlamasını izlediğiniz dizide en çok dikkatinizi çeken/hoşunuza giden kültürel yaşam unsurları nelerdir?

Sevgili ve Karı-koca İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Arkadaşlık İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Aile İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Eğitim Sistemi ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

İş Dünyası ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐ Az ☐Hiç

Yaşam Tarzı ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Diğer_____

3. Uyarlamasını izlediğiniz dizide en sevmediğiniz kültürel yaşam unsurları nelerdir?

Sevgili ve Karı-koca İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Arkadaşlık İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Aile İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Eğitim Sistemi ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

İş Dünyası ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐ Az ☐Hiç

Yaşam Tarzı ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Diğer_____

4. Uyarlamasını izlediğiniz dizinin sevilmesine etki eden kısımlar

- Dizideki oyuncuların rol ve karakterleri
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç
- Müzikler
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç
- Dizi süresi (Haftada 1er saatlik iki bölümün yayınlanması. Toplam 16 bölüm)
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç
- Dizinin arka planı ve görsellik
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç
- Oyuncuların güzellik/yakışıklılık/tatlılık durumu
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç
- Hikayenin etkileyiciliği/farklılığı

☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Kore modası(giyim tarzı, saç, makyaj vb…)
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Cinsellik/ Sex odaklı olmayan aşk
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Kore güzellik standartları
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Kore kültürü ile Türk kültürünün ortak noktaları
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Konuşma Tarzı(uzatmalar, dile özgü kelimeler vb…)
  ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

- Diğer_____

5. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore dizilerine ilginiz arttı mı?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

6. Uyarlama diziyi izledikten sonra, dizide oynayan oyuncuları araştırdığınız ya da yazar veya oyuncunun yer aldığı başka dizi yapımlarını izlediğiniz oldu mu?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

7. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore fan sayfalarına girdiğiniz oldu mu?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

8. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra fan sayfalarını takip ediyor ya da Kore dergilerini okuyor musunuz?

☐ Günde bir kez siteye giriyor ve dergi okuyorum

☐ Haftada 3-4 kez siteye giriyor ve dergi okuyorum

☐ Ayda 4-6 kez siteye giriyor ve dergi okuyorum

☐ Ayda 1-3 kez siteye giriyor ve dergi okuyorum

☐ Hiç

9. Uyarlama dizi sayesinde Türklerin Kore'ye sempati duyduğunu düşünüyor musunuz?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

10. Uyarlama dizi sayesinde Türklerin Korelilere yaklaşımında bir fark olduğunu düşünüyor musunuz?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

"She Was Pretty" Dizisinin Uyarlaması Olan "Seviyor Sevmiyor" Dizisini İzledikten Sonra Kore Ürünlerinin Satın Alınma Amacı

110. Samsung, Hyundai, Kia, Lg vb. markaların Kore şirketi olduğunu Uyarlama diziyi izledikten sonra öğrendim.

☐ Evet bilmiyordum, sonradan öğrendim.

☐ Hayır biliyordum

1. Uyarlama diziyi izledikten sonra Kore ürünlerine olan algınız değişti mi?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

2. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore ürünlerini araştırdınız mı?(Makyaj ürünleri, kıyafet, telefon, bilgisayar vb.)

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

3. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore makyaj ürünlerini satın almak istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

4. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore kıyafetlerini satın almak istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

5. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra menşei Kore olan teknolojik aletleri satın almak istedim

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

"She Was Pretty" Dizisinin Uyarlaması Olan "Seviyor Sevmiyor" Dizisininİzlenmesi Sayesinde Kore'yi Ziyaret Etme Amacı

1. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra turist olarak Kore'ye gitmek istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

2. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore'de okumak istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

3. Dizinin uyarlamasını izledikten sonra Kore'de yaşamak istedim

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

4. Uyarlama diziyi izledikten sonra Kore'yi ziyaret ettim/ ziyaret etmeyi planlıyorum.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

"She Was Pretty" Dizisinin Uyarlaması Olan "Seviyor Sevmiyor" Dizisinin İzlenmesi ve Kültürel Etkisi

1. Uyarlama diziyi izledikten sonra Korece öğrenmek istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım

☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

2. Uyarlama diziyi izledikten sonra Kore yemekleri yemek/denemek istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

3. Uyarlama diziyi izledikten sonra Koreli sevgilim/eşim olsun istedim.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

4. Koreli sevgilim/eşim olursa Kore'de yaşamak istiyorum.

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

5. Uyarlama diziyi izledikten sonra Kore'nin başka dallarına da ilgim başladı.(k-pop, oyun, spor, karakter vb.)

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

6. Uyarlama diziyi izledikten sonra Kore kültürüne ilgi duymaya başladım(geleneksel enstrüman geleneksel kıyafet, mimari vb.)

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

7. Uyarlama diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de olmasını istediğiniz şeyler var mı?

☐ Dizideki oyuncuların rol ve karakterleri

☐ Müzikler

☐ Dizi süresi (Haftada 1er saatlik iki bölümün yayınlanması. Toplam 16 bölüm)

☐ Dizinin arka planı ve görsellik

☐Diğer_____

8. Uyarlama diziyi izledikten sonra Türk dizilerinde de aynı kültürel unsurların yer almasını istediğiniz şey var mı?

Sevgili ve Karı-koca İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Arkadaşlık İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Aile İlişkileri ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Eğitim Sistemi ☐En çok ☐Çok ☐Ort ☐Az ☐Hiç

İş Dünyası ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐ Az ☐Hiç

Yaşam Tarzı ☐En çok ☐Çok ☐Orta ☐Az ☐Hiç

Diğer_____

9. Uyarlama dizinin Hallyu Kore dalgasının gelişmesinde etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

10. Uyarlama dizide Kore kültürünün yeterince anlatıldığını düşünüyor musunuz?

☐Kesinlikle Katılmıyorum ☐ Katılmıyorum ☐Kararsızım
☐Katılıyorum ☐Tamamen Katılıyorum

ÖZET

Günümüzde, yüksek teknolojinin ulusal anlamda ilerimesi ile teknoloji kullanılarak sağlanan ulaştırma, iletişim ve çeşitli medyaların sınırları aşması “Sınırsız bir dünya”, yani “Küresel Köy” kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu küresel köyde meydana gelen çeşitli kültürel olaylar hızla dünyanın heryerinde tanınabilir ve yine herkes tarafından görülebilir boyutlara ulaşmıştır. Dünya’daki bu değişikliklerin yanı sıra, Kore’nin kültürel öğeleri de, son 20 yılda Avrupa, Kuzey Amerika ve Güney Amerika'da, Çin, Japonya ve Vietnam da dahil olmak üzere Asya'yı geçen "Kore Dalgası" adıyla yayılmaya devam etmektedir. Bu küreselleşen dünyada, Hallyu hemen hemen her sektöre yayılmıştır ve önümüzdeki dönemlerde bu yayılmanın hızla artacağı beklenmektedir. Günümüzdeki, Kore dalgası kavramının oluşmasının merkezinde Televizyon dizileri vardır. Özellikle, 20. yüzyılın sonlarında başlayan küreselleşmeyle, Kore dizisi "What is Love?" 90'lı yılların sonunda Çin’de popüler olmaya başladı aynı zamanda Çin’de Hallyu olgusu oluştu, ardından Japonya’da "Kış Sonata"nı büyük bir başarı göstermiştir ve "Dae Jang Gum" dizisi sayesinde hallyu olgusunun dünyaca başarısı görülmüştür. Bununla birlikte “Hallyu(Kore dalgası) başarısı geçici bir trend değil, bir kültür olarak oluşmuştur.

Türkiye ve Kore Kankardeş ülke olarak çok eskiden itibaren bir müttefiki ilişkiler içindedir, bu sayede Hallyu(Kore dargası)Türkiye'de sıcak bir olumlu tepki ile karşılaşmıştır. Özellikle gençler arasında, Kore dizileri gibi k-pop müzikleri de yaygındır bundan dolayı Türkiye sokaklarının ortasında k-pop dinlendiğini görmek zor değildir. Bu şekilde, Türkiye'de Kore Dalgası geçmişi, ilk Kore TV dizisinin 2005'te TRT'de yayınlanmasından bu yana 14 yıl boyunca sevilmiş ve Türk televizyonlarında 20'den fazla Kore dizi uyarlama dizi olarak üretilmiştir. Buna rağmen, Türkiye'deki Kore Dalgası olgusu hakkındaki araştırmalar hala yetersiz kalmaktadır. Kore dalgasını yalnızca kültürel emperyalizm açısından değerlendirmek yerine yerel kültürle sorunsuz bir şekilde alışveriş yapabilir, birbirlerine yardımcı olabilir yönde geliştirmek ihtiyacı vardır, “Türk izleyiciler”

gözünden Kore dalgasının gerçek durumunu değerlendirmek ve iki ülke arasında arzu edilen bir Kore dalgası geliştirme planını oluşturmak gerekir.

Hallyu dizilerinin Hallyu etkisi üzerine çeşitli şekillerde çalışmaları yapılmıştır, ancak uyarlama dizilerde Kore Dalgası etkisi üzerine çok az araştırma vardır. Bunun için, Hallyu dizisinin ve uyarlama dizinin Kore Dalgası etkisini ortaya çıkarmak amacıyla, Hallyu dizisi olan "She was Pretty" ve bunun uyarlaması "Seviyor Sevmiyor" dizisini seçip anket yapıldı. Anket sonucunda, orijinal Kore dizisi sayesinde çeşitli alanların içeriği genişletildi, Kore ürünlerinin imajı ve satın alma niyeti geliştirildi. Ayrıca, Kore'yi ziyaret etme niyetine büyük bir olumlu tepki gösterildi ve Kore eğitimi ve Kore yemeği gibi kültürel etkilere olumlu tepkiler verildi.

Uyarlama dizisi anketinin sonucunda, dizinin izlenmesi sayesinde insanların ilgisi kore dizilerine yöneldi ve bu durum içerik ilgisinin artmasına ve Kore imajının gelişmesine de olumlu yanıt gösterdi Anket yapılmadan önce, uyarlama dizilerde ülkeler dizileri yerelleştirdiği için Kore kültürü görülmemekteydi bunun sonucunda ilk tahmin Kore dalgası etkisinin ortaya çıkmasının zor olacağı yönündeydi fakat sonuçlar bu görüşten farklı oldu. Uyarlama dizide Kore kültürünü taşımamasına rağmen, Kore dramalarına ve diğer içeriklere ilgi duymaya yol açmaktadır. Orijinal dizideki kadar Kore dalgasının etkisi olmasa da, Kore dalgası etkisinin uyarlama dizide de görülebileceği yorumlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hallyu, Kore Dalgası, Kore Dizi, Kore Dalgası etkisi, Küreselleşme, Küresel Köy, Türkiye'deki Uyarlama Kore Dizileri, She was Pretty, Seviyor Sevmiyor

ABSTRACT

Today, we are living in a "Borderless World". As a result of technological advances in transportation, communication, and other various media, our “Global Village” now encompasses a world beyond country borders. Unique cultural content that was previously unknown to the world can now be easily accessed by the “Global Villager”. In our new borderless environment, Korean media has acquired a new global audience, spreading throughout Asia, specifically China, Japan, and Vietnam, Europe, and the Americas in the past 20 years. This wave of Korean media fans is called “Hallyu”, and at the heart of it all is the Korean drama.

The Korean drama spans a history of 60 years, beginning in 1956 after the Korean War with the 30-minute short when the first broadcasting stations were established. Touting a history of many political and historical events that have built the democratic country of Korea today, Korean dramas were no bystanders to the times, reflected political changes, and evolved with history. As the Korean economy and country politically stabilized, the 90s marked the end of conservatism and expressive suppression and with the government’s backing, a new era of cultural expression that became the foundation of today’s “Hallyu” culture was kickstarted. With the help of globalization, “Hallyu” became an increasingly worldwide phenomenon – “What Is Love” becoming a blockbuster hit in China during the late nineties, “Winter Kite” following in popularity in Japan, “Dae Jang Geum” hitting the market at a worldwide scale. “Hallyu” was not just a temporary fad, it was beginning to be recognized as a worldwide culture that was here to stay.

The Hallyu craze has also taken root in Turkey, an ally and brother nation to South Korea. Korean dramas and K-pop have become viral among the young people, even carrying bags and wearing apparel with Korean characters. In 2005, the first Korean drama was aired on TRT, and since then, Korean drams have been airing for a good 14 years.

But despite these successes, very little discussion has formed in Turkey surrounding Hallyu among Turkish people. In order for hallyuu to be successful in other places like Turkey, Hallyu must take a non-imperalistic approach to the cultural exchange, catering to its Turkish audience as opposed to exchange and interact with the local culture to build up each other instead of build own cultural imperialism, it is needed to evaluate the status of hanryu from the perspective of 'Turkish consumer', not the perspective of 'Korean provider' to find a way to develop hanryu for both countries. There have been various studies conducted on Hallyu, but an area that has been yet to be studied is on Korean dramas that have been remade for other countries. The survey that was conducted studied one dramas that was remade: "She was Pretty" was remade for a Turkish audience as "Seviyor Sevmiyor". The results of the survey indicate an expansion in interest in Korean culture, improved reception of Korea, and a growing market in Korean goods. Survey results also indicated a positive interest in visiting Korea, learning Korean, and Korean cuisine. The remade drama has led to greater interest in Korean dramas, greater curiosity in Korean culture, and improved national reputation. Additionally, larger purchasing interest in Korean products, greater interest in visiting Korea, and greater influence of Korean culture, etc. These categories all received neutral or positive responses. Because dramas are remade within the local context, it can be assumed that these types of dramas would have little if any effect on the local audience's reception of the national origin of the film, the survey indicates that drama remakes indeed lead into interest in other Korean dramas and Korean culture. Although not as effective as an original drama itself, hallyu most definitely spreads through remakes.

Keywords: Hallyu, Korean Wave, Korean Drama, Influence of Hallyu drama, Globalization, Global Village, Remakes of the Korean Dramas in Turkey, She was Pretty, Seviyor Sevmiyor