

Kültürel Diplomasi ve Kore Dalgası “Hallyu”

Güney Kore’de Sinema Endüstrisi, K-Dramalar ve K-Pop

Mutlu BİNARK

SUNUŞ

Sevgili dostum ve meslektaşım Mutlu Binark'ın kaleme aldığı "Kültürel Diplomasi ve Kore Dalgası 'Hallyu'- Güney Kore'de Sinema Endüstrisi, K-Dramalar ve K-Pop" isimli bu kitap hem sosyal bilimlerin farklı alanları bağlamında konuyla akademik olarak ilgilenenler için hem de özellikle son 10 yıldır Türkiye'de de etkili olan Kore Dalgasını 'fan' düzeyinde takip eden bireyler için pek çok açıdan önemli bir çalışmadır. Çoğunlukla popüler yazılı basında rastladığımız ve raflarda belirli süreli yayımlarla kendisine yer edinen Kore Dalgası'nı bilimsel açıdan değerlendiren Türkçe alanyazındaki çalışma sayısının azlığı düşünüldüğünde bu çalışma ayrıca önem kazanmaktadır.

Çalışma kültür, kültür politikası geliştirimi, yaratıcı endüstri(ler) ve kesimler bağlamında Güney Kore örneğini derinlikli bir bakış açısı ile ele almaktadır ve 6 aylık bir saha deneyimi ile birlikte tüm bu kavramların anlamını ve neye karşı geldiğini ayakları yere basan bir analizle okuyucuya sunmayı hedeflemektedir ve bunu başarmıştır. Çalışmayı okurken metnin hem ekonomi politik bir bakış açısı ve kavrayışa sahip olduğunu hem de meselesini kültürel çalışmaların zengin ve çok boyutlu analiz geleneğine oturttuğunu görmek mümkün. Ayrıca ele aldığı sektörler (sinema ve dramalar), sosyal medyanın işlevi ve hayran etkisi gibi vurgularla yöndeşme kültürünün ne kadar etkili olduğunu örneklerle göstermesi açısından da güçlü bir metin, bu özelliğiyle bize gelecek çalışmalara yönelik de ilham verici bir kaynak sunmakta. Örneklendirme noktasında her zaman güçlük yaşadığımız politika analizi ve ekonomi politik yaklaşım bağlamında somut malzeme ve örnekler üzerinden yapılan bu analiz aynı zamanda yol gösterici.

Çalışmanın bir diğer özelliği, araştırmacının saha deneyimini ve kendisini konumlandırırken ve sahada çalışırken yaşadıklarını özdüşünümsel bir biçimde metne yansıtması. Bu metni okurken sadece Hallyu etkisini değil, bambaşka bir kültürel bağlam ve akademik ortamdan hareket ederek fenomeni anlamaya ve analiz etmeye çalışan kültürlerarası etkileşim becerisi yüksek bir araştırmacının deneyimine de tanık oluyoruz. Bu yanı sıra bilimsel çalışmalarda etnografik yönelimi benimseyen araştırmacılar için de yol gösterici bir etkiye sahip olacağı aşikâr.

Son bir vurgu ise Türkiye örneğine dair çıkarımları ve özellikle yaratıcı endüstriler bağlamında kültür politikası üretme pratiklerinin değerlendirilme-

sine dair ifade edilmeli. Binark'ın çalışması bizlere sadece araçların ve/veya hizmetlerin yöndeşmesinin yeterli olmadığını gösterirken, kurumların politika düzeyinde yöndeşmesinin önemine işaret ederek bunun bir planlama dahilinde ve tarihsel ardalana oturtularak yapılmasının etkisinin altını çiziyor.

Bu çalışmanın benim için heyecan veren bir başka boyutu ise oldukça kişisel bir nedene sahip. Mutlu Binark'ın Güney Kore'ye sahaya gitmeden önce meseleye dönük ilgisi, heyecanı ve tüm bunlarla birlikte disiplinli bir biçimde yaptığı araştırmacı olarak uzun erimli yatırımı beni hep heyecanlandırdı. Korece öğrenmeye yönelik girişimi, Güney Kore ile ilgili olarak hükümet dışı ve ticari kuruluşlarla Türkiye'de iken kurduğu bağlantılar ve Güney Kore'ye dair takip edebildiği tüm kaynaklardan derlenmiş bir birikim. Sevgili dostum Binark'ın türlü zorluklara rağmen tasarımı yaptığı saha çalışması ve bunu Güney Kore'de gerçekleştirmiş olması benim için her zaman özellikle K-Pop dinlemeye çalışma pratiği nedeniyle 'zor' olmuş bir fenomeni anlama noktasında heyecan verici olmuştur. Bu çalışma aynı zamanda disiplinli ve amaca odaklı bir çalışmanın ete kemiğe bürünmüş hallerinden sadece biridir diyebilirim. Çalışkanlığı ve üretkenliği ile her zaman ilham vermiş olan sevgili dostumun bu çalışması biliyorum ki yeni ilhamlara vesile olmaya devam edecek. Tanığı ve ilham alanı bol olsun dilerim...

Günseli Bayraktutan
Tirebolu, Giresun Eylül 2019

İÇİNDEKİLER

SUNUŞ	5
TEŞEKKÜR	7
İÇİNDEKİLER	11
ÖNSÖZ	13
GİRİŞ: SAHANIN HİKÂYESİ VE SAHA YOLCULUĞU	17
BİRİNCİ BÖLÜM: KÜLTÜR POLİTİKASINDAN KÜLTÜREL DİPLOMASİYE	
KORE DALGASI “HALLYU”	45
KÜLTÜR POLİTİKASI.....	46
YARATICI ENDÜSTRİLER	50
Kültür Endüstrisinden Yaratıcı Endüstrilere	50
Yaratıcı Endüstri ile Enformasyonel Kapitalizm.....	53
KÜLTÜREL DİPLOMASİ	56
KORE DALGASI “HALLYU” VE GÜNEY KORE HÜKÜMETLERİ’NİN KÜLTÜREL	
DİPLOMASİ VE YARATICI İÇERİK ENDÜSTRİSİ POLİTİKASI	62
“Hallyu” Olgusunun Ortaya Çıkışı ve Dönemsel Farklar: “Hallyu 1.0”dan	
“Hallyu 3.0”a	62
K-Pop Yıldızları ve Şöhret Yaratım Endüstrisinin Kore Dalgası’nın	
Gelişmesindeki Rolü.....	69
Kültürel Diplomasi Aracı ve Kore Markası Olarak “Hallyu”nun Kurgulanması	74
İKİNCİ BÖLÜM: K-İÇERİK ENDÜSTRİLERİNİN GELİŞMESİ VE GÜNEY KORE	
HÜKÜMETLERİNİN FARKLI İÇERİK ENDÜSTRİLERİNE YÖNELİK	
KÜLTÜR POLİTİKALARI	87
SİNEMA ENDÜSTRİSİNE YÖNELİK HÜKÜMETLERİN POLİTİKALARI:	
SANSÜRDEN İFADE ÖZGÜRLÜĞÜNE UZANAN MÜCADELE.....	94
Kore Film Konseyi ve Sinema Endüstrisindeki Rolü.....	98
Busan Film Konseyi’nin Busan ve Kore Sinema Endüstrisi’ndeki Rolü	109
Busan Uluslararası Film Festivali’nin Kore Sinema Endüstrisine	
ve Asya Ülkelerine Destekleri.....	115

K-DRAMALARIN CAZİBESİ: “ROMANTİK DÜŞLER FABRİKASI” OLARAK DRAMA ENDÜSTRİSİ.....	118
K-POP: ARTTIRILMIŞ EĞLENCE VE K-POP’UN SOSYAL MEDYA ORTAMLARIYLA YAYGINLAŞMASI	130
K-Pop Müzik Endüstrisi ve “Şöhret Yaratım Ajanslarının” Rolü	134
K-Pop Mutfağının İşleyişi: Ekonomi Politik Bakış Açısı ile Arttırılmış Eğlencenin İnşası.....	136
Katlanmış Üretimler olarak K-Pop Yıldızları ve BTS’in Hallyu 2.0’daki Rolü: Yakınsak Üretim ve Tüketim	140
SONUÇ.....	153
KAYNAKLAR	167

ÖNSÖZ

Bu çalışma Güney Kore'den tüm dünyaya yayılan Kore Dalgası ("Hallyu") olarak bilinen kültürel içeriklerin kültürel diplomasi aracı ve kanalı olarak devlet politikasıyla üretim ve yayılım sürecinin nasıl desteklendiğini örnekler üzerinden tartışmaktadır. Araştırmada, "Hallyu" örneği merkeze alınarak yaratıcı içerik endüstrisinin Güney Kore'de devlet politikası ve büyük şirketlerin desteğiyle gelişme süreci, uluslararası popüler kültür pazarına damga vurması hem ekonomi politik bakış açısıyla, hem de kültürel üretim ve mücadele alanı olarak kültürel çalışmaların bakış açısıyla tartışmaya açılmaktadır. Yaratıcı endüstrilerinin ardyöresini, kültürel diplomasi politikasının gerek devlet gerekse pazarın aktörlerinin işbirliği ile nasıl üretildiğini ve sürecin ne şekilde işlediğini çalışmak, kültürel çalışmaların kültürü, üretim ve tüketim, ekonomi ve politikayla bağlayarak ele alan çoklu perspektifine de bir örnek teşkil eder (Freeman, 2016).

Bu çalışmada bir buçuk yıl süren bir ön hazırlığa-literatür taraması ve araştırma sorularının oluşturulmasına müteakip, 1 Mart-31 Ağustos 2018 tarihleri arasında 6 aylık bir saha çalışması Güney Kore'de gerçekleştirilmiştir. Saha süresi boyunca KOCCA (*Korea Creative Content Agency*), KOFICE (*Korean Foundation for International Cultural Exchange*) KOFIC (*Korean Film Policy Research Insitute*) KOCIS (*Korean Culture and Information Service*), BFC (*Busan Film Commission*) başta olmak üzere çeşitli kurumların politika metinleri birinci elden okunmuş; ardından KOCCA, KOFICE, KOFIC, KOCIS gibi kamu kurumları ve diğer ilgili aktörlerle (devlet, özel ve kablo tv kanalları ve tv yapım şirketleri, kültür ajansları, kültür vakıfları, film festivali komisyonu vb.) görüşmeler yapılmış, başta Busan Content Market, BİFAN (*Bucheon International Fantastic Film Festival*), SICAF (*Seoul International Cartoon & Animation Festival*), Daegu Chimak Festival olmak üzere farklı türlerde yaratıcı içerik endüstrisi bileşeni olan, Kore Kültür Spor ve Turizm Bakanlığınca desteklenen kültürel etkinliklere katılmış ve Kore'deki yaratıcı kültür kentleri (Seul, Busan, Gwangju, Icheon) "yaratıcı endüstri" deneyimi bağlamında ziyaret edilmiştir. SM Entertainment'in SM Town Museum'u K-Pop konusunda tarihi bağlamı oluşturmak, Gyeongju Expo Kore hükümetinin Expo deneyimini anlamak için ziyaret edilmiştir. Korean Film Arşivi'nde Kore sinemasına yönelik hükümet politikası destekleri ile ilgili arşiv taraması yapılarak, kamu desteği alan ve

öne çıkarılan Kore filmleri izlenmiştir. Busan'daki Creative Content Lab, KOCCA destekli içerik geliştirme merkezleri örneğini kavramak için ziyaret edilmiştir. Ayrıca Tokyo Üniversitesi Kütüphanesi'nde konuyla ilgili Japonca alanyazın taranmış, Shanghai Üniversitesi'nde düzenlenen Kültürel Çalışmalarda 12. Uluslararası Kesişimler Konferansı'nda Kore Dalgası ve Kore hükümeti kültür politikaları ile ilgili paneller takip edilmiştir. Literatür taraması, derinlemesine görüşmeler, katılımsız gözlemler saha çalışmasında başvuru alan araştırma tekniklerini oluşturmuştur.¹ Ayrıca saha gözlemleri Dağ Medya'da "Sahadan notlar" a zemin teşkil etmesi için yayınlanmıştır. Saha çalışmasının sonunda Kore hükümeti ve özel şirketlerin eş güdümlü ürettikleri "K-content" (Kore/li içerik) türsel çeşitlenmesi, olası pazar hedefleri ve gelecek yönemesi üzerine değerlendirme yapılmıştır.

Saha bulguları Kore hükümetlerinin siyasi ve tarihi bir bağlam içerisinde nasıl kültür politikası oluşturduğunu, sansür ve devletin korumacılığında ifade özgürlüğü ve tecimselleşmeye doğru kültürel içeriklerin üretimindeki değişimi ortaya koymuştur. Güney Kore devletinin yaratıcı içerik endüstrisine müdahalesi "yumuşak güç" bağlamında tezahür etmekte ve K-içerikler kültürel diplomasi aracı olarak kullanılmaktadır. Ayrıca saha çalışmasında Kore'de yaratıcı endüstri içeriklerinin teknolojik, kültürel ve sosyal olarak yakınsadığı saptanmıştır. Güney Kore devletinin bu kültür politikası ve kültürel diplomasi uygulaması Türkiye bağlamında artı ve eksileriyle birlikte değerlendirilmelidir. Kitap boyunca görüleceği üzere, Kore'de farklı hükümetler döneminde kültürel içerikler üzerinde yaratıcı emek gücünün ifade özgürlüğü mücadelesi devam edegelmiştir. Bu mücadelenin kültür ve yaratıcı endüstrilere yönelik en büyük kazanımı hem politika yapımının hem de endüstrinin aktörlerince "yaratıcılık" olgusuna önem verilmesi ve hükümet politikası olarak desteklenmesi olmuştur. Bu bağlamda K-içerikler de Güney Kore'nin dünyaya sunduğu "yaratıcı" ve "çekici" imgeler olarak kültürel diplomasi araçları ve kanalları olarak kullanılmagelmiştir.

Kitapta Giriş Bölümünde kapsamlı bir şekilde "saha" açıklandıktan sonra araştırma yöntem ve teknikleri üzerine özdüşümsel bir bakışla "saha"nın nasıl kotarıldığı-saha sırasında geliştirilen taktikler açıklanacaktır. Birinci Bölümde kültürel diplomasi kavramı, Kore Dalgası örneği üzerinden tartışılacaktır. Ancak kültürel diplomasi kavramının ve örneğin net bir şekilde kavranabilmesi için, bu kavramın kurucu bileşenleri kültür ve kültür politikasının, yaratıcı endüstrilerin kültür politikası yapımı alanına nasıl dahil olduğunun da hem politika yapımı hem de süreç açısından ele alınması gereklidir. Bu

¹ Medya endüstrisi çalışmalarında derinlemesine görüşme veyahut etnografi yapmak, politika metinleri ve haber metinleri çözümlemelerin yanı sıra üretim sürecinin daha derinlikli ve zengin bir şekilde kavranmasını sağlar (Freeman, 2016:198).

izlekte, Kore Dalgası “Hallyu”nun ortaya çıkışı ve farklı evreleri, bu evrelere yönelik Kore hükümetlerinin “K-içerik” destekleme ve oluşturmaya yönelik kültür politikaları ve “Hallyu” olgusunun ne şekilde kültürel diplomasi alanına tedavül edildiği tartışılacaktır. Birinci Bölümün sonunda Kore markası olarak K -içeriklerin yumuşak güç aracı olarak kullanımı ele alınarak, kültürel diplomasi uygulaması olarak Kore Dalgası’nın kullanımından, farklı endüstrilere yönelik Kore hükümetlerinin kültür politikalarının tartışılmasına İkinci Bölümde geçilecektir. İkinci Bölümde sırayla Kore’de sinema endüstrisi, drama endüstrisi ve K-Pop endüstrisi saha çalışmasının bulguları ile birlikte örneklere, yaratıcı endüstri ve kültürel diplomasi alanı olarak Kore hükümeti tarafından nasıl araçsallaştırıldıkları bağlamında ele alınacaktır. Üçüncü ve Son Bölüm olan Tartışma ve Sonuç kısmındaysa, Kore hükümetinin kültür politikası üzerine bulgular ışığında genel değerlendirme yapılacak ve Türkiye’deki kültür politika(ları) için önermeleri tartışılacaktır.

Bu çalışmanın kültür ve kültürel diplomasi ile yaratıcı endüstri politikaları alanında Güney Kore örneğini incelemek isteyenlerin yanı sıra, Kore Dalgası’nı ve ardyöresini merak eden Türkiyeli okurlara da hitap edeceğini düşünüyorum. Kore Dalgası denen olgu, endüstri ve hükümet aktörlerinin eliyle geliştirilmiş olsa da, hiç kuşkusuz Kore Dalgası’nın tutması ve süregelmesini sağlayanlar küresel ölçekteki medya metinlerini tüketenler ve Kore Dalgası içeriklerini yeniden ve yeniden çeşitli sosyal medya platformları ve eğlencesi için üreten hayran kitleleridir. Stuart Cunningham vd.’nin altını çizdiği gibi, platform kapitalizminde (Zrnicek, 2016) ve sosyal medya eğlencesinde, kullanıcılar içerik üreticisi olarak eğlence endüstri içeriklerinin pekiştirilmesinde ve yeniden üretilmesinde oldukça etkin roledirler (2019:3). Kore Dalgası’nın küresel medya metinleri akışındaki gücü de kullanıcı türevli içerik üretimlerinden beslenmekte ve bu üretimlerle zenginleşmektedir. Bundan ötürü Kore Dalgası’nı takip eden veyahut merak eden okurlar için de bu kitap kuramsal bilgi ve farklı içerik üretim alanlarından zengin örnekler sunmaktadır.

Çalışmanın Türkiye’de kültür politikaları, kültürel diplomasi, yaratıcı endüstriler alanında çalışanlara temel bir kaynak olmasını amaçlarken; farklı bir coğrafyada bir ülkenin demokratikleşme sürecine koşut olarak kültürel alana ilişkin yönetsel erkin düzenleyici politikalarının denetimden ve sansürden ilk olarak ifade özgürlüğüne ve en nihayetinde de kültürel içerikleri meta-laştırmaya doğru nasıl değiştiği yönünde bir izlek sunması açısından da örnek teşkil edeceğini düşünüyorum. Özellikle kamu erkinin yukarıdan ve tek yönlü yaratıcı endüstri ve kültürel diplomasi politikaları üretmesinin üçlü bir tehlikesi olduğunu görmek mümkün: kültürel içeriklerin klişeleşmesi ve tektipleşmesi, aşırı tecimselleşmesi ile banal milliyetçiliği üretmesi. Bu çalışmanın saha bulguları, kültür, kültürel diplomasi ve yaratıcı endüstri politikaları üretiminde sivil toplum kuruluşlarının ve yurttaşların katılımının önemini gös-

termektedir. Üstelik K-Pop özelinde şü saptamayı yapmak mümkündür: K-Pop yeni medya ortamları ve çeşitli sosyal medya uygulamaları ile küresel çapta yaygınlığını ve başarısını sağlamış olup, hayran gruplarının K-Pop gruplarına bağlıklarını kullanıcı türevli içerik üretimleriyle desteklemeleri K-Pop gruplarının da sosyal medya dolayımı ile hayranlarıyla informel bir tarzda etkileşimi de üzerinde düşünülmesi gereken iletişim ve içerik üretme stratejileridir. Bu bağlamda, bu çalışmanın Türkiye özelinde demokratik, kapsayıcı, çok yönlü ve sürdürülebilir kültür politikaları üretimi için yeni soruların sorulmasına ve araştırmaların yürütülmesine vesile olacağını umuyorum.

Mutlu Binark
Ankara, Ağustos 2019

GİRİŞ

Sahanın Hikâyesi ve Saha Yolculuğu

Sahanın “朝聖”vari yolculuğu¹

Güney Kore hükümetinin kültür politikalarında özellikle 1997’de demokratikleşme süreci ile birlikte, önemli bir politika değişikliği meydana gelmiş olup, kültür endüstrisi ürünlerinin bir kalkınma aracı olarak devlet politikası olarak desteklenmesi gerçekleşmiştir. Bu noktada ulus devletlerin geleneksel kültür politikalarından farklı olarak, Güney Kore hükümeti, sinema ve televizyon endüstrisinden, pop müziğe, dijital oyun endüstrisinden moda ve geleneksel mutfağa, Korece dili eğitimi ve kullanımının yaygınlaştırılmasına değin farklı kültürel üretimleri yaratıcı içerik endüstrisi olarak kavrayarak, yaratıcı içerik endüstrisi politikasını geliştirdiğini, bu politikasını zaman içinde kültürel diplomasiye de eşgüdümlediğini belirtmek gereklidir. Bu politikanın etkisi, küresel ölçekte Kore kaynaklı popüler kültür ürünlerinin tüketimi: “Kore Dalgası” (“Hallyu”) olarak adlandırılmaktadır. Kore Dalgası olarak çevirilen “Hallyu”, Kore dramalarının, Kore popüler müziğinin –ki bu da “K pop” olarak adlandırılmaktadır–, Kore sinemasının ve Koreli yıldızların uluslararası pazarlarda belli bir fan kitlesi oluşturması ve yoğun olarak tüketilmesi ile sonuçlanmıştır. Bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde Kore Dalgası’nın tarihsel gelişimi ve evreleri üzerinde kültür politikası, sermaye sahipleri ve ağ teknolojileri arasındaki girift ilişkiyi ortaya koymak üzere durulacaktır. Hiç kuşkusuz yaratıcı endüstri olarak adlandırılan kültürel üretimler, günümüzde hem kültürel çalışmaların hem de ekonomi politiğın en önemli ve dinamik çalışma konularından birisidir. Dünyadaki diğer hükümetlerin kültür politikaları ve yönetimi politikaları (örneğin İngiltere, Avustralya) yaratıcı endüstri alanında böylesi bir devlet müdahalesi ile yönetimine ve büyük şirketlerin işbirliğine sahip değildir (Chung, 2012).² Bu da Güney Kore örneğini biricik/özgül bir örnek kılmak-

¹ “朝聖” (Cháoshèng) sözcüğü Çince seyyah anlamına gelmektedir. Güney Kore’deki saha çalışmamı neden seyyah sözcüğü ile andığımı kitabın ilerleyen kısımlarda açıklayacağım.

² Çin Halk Cumhuriyeti’nin kültür ve yaratıcı endüstri politikaları bu saptamanın dışında tutulmalıdır.

tadır. Üstelik yakın zamanlarda Güney Kore örneği, çevre ülkeler tarafından da modellenmeye başlamıştır. Örneğin: Endonezya, Malezya. Üstelik Çin Halk Cumhuriyeti de yaratıcı endüstriler ve kültürel diplomasi konusunda politika geliştirmektedir. Bu nedenle, yaratıcı içerik endüstrileri alanında özgün bir kültür politikasına sahip Güney Kore hükümetinin kültür politikasını farklı boyutları ve ilişkileriyle kendi tarihselliği ve bağlamı içinde irdelemek önem arz etmektedir. Bundan ötürü bu araştırmanın amacı, Güney Kore'den tüm dünyaya yayılan, Kore Dalgası olarak bilinen kültürel üretimlerin nasıl bir devlet politikası ile üretim ve yayılım sürecini desteklediğini ortaya koymaktır. Araştırmada, "Hallyu" örneğini merkeze alarak yaratıcı içerik endüstrisinin Güney Kore'de devlet politikası ve büyük şirketlerin desteğiyle nasıl geliştiği, ulusaşırı popüler kültür pazarına damga vurduğu hem ekonomi politik bakış açısıyla hem de kültürel üretim ve mücadele alanı olarak kültürel çalışmaların bakış açısıyla tartışmaya açılmaktadır.

Bu çalışmanın saha araştırması 1 Mart ve 31 Ağustos 2018 tarihleri arasında Güney Kore'de gerçekleştirilmiştir. Ancak saha çalışması öncesi kapsamlı bir alanyazın değerlendirilmesi yapılmış olup, alanyazın değerlendirmesi Kore'deki saha çalışmasında birincil elden raporların okunup çevrilmesi ile zenginleştirilmiştir. Ayrıca Tokyo Üniversitesi Merkez Kütüphanesi'nde konuyla ilgili Japonca alanyazın taranmış, bazı temel kaynaklar Japonca olarak edinilmiştir. Shanghai Üniversitesi'nde düzenlenen 12. International Crossroads in Cultural Studies Konferansı'nda Kore Dalgası ve Kore hükümeti kültür politikaları ile ilgili paneller takip edilmiştir.

Araştırmanın Türkiye'de yürütülen safhasında literatür değerlendirme dışında Kore Kültür Merkezi-Ankara'dan³ kültür yönetimi konusunda uzman Lee Wonju ile iletişime geçilmiş, araştırmanın Güney Kore safhası için gerekli destek talep edilmiştir. 18 Şubat 2017 tarihinde Kore Kültür Merkezi'nde Kore Kültür Spor ve Turizm Bakanlığı Yabancı Medya İlişkileri Bölüm Başkan Yardımcısı Kang Choi'nin, "Kalkınma gücü olarak kültürel değer artırılması" adlı sunumuna katılarak, araştırma tanıtılmıştır. Söz konusu sunum tarafından deşifre edilip, araştırma veri tabanına kayıtlanmıştır.

Güney Kore'de Kültür Spor ve Turizm Bakanlığı (KSTB) "yaratıcı içerik endüstrisi"nin geliştirilmesinde en önemli aktördür. KSTB'na bağlı otonom bir kurum olan *Korean Creative Content Agency*'nin (Kore Yaratıcı İçerik Ajansı) (KOCCA) yapılanması Türkiye için oldukça ilginç bir model oluşturmaktadır. KOCCA'nın 2017 yılında yeniden yapılandığı bilinmektedir.⁴ Bu yapılanma-

³ Merkezin web sayfası için bakınız: http://tr.korean-culture.org/tr/362/board/215/read/70792_

⁴ KOCCA'nın web sitesi: <http://m.kocca.kr/men/main.do#> Erişim:16.2.2019. KOCCA'nın Nisan 2019 tarihinde yabancılar için yeni bir İngilizce web sitesi açtığını da belirtelim. Ancak, İngilizce site Korece sitenin birebir yansıması değildir. Bu nedenle KOCCA'nın etkinlikleri için Korece

nın yönünün ne olduğu da kültür politikası ve kültürün ekonomi politiği açısından önemlidir. Bu nedenle saha çalışmasında, KOCCA'nın araştırma politikaları birimi ile görüşmeler yapılmıştır. KOCCA'nın politika metinlerine temel teşkil eden raporlardan, özellikle 2016, 2017 ve 2018 raporlarından gerekli bölümler Türkçeye tercüme edilmiştir.

Kore'deki saha çalışması araştırmacının kendisi için birçok açıdan oldukça "zorlayıcı" olmuştur. Burada giriş kısmında bu "zorluğa" değinmek araştırmacının özdüşünümselliği⁵ kavrayışı gereği gereklidir. Saha öyküsünün, daha doğrusu yolculuğunun anlatılmasının neden gerekli olduğunu daha önce TÜBİTAK ARDEB tarafından En İyi Sosyal Bilim Araştırması Başarı Ödülü (2011) alan saha çalışmam⁶ için araştırmacının etik kavrayışı ve özdüşünümselliği, araştırmanın boylamsal yinelenmesi gerekliliği bağlamında tartışmış ve kaleme dökmüştüm: "Araştırmacı hangi çatı altında bulunursa bulunsun, ürettiği bilginin neye nasıl hizmet ettiği, araştırmasında neleri içerimlediği neleri dışarıda bıraktığı, kendini nasıl konumlandığı, araştırmasında kimlere nasıl temas ettiği veya etmediği, nasıl bir bilgi-iktidar ürettiği üzerindeki öz sorgulamaları, diğer bir deyişle "özdüşünümselliği", araştırması ile hesaplaşması bu zemindeki en kıymetli pozisyon" (Binark, 2019:460). Araştırmacının özdüşünümselliği de, "duygular, önyargılar, değerler sistemi ile kendi içimizde mücadele etmek, araştırma sahası ve sürecinde konumumuzu, bilimsel habitusu açıksözlülükle tartışmaya açma sürecidir" (Binark, 2019:461). Bu kitapta saha çalışmasının "seyyah"vari gerçekleşmesinin uzun uzun anlatılmasının nedeni, farklı kültürlerde, farklı coğrafyalarda özellikle ekonomi politiğin ve kültürel çalışmaların kesişimselliğinde bir araştırma yapılacaksa, "öteki diyarın" araştırmacıya açılan veya kapanan kapılarına, yollarına; araştırmacının her durumda yeniden konumlanma ve taktik geliştirme becerisine işaret etmek içindir. Sahada kapanan kapılar karşısında yılmaktan ve umutsuzluğa kapılmanın yarattığı kara delikten çıkmanın yolu, kanımca yeni yollar keşfetme ve bunları uygulamaktan geçiyor. Sahada tıkanılan yerlerde yeni araştırma stratejileri geliştirmek, araştırma sorunsalınızla kurduğunuz bağı tekrardan onarıyor.

Bu saha çalışması sırasında Türkiye'de bir yüksek lisans tezinin jüri savunmasına Google Hangout ile bağlandığım sırada, değerli hocam ve meslek-

olan ana web sayfasına bakılması önerilmektedir. İngilizce web sitesi için: <http://www.kocca.kr/en/main.do>

⁵ M. Binark (2019). "Bir TÜBİTAK SOBAG Araştırma Projesinin (107k039) Hikâyelendirilmesi", *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*. 38(2):459-474. <http://dergipark.gov.tr/iusosyoloji/issue/44152/544652>.

⁶ Projenin adı "Çevrim İçi Ve Çevrim Dışı Kimlik Egzersizleri, Hareketsiz Toplumsallaşma Ve Sanal Kariyer Yapma-Ankara'da Etnografik Alan Çalışması" olup, TÜBİTAK-SOBAG 107k039 nolu araştırma tam metnine http://uvf.ulakbim.gov.tr/uvf/index.php?cwid=9&vtadi=TPRJ&ano=101259_ecb94ff1599ca8548f7d868590f815bb adresinden ulaşılabilir.

KAYNAKLAR

- Ada, S. (2009). "Yeni Bir Kültür Politikası İçin", *Türkiye'de Kültür Politikalarına Giriş*. Der. Serhan Ada ve H. Ayça İnce. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 83-109.
- Adorno, T. W. (2007). *Kültür Endüstrisi*. İstanbul: İletişim.
- Ahn, S. J. (2012). *The Pusan International Film Festival: South Korean Cinema and Globalization*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Aksoy, A. (2009). "Zihinsel Değişim? AKP İktidarı ve Kültür Politikası", *Türkiye'de Kültür Politikalarına Giriş*. Der. Serhan Ada ve H. Ayça İnce. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 179-198.
- Anantasirikiat, S. (2017). "Partnering for Tomorrow: Conceptualizing South Korea's Public Diplomacy Approach toward ASEAN", *Korea's Soft Power and Public Diplomacy*. Der. Kadir Ayhan, Seul: Seul National University Press. 223-255.
- Ang, I., Y.Raj Isar ve P.Mar (2015). "Cultural Diplomacy: Beyond the National Interest?", *International Journal of Cultural Policy*, 21(4):365-381.
- Armstrong, C. K. (Der.) (2002, 2007). *Korean Society: Civil Society, democracy and the state*. London: Routledge.
- Ayhan, A. (Der.) (2016). *Korea's Public Diplomacy*. Seul: Seul National University Press.
- Ayhan, K. (2016). "Introduction", *Korea's Public Diplomacy*. Der. K.Ayhan, Seul: Seul National University Press. 13-22.
- Ayhan, K. (2017). "Korea's Soft Power and Public Diplomacy Under Moon Jae-In Administratin: A Window of Opportunity", *Korea's Soft Power and Public Diplomacy*. Der. Kadir Ayhan, Seul: Seul National University Press. 13-32.
- Ayhan, K. (Der.) (2017). *Korea's Soft Power and Public Diplomacy*. Seul: Seul National University Press.
- Becker, H. S. (2014). *Mesleğin İncelikleri*. Ankara: Heretik.
- Becker, H. S. (2016). *Toplumunu Anlatmak*. Ankara: Heretik.
- Becker, H. S. (2017). *Peki ya Mozart peki ya Cinayet: Vakalar üzerinden akıl yürütmek*. Ankara: Heretik.
- Belsey, A. (2018). *BTS K-Pop Mucizesi*. İstanbul: Yakamoz.
- Bennett, A. (2013). *Kültür ve Gündelik Hayat*. (Çev. Nagehan Tokdoğan, Burcu Şenel ve Umud Yener Kara). İstanbul. Phoenix.
- Berg, S. H. (2015). "Creative Cluster Evolution: The Case of the Film and TV. Industries in Seoul, SK.", *European Planning Studies*, 23(10):1993-2008.
- Binark, M. (2009). "Türkiye'de Yeni Bir Yaratıcı Endüstri: Oyun Stüdyoları ve Dijital Oyunlarda Değer Zincirinin Üretilmesi". *Dijital Oyun Rehberi: Oyun Tasarımı, Turler ve Oyuncu*. Der. Mutlu Binark, Günseli Bayraktutan-Sütcü ve Işık Barış Fidaner. İstanbul: Kalkedon: 125-170.

- Binark, M. (2013). "Yeni Medya ve Yaratıcı Endüstri", *AÖF Medya İşletmeciliği Ders Kitabı*, 7.Bölüm. Der. Doç.Dr. Erdal Dağtaş. Eskişehir: AÖF Yayınları.
- Binark, M. (2018a). "K Pop Fenomeni: BTS ve EXO'nun Dayanılmaz Çekiciliğinin Ekonomi Politikası", *Varlık Dergisi*, Nisan, 42-49.
- Binark, M. (2018b). "Film Endüstrisi ve Sinema Kültürünün Gelişmesinde Busan Film Komisyonu'nun Rolü", *Moment Dergi*, 5(1), 2018, 105-115.
- Binark, M. (2018c). "Romantik Düşler Fabrikası Kore Dramalarından Kore Hükümetinin Kültür Politikasına", *Varlık Dergisi*, Ağustos, 75-80.
- Binark, M. (2018d). "Interview with Dal Yong Jin: Creative Industries and South Korea", *Moment Dergi*, 5(2), 281-293.
- Binark, M. (2019). "Güney Kore Hükümetlerinin Kültür Politikaları ve Sinema Endüstrisi Destekleri", *sincine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 10 (1), 147-172. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/sincine/issue/44218/545808>.
- Binark, M. ve G. Bayraktutan-Sütcü (2008). *Kültür Endüstrisi Olarak Dijital Oyun*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, M. ve Ş.Karataş-Özaydın (2019). "Porselen Yüzleri ve Dişilleştirilmiş Erkek Bedenleri İle K-Erkeklik İmgesi: Güney Kore Yaratıcı İçerik Endüstrisi ve Aşık Oluncak Hallyu Yıldızları", *Aşkın Halleri*. Der. Tezcan Durna ve Nehir Durna. Ankara:UMAG. 165-190.
- Boyd-Barrett, O. (2013). "Reconfiguring Media and Empire", *The Korean Wave: Korean Media Go Global*. Der. Youna Kim, London: Routledge. 58-72.
- Brown, W. (2018). *Halkın Çözülüşü: Neoliberalizmin Sinsi Devrimi*. (Çev. B. E. Aksoy). İstanbul: Metis.
- Castells, M. (2005). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Ağ Toplumunun Yükselişi. Birinci Cilt*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2006). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Kimliğin Gücü. İkinci Cilt*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Castells, M. (2007). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür-Binyılın Sonu. Üçüncü Cilt*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cho, Y. Y. (2012). "Public Diplomacy and South Korea's Strategy", *The Korean Journal of International Studies*, 10(2): 275-296.
- Choi, J. B. (2015). "Hallyu versus Hallyu-hwa: Cultural Phenomenon versus Institutional Campaign", *Hallyu 2.0: The Korean Wave in the Age of Social Media*. Der. Sang Joon Lee ve Abe Markus Nornes, Ann Arbor: University of Michigan Press. 31-52.
- Choi, J.B. ve R. Maliangkay (2015). "Introduction: Why Fandom Matter to the International Rise of K-Pop", *K-Pop: The Intenational Rise of the Korean Music Industry*. Der. Jung Bong Choi ve Roald Maliankay. NY: Routledge. 1-18.
- Choi, Y.G. ve C.R. Jeon (2016). *K -Culture 10*. Seul: HangukMunhwaSa. (Korece)
- Chung, J. E. (2012). *From Developmental to Neo-developmental Cultural Industries Policy: The Korean Experience of the 'Creative Turn'*, University of Glasgow, Centre for Cultural Policy Research, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Chung, W. J. ve D.L. Taejun (2011). "Hallyu as a Strategic Marketing Key in the Korean Media Content Industry", *Hallyu: Influence of Korean Popular Culture in Asia and Beyond*. Der. Do Kyun Kim ve Min Sun Kim. Seoul: Seoul National University Press. 431-460.

- Chung, Y. (2017). 日韓文化交流の現代史 (*NiKanBunkaKouryounoGendaiShi*) (Japon Kore Kültürel Değişimin Güncel Tarihi) .Tokyo: Waseda Üniversitesi Yayınları. (Japonca)
- Cummings, M. (2003). *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*. Washington DC.: Center for Arts and Culture.
- Cunningham, S., D.Craig ve J.Lv (2019). "Chinese Livestreaming Industry: Platforms, Politics, and Precarity", *International Journal of Cultural Studies*.1-8. Doi:10.1177/1367877919834942.
- Cunningham, S. (2004). "The Creative Industries After Cultural Policy: A Genealogy and Some Possible Preferred Futures", *International Journal of Cultural Studies*, 7(1):105-115.
- Demir, E. (2014). "Yaratıcı Endüstriler", *İlef Dergisi*, 1(2):87-107.
- Dhawan, R.K. (2017). "Korea's Cultural Diplomacy: An Analysis of the Hallyu in India", *Strategic Analysis*, 41(6):559-570.
- Eagleton, T. (2005). *Kültür Yorumları*. İstanbul:Ayrıntı.
- Ekşi, M. (2018). *Kamu Diplomasisi ve AK Parti Dönemi Türk Dış Politikası*. Ankara:Siyasal Kitabevi.
- Erkayhan, Ş. (2015). "Yaratıcı Endüstriler ve Dijital Gelecek Stratejileri", *Intermedia*, 2(2): 411-423.
- Ezer, Ö. (2019). "Bir'in ve Dil'in Hegemonyasından Kurtulmak: Yaşam Yazımında Çokseslilik", *Türkiye'de Cinsiyet Kültürleri: Dicle Koçacioğlu Kitabı*. Der. Cenk Özbay ve Ayşecan Terzioğlu, İstanbul:İletişim, 245-264.
- Fırat, D. (2017). "Küresel Yönde Ters Akış: Asya'dan Doğan Alternatif Bir Popüler Kültür", *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi (AKAR)*, Cilt 2, Sayı 3, 67-74.
- Flew, T. (2012). *The Creative Industries*. London: Sage.
- Flew, T. (2016). "Evaluating China's Aspirations for Cultural Soft Power in a Post-globalisation Era", *Media International Australia*, 159(1):32-42.
- Florida, R. (2018). *Yeni Kentsel Kriz*. (Çev. D. N. Özer). İstanbul: Doğan Kitap.
- Freeman, M. (2016). *Industrial Approches to Media: A Methodological Gateway to Industry Studies*. London: Palgrave MacMillan.
- Fuhr, M. (2016). *Globalization and Popular Music in South Korea: Sounding out K-Pop*. London: Routledge.
- Fung, A. (Der.). (2016). *Global Game Industries and Cultural Policy*. Cham: Palgrave, Macmillan.
- Galloway, S. ve S. Dunlop (2011). "Kamu Politikalarında Kültürel ve Yaratıcı Endüstri Tanımları Üzerine Bir Eleştiri". *Yeni*, (Çev. O. Sümbüloğlu), 2: 67-90.
- Garnham, N. (2005). "From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the 'Creative Industries' Approach to Arts and Media Policy Making in the United Kingdom". *International Journal of Cultural Policy*, 11(1): 15-29.
- Hall, I. ve F. Smith (2013). "The Struggle for Soft Power in Asia: Public Diplomacy and Regional Competition", *Asian Security*, 9(1):1-18.
- Hartley, J. vd. (2018). *Yaratıcı Endüstrilerde Temel Kavramlar*. Ankara: Başkent Üniversitesi YAKEM Yay.
- Hartley, J., J. Potts, S. Cunningham, T. Flew, M. Keane ve J. Banks (2013). *Key Concepts in Creative Industries*. Los Angeles: Sage.

- Herbert, D. , A.D.Lotz ve L.Marshall (2019). "Approaching Media Industries Comparatively: A Case Study of Streaming", *International Journal of Cultural Studies*, 22(3):349-366.
- Hesmondhalgh, D. (2007). *The Cultural Industries*. London: Sage.
- Hesmondhalgh, D. (2008). "Cultural and Creative Industries". *The Sage Handbook of Cultural Analysis*. Der. T. Bennett ve J. Frow. London: Sage: 552-569.
- Hesmondhalgh, D. (2010). "Medya Endüstrisi Üzerine Yapılan Çalışmalarda Siyaset, Kuram ve Yöntem". (Çev. Y. Yıldırım), *Mülkiye*, (269): 11-28.
- Hesmondhalgh, D. ve A. Pratt (2005). "Cultural Industries and Cultural Policy", *International Journal of Cultural Policy*, 11(1):1-14.
- Hong, K. (2014). "Nation Branding of Korea", *Cultural Policies in East Asia: Dynamics between the State, Arts and Creative Industries*, Der. Hye-kyung Lee ve Lorraine Lim, New York: Palgrave Mac Millan, 69-84.
- Hong, S.K. (2017). "Hallyu Beyond East Asia: Theoretical Investigations on Global Consumption of Hallyu", *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality*. Der. Tae-jin Yoon ve Dal-yong Jin, London: Lexington Books, 67-85.
- Istad, F. (2016). "A Strategic Approach to Public Diplomacy in South Korea", *Korea's Public Diplomacy*. Der. K.Ayhan, Seul: Seul National University Press. 49-80.
- Iwabuchi, K. (2015). *Resilient Borders and Cultural Diversity: Internationalism, Brand Nationalism, and Multiculturalism in Japan*. London: Lexington.
- Jang, G. ve W.K. Paik (2012). "Korean Wave a Tool for Korea's New Cultural Diplomacy", *Advances in Applied Sociology*, 2(3): 196-202.
- Jenkins, H. (2016). *Cesur Yeni Medya*. İstanbul:İletişim.
- Jeon, W. K. (2013). *The Korean Wave and Television Drama Export:1995-2005*. Glasgow University, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Jin, D. Y. (2010). *Korea's Online Gaming Empire*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Jin, D. Y. (2011). "Cultural Politics in Japanization and the Korean Wave: The Changing Role of Nation-States in the Midst of Cultural Globalization", *Hallyu: Influence of Korean Popular Culture in Asia and Beyond*. Der. Do-kyun Kim ve Min-sun Kim Seul: Seoul National University Press.91-130.
- Jin, D. Y. (2016). *New Korean Wave: International Cultural Power in the Age of Social Media*. Chicago: University of Illinois Press.
- Jin, D. Y. (2017). "A Critical Interpretation of the Cultural Industries in the Era of the New Korean Wave", *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality*. Der. Tae-jin Yoon ve Dal-yong Jin, London: Lexington Books, 43-64.
- Jin, D. Y. (2018). "An Analysis of the Korean Wave as Transnational Popular Culture: North American Youth Engage Through Social Media as TV Becomes Obsolete", *International Journal of Communication*, 12:404-422.
- Jin, D. Y. (Der.). (2017). *Mobile Gaming in East Asia: Politics, Culture and Emerging Technologies*. Dordrecht: Springer.
- Jin, D. Y. ve T. J. Yoon (2017). "The Korean Wave: Retrospect and Proespect", *International Journal of Communication*, 11, 2241-2249.
- Jin, D. Y. ve W. Su (2019). "Asia-Pacific Co-Production. Introduction", *Asia-Pacific Film Co-Poductions:Theory, Industry and Aesthetics*. Der. Dal-yong Jin ve Wendy Su London: Routledge. 1-14.

- Jin, D. Y. ve K. Yoon, (2014). "The Social Mediascape of Transnational Korean Pop Culture: Hallyu 2.0 as Spreadable Media Practice", *New Media and Society*, 1-16.
- Ju, H. (2017). "National Television Moves to the Region and Beyond: South Korean TV Drama Production with a New Cultural Act", *The Journal of Intercultural Communication*, 23(1):94-114.
- Kang, I. (2015). "The Political Economy of Idols: South Korea's Neoliberal Restructuring and Its Impact on the Entertainment Labour Force", *K-Pop: The International Rise of the Korean Music Industry*. Der. Jung-bong Choi ve Roald Maliankay. NY: Routledge. 51-65.
- Kang, J. M. (2017). "Just Another Platform for Television? The Emerging Web Dramas as Digital Culture in South Korea", *Media, Culture & Society*, 39(5):762-772.
- Kara, A. Z. (2019). *Türkiye'de Adaptasyon Diziler, Yaratıcı Emek Gücü Olarak Senaristler ve Senaryo Süreçleri*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi SBE. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kerr, A. (2006a). "The Business of Making Digital Games", *Understanding Digital Games*. Der. J. Rutter ve J. Bryce. London: Sage: 36-57.
- Kerr, A. (2006b). *The Business and Culture of Digital Games: Gamework/Gameplay*. New York: Sage.
- Kim, D. K. ve M. S. Kim (2011). "Hallyu from Its Origin to Present: A Historical Overview", *Hallyu: Influence of Korean Popular Culture in Asia and Beyond*. Der. Do-kyun Kim ve Min-sun Kim Seoul: Seoul National University Press. 13-34.
- Kim, D. K. ve M. S. Kim (Der.) (2011). *Hallyu: Influence of Korean Popular Culture in Asia and Beyond*. Seoul: Seoul National University Press.
- Kim, H. J. (Tarihi bilinmiyor). "A History of Korean Film Policies", *Introduction to Korea Film*. 351-355.
- Kim, H. S. (2015). "National Identity Discourses in Visual Culture and Art Education", *Korea Journal*, 55(1):112-137.
- Kim, J. O. (2016). *The Korean Wave as Localizing Process: Nation As A Global Actor in Cultural Production*, Temple University, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Kim, J. O. (2018). "Korea's Blacklist Scandal: Governmentality, Culture and Creativity," *Culture, Theory and Critique*, 59(2):81-93.
- Kim, M. (2011). "The Role of the Government in Cultural Industry: Some Observations From Korea's Expert", *Keio Communication Review*, 33:163-182.
- Kim, M. H. (Tarihi bilinmiyor). "Trends in the Structure of the Korean Film Industry", *Introduction to Korea Film*. 413-419.
- Kim, T. Y. ve D. Y. Jin (2016). "Cultural Policy in the Koren Wave: An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches", *International Journal of Communication*, 5514-5534.
- Kim, Y. J. (2007). *Korean Film Directors: Lee Chang Dong*. Seoul: KOFIC.
- KOCCA (2017a). *2017 KOCCA 포럼] 제2차 뮤직포럼_K-Pop! 열정의 불꽃을 높여라!_자료집* (KOCCA 2017 yılı ikinci çeyreğinde K-Pop Müzik Forumu Raporu). Naju.KOCCA (Korece).
- KOCCA. (2017). *2017년 3분기 콘텐츠산업 동향분석보고서* (2017. 12 2017 Yılı 3. Çeyreğinde İçerik Endüstrisinin Yönelim Analizi Raporu). Aralık. Naju:KOCCA. (Korece).

- KOCCA. (2018). *2018년 상반기 기준 테크 산 업동향분석 보고서: 영화산업편* (2018'in ilk çeyreğindeki İçerik Endüstrisi Yönelim Analizi Raporu: Film Endüstrisi). Kasım. Naju: KOCCA. (Korece).
- KOFIC. (2017a). *Korea Shooting Guide*. Busan.
- KOFIC. (2017b). *Korean Cinema 2017*. Seul.
- KOFIC. (2018a) *Korean Cinema 2017*. Busan.
- KOFIC. (2018b). *Status and Insight: Korean Film Industry 2017*. Busan.
- KOFICE. (2017). *GirrobarHallyuTrendi. (2017 Global Hallyu Trend)*. Seul. (Korece).
- KOFICE. (2018a). *2018 HallyuwaMunhwaSongJek Hallyu 2000 Nyen. (2018 Kore Dalgası'nın Ekonomik Etkisi Üzerine)*Seul (Korece).
- KOFICE. (2018b). "Life as a Culture Artist Minister, A Feeling of 15 Years-interview with Lee Chang-Dong", *HallyuwaMunhwaSongJek Hallyu 2000Nyen*, Mayıs 13-19. (Korece).
- KOFICE. (2018c). *Hallyu Report*, 8-9. No:49.Seul. (Korece).
- Köroğlu Türközü, H. (2017). *Modern Kore Edebiyatı Tarihi*. İstanbul:Likya. 15-25.
- Kwon, S. H ve J. Kim (2013). "From Censorship to Active Support: The Korean State and Korea's Cultural Industries", *The Economic Labour Relations Review*, 24(4):517-532.
- Kwon, S.H. ve J. Kim (2014). "The Cultural Industry Policies of Korean Government and the Korean Wave", *International Journal of Cultural Policy*, 20(4): 422-439.
- Kyung, M. H. (2018). *Kore Tarihi*. İstanbul. Feylesof.
- Lee, H. K. (2014), "Culture and the State: From Korean Perspective", *Cultural Policies in East Asia: Dynamics between the State, Arts and Creative Industries*, Der. Hye-kyung Lee ve Lorraine Lim, New York: Palgrave Mac Millan, 87-103.
- Lee, J. Y. (2009). "Contesting the Digital Economy and Culture: Digital Technologies and Transformation of Popular Music in Korea", *Inter-Asia Cultural Studies*, 10(4):489-506.
- Leung, S. (2012). "Catching the K-Pop Wave: Globality in the Production, Distribution, and Consumption of South Korean Popular Music", *Senior Capstone Projects Paper ID 149*. Vassar College.
- Leung, V., K. Cheng ve T. Tse (2017). *Celebrity Culture and the Entertainment Industry in Asia: Use of Celebrity and Its Influence on Society, Culture and Communication*. Chicago: Intellect.
- Lie, J. (2012). "What is the K in K-Pop? South Korean Popular Music, the Culture Industry, and National Identity", *Korea Observer*, 43(3), Autumn, 339-363.
- Lie, J. (2015). *K-Pop: Popular Music, Cultural Amnesia, and Economic Innovation in South Korea*. Berkeley: University of California Press.
- Macit, M. (2015).*Elin Korelisine El Salladım: Küresel Popüler Kültür Fenomeni; Hallyu/Kore Dalgası Türkiye'de*. Gece Kitaplığı.
- Macit, M. (2018). *Kore Dalgası: Küresel Popüler Kültür Fenomeni HALLYU/Kore Dizileri* İstanbul: Bir Yayıncılık.
- Massumi, B. (2018). *Duygu Politikası*. (Çev. Hakan Erdoğan). İstanbul: Otonom.
- Miller, T. ve G. Yudice (2002). *Cultural Policy*. London: Sage.
- Ministry of Culture, Sports and Tourism (2009). *White Paper on Culture Industry 2008*. Seul: MCST.

- Morin-Gelinas, S.(2016). "South Korean Pulic Diplomacy via Development Cooperation: The Cases of Bridge Diplomacy at the International Development Agenda and the Knowledge Sharing Programme", *Korea's Public Diplomacy*. Der. K.Ayhan, Seoul: Seul National University Press. 145-163.
- Mulcahy, K.V. (2006). "Cultural Policy: Definitions and Theoretical Approaches", *The Journal of Arts Management, Law and Society*. 35(4):319-330.
- Nam, K. C. (2012). *K-Pop: Roots and Blossoming of Korean Popular Music*. Seoul:Hollym.
- Narmanlıoğlu, H. (2018). *Vatanını Seven Tıklaşın*. İstanbul:Kalkedon.
- Negus, K. (2015). "The South Korean Music Industry: A Literature Review", *CREATE Working Paper Series*, RCUK Centre for Copyright and New Business Models in the Creative Economy, College of Social Sciences, University of Glasgow, DOI: 10.5281/zenodo.35398. Aralık 2015.
- Nye, J. (2005). *Yumuşak Güç*. Ankara: Elips.
- Nye, J. ve Y. Kim (2013). "Soft Power and the Korean Wave", *The Korean Wave; Korean Media Go Global*. Der. Youna Kim. London: Routledge. 31-42.
- Ogawa, T. (2009). "Origin and Development of Japan's Public Diplomacy", *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. Der. Nancy Snow ve Philip M.Taylor. London: Routledge, 270-281.
- Oğuz, E. S. (2017). *Türkiye'de Kültür Politikaları ve Kütüphaneler: 1923-1980*. İstanbul: Hiperyayın.
- Oh, I. ve G. S. Park (2012). "From B2C to B2B: Selling Korean Pop Music in the Age of New Social Media", *Korea Observer*, 43(3): 365-397.
- Oh, S. Y. (2014) "Hallyu", *Essentials of Korean Culture*. Der. H.M. Sohn. Seul: Korean University Press. 431-451.
- Oh, S. Y. (2016). "Hallyu (Korean Wave) as Korea's Cultural Public Diplomacy in China and Japan", *Korea's Public Diplomacy*. Der. K.Ayhan, Seul: Seul National University Press.167-196.
- Ono, K. ve J.Kwon (2013). "Re-worlding culture? YouTube as a Cultural Interlocutor", *The Korean Wave:Korean Media Go Global*. Der. Youna Kim, London: Routledge. 199-214.
- Otmazgin, N. K. (2011). "A Tail that Wags the Dog? Cultural Industry and Cultural Policy in Japan and South Korea", *Journal of Comparative Policy Analysis*, 13(3):307-325.
- Otmazgin, N.K. (2014).*Regionalizing Culture: The Political Economy of Japanese Popular Culture in Asia*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Önal, B. (2018). "Türkiye'nin Orta Asya'da Uyguladığı Kamu ve Kültürel Diplomasisi Politikaları", *Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler*. Der. Ayhan Nuri Yılmaz ve Gökmen Kılıçoğlu, Ankara: Nobel.41-95.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları: Kavramlar, Okullar, Modeller*. Birinci Baskı. İstanbul:İletişim.
- Parc, J. (2016). "The Effects of Protection in Cultural Industries: The Case of the Korean Film Policies", *International Journal of Cultural Policy*. DOI: 10.1080/10286632.2015.1116526.

- Park, J. H. , Y. S. , Lee ve H. Seo (2019). "The Rise and Fall of Korean Drama Export to China: The History of State Regulation of Korean Dramas in China," *The International Communication Gazette*, 81(2):139-157.
- Paschalidis, G. (2009). "Exporting National Culture: Histories of Cultural Institutes abroad", *International Journal of Cultural Policy*, 15(3):275-289.
- Peterson, R. A. ve N. Anand (2004). "The Production of Culture Perspective", *Annual Review Sociology*, (30): 311-334.
- Pratt, A. C. (2008). "Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class", *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*. 90(2):107-117.
- Pulhan, G. (2009). "Yeni Kültür Politikaları Açısından Kültürel Miras", *Türkiye'de Kültür Politikalarına Giriş*. Der. Serhan Ada ve H. Ayça İnce. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.129-149.
- Rhee, J. ve N. K. Otmazgin (2016). "Expanding Transnational Dialogue in Asia through Hallyu", *The Asia-Pacific Journal*, 14(7):1-6.
- Robins, K. (2016). "Giriş: 21. Yüzyılda Kültür Politikaları ve Kültür Siyaseti", *Kültüre Müdahale*. Der. Kevin Robins ve Burcu Yasemin Şeyben. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 9-23.
- Russell, M. J. (2014). *K Pop-Now The Korean Music Revolution*. Singapore: Tuttle.
- Seçkin, A. (2009). "Türkiye'de Kültür Politikalarının Ekonomi Politikliği", *Türkiye'de Kültür Politikalarına Giriş*. Der. Serhan Ada ve H. Ayça İnce. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.111-127.
- Shim, D. (2013). "Korean Cinema Industry and Cinema Regionalizm in East Asia", *Popular Culture CoProductions and Collobarations in East Asia*. Der. N. Otmazgin ve E. Ben-Ari, Singapore: NUS Press & Kyoto University Press. 52-67.
- Shim, D. (2017). "Hybridity, Korean Wave, and Asian Media", *Routledge Handbook of East Asian Popular Culture*. Der. Koichi İwabuchi, Eva Tsa ve Chris Berry, London: Routledge. 34-44.
- Shin, H. (2007). "K-Pop, the Sound of Subaltern Cosmopolitanism?", *Routledge Handbook of East Asian Popular Culture*. Der. Koichi İwabuchi, Eva Tsa ve Chris Berry, London: Routledge,116-123.
- Shin, H. (2009). "Have You Ever Seen the Rain? And Who'll Stop the Rain?: The Globalizing Project of Korean Pop (K-Pop)", *Inter-Asia Cultural Studies*, 10:4, 507-523.
- Snow, N. ve P. M.Taylor (Der.) (2009). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. NewYork: Routledge.
- Sohn, H. M. (Der.) (2014). *Essentials of Korean Culture*. Seoul: Korean University Press.
- Song, E. (2018). "The Impact of the Korean Diaspora Community on the Republic of the Phillipines", *International Journal of Social Science and Humanities Research*, 6(4), 673-684.
- Sprinkel, K. (2018). *BTS*. İstanbul:Marti.
- Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Oxford. Polity Press.
- Stevens, K. (2018). *BTS:Kurşun Geçirmez İzcilerin Yükselişi Hayran Günlüğü*. İstanbul: Beyaz Balina.
- Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*. (Çev. G. Orhon ve B. E. Aksoy). Ankara: ÜtopyaYayınları: 308-321.

- The Government of the Republic of Korea (2015). *Six Key Words of Park Geun-hye: Administration's Major Policies*. Seoul: Korean Culture and Information Service.
- The Government of the Republic of Korea (2017). *A Nation of the People, A Just Republic of Korea: 100 Policy Tasks: Five Year Plan of the Moon Jae-in Administration*. Seoul: Korean Culture and Information Service.
- The Republic of Korea (2017). *Selected Speeches of President Moon Jae-in of the Republic of Korea: May-July 2017*. Seoul: Korean Culture and Information Service.
- Thiel, J. (2017). "Creative Cities and the Reflexivity of the Urban Creative Economy", *European Urban and Regional Studies*. 24(1):21-34.
- Topuz, H. (1998). *Dünyada ve Türkiye'de Kültür Politikaları*. İstanbul: Adam.
- Tremblay, G. (2011). "Creative Statistics to Support Creative Economy Politics", *Media, Culture & Society*, 33(2): 289-298.
- UNCTAD (2015). *Creative Economy Outlook and Country Profiles: Trends in International Trade in Creative Industries*. UNCTAD/WEB/DITC/TED/2016/5. <http://unctad.org/creative-economy>.
- Ünsal, D. (2009). "Türkiye'de Kültür Politikaları Açısından Müze Oluşumları", *Türkiye'de Kültür Politikalarına Giriş*. Der. Serhan Ada ve H. Ayça İnce. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.151-178.
- Üstel, F. (2009). "Kültür Politikalarına Bakış: Sorunlar ve Tartışmalar", *Türkiye'de Kültür Politikalarına Giriş*. Der. Serhan Ada ve H. Ayça İnce. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 7-24.
- Van Maanen, A. (2017). *Alanın Hikâyesi*. Ankara: Atf.
- Vandenbergh, P. (2017). "PyeongChang 2018 and South Korea's Strategic Use of Soft Power", *Korea's Soft Power and Public Diplomacy*. Der. Kadir Ayhan, Seoul: Seoul National University Press. 125-143.
- Vickery, J. (2016). "Sınırları Aşmak: Kültür Politikaları Araştırmaları ve Kalkınma Politikaları", *Kültüre Müdahale*. Der. Kevin Robins ve Burcu Yasemin Şeyben. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 143-150.
- Vural, A. (2018). "Çin Dış Politikasında Yumuşak Güç Etkisi", *Yumuşak Güç ve Kamu Diplomasisi Üzerine Akademik Analizler*. Der. Ayhan Nuri Yılmaz ve Gökmen Kılıçoğlu, Ankara: Nobel.455-493.
- Walsh, J. (2014). "Hallyu as a Government Construct: The Korean Wave in the Context of Economic and Social Development", *The Korean Wave: Korean Popular Culture in Global Context*. Der. Yasue Kuwahara. New York: Palgrave Macmillan. 13-31.
- Williams, R. (2005). *Anahtar Sözcükler: Kültür ve Toplumun Sözcüğü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Won, Y. J. (2017). "Hallyu: Numerous Discourses, One Perspectives", *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality*. Der. Tae-jin Yoon ve Dal-yong Jin, London: Lexington Books, 23-42.
- Yağmurlu, A. (2007). "Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Kamu Diplomasisi", *İletişim Araştırmaları*, 5(1):9-38.
- Yılmaz, B. (2009). *Türkiye'de Kültür Politikası ve Kütüphane*. Ankara: TKD Ankara Şubesi Yayını.
- Zamorano, M. M. (2016). "Reframing Cultural Diplomacy: The Instrumentalization of Culture under the Soft Power Theory", *Culture Unbound*, 8, 166-186.

Web Kaynakları

- [2017 KOCCA Forumu] 2. Müzik Forumu, K-Pop! Tutkusunun sesini yükseltelim! Veri dosyası. (Korece)
- "BTS Concert Film Scores Event Film Global Record", <http://www.koreanfilm.or.kr/eng/news/news.jsp?mode=VIEW&seq=5029>
- "Gov't seeks to build K-Pop arena in northeastern Seoul", http://www.koreatimes.co.kr/www/art/2018/12/682_260482.html
- "K-Pop is Korea's cultural heritage", http://www.koreatimes.co.kr/www/art/2018/11/682_258987.html
- Asian Cinema Fund. Erişim: 30 Mayıs 2018, http://acf.biff.kr/Template/Builder/00000001/page.asp?page_num=4018
- Asian Cinema Fund. Erişim: 30 Mayıs 2018, http://acf.biff.kr/Template/Builder/00000001/page.asp?page_num=4018
- Busan Film Commission. Erişim: 30 Mayıs 2018, http://www.bfc.or.kr/homepage/default/page/subLocation.do?menu_no=30010701.
- Busan International Film Festival. Erişim: 30 Mayıs 2018, <http://www.biff.kr/structure/eng/default.asp>
- Busan International Film Festival. Erişim: 30 Mayıs 2018, <http://www.biff.kr/structure/eng/default.asp>
- DCMS (Department of Culture Media and Sport). (2001). *Creative Industries Mapping Document*. London. Retrieved from <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001>
- Diving Bell: The Truth Shall Not Sink with Sewol* (Director's cut / free release) Erişim: 30 Mayıs 2018, https://www.youtube.com/watch?v=dhME_nj5CWc/
- Diving Bell: The Truth Shall Not Sink with Sewol* (Director's cut / free release) Erişim: 30 Mayıs 2018, https://www.youtube.com/watch?v=dhME_nj5CWc/
- Korea Brand.Net (2015). [Http://koreabrand.net/en/util/util_about_pncb.do](http://koreabrand.net/en/util/util_about_pncb.do).
- Korean Culture and Information Service. (2011). *K-drama. A new TV genre with global appeal*. <http://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=2226>
- Korean Culture and Information Service. (2011). *K-Pop. A new force in pop music*. <http://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=2217#>
- Korean Culture and Information Service. (2011). *The Korean wave. A new pop culture phenomenon*. <http://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=2215#>
- Korean Culture and Information Service. (2012). *K-movie. The world's spotlight on Korean film*. <http://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=3183>
- Korean Film Council. Erişim: 30 Mayıs 2018, <http://kofic.kr/kofic/business/main/main.do/>
- Korean Film Council. Erişim: 30 Mayıs 2018, <http://kofic.kr/kofic/business/main/main.do/>
- Park Kwang-sun. Erişim: 30 Mayıs 2018, https://en.wikipedia.org/wiki/Park_Kwang-su/
- Park Kwang-sun. Erişim: 30 Mayıs 2018, https://en.wikipedia.org/wiki/Park_Kwang-su/

Rapir, J. (2018). *Black Panther Director Explains Why Busan is the Setting of the Movie's Car Chase*. Erişim: <http://en.koreaportal.com/articles/44063/20180305/black-panther-director-explains-why-busan-is-the-setting-of-the-movie-s-car-chase.htm/>

T.C. Kùltür ve Turizm Bakanlığı Kùltürel İrtibat Noktası (2013). *Ankara Kùltür Ekonomisi*. Ankara: KİN. www.ccp.gov.tr

Train to Busan. Erişim: 30 Mayıs 2018, https://en.wikipedia.org/wiki/Train_to_Busan/

UNESCO Creative Cities Network. Erişim: 30 Mayıs 2018, <https://en.unesco.org/creative-cities/>

UNESCO Creative Cities Network/ Management Documents. Erişim: 30 Mayıs 2018, <https://en.unesco.org/creative-cities/content/management-documents/>

UNESCO Creative Cities Network/Busan. Erişim: 30 Mayıs 2018, <https://en.unesco.org/creative-cities/busan>

Dizin

- #EndViolence, 140
1950-1953 Kore Savaşı, 94
1962 tarihli Sinema Filmleri Yasası, 95
1997 yılı Asya ekonomik krizi, 89
A Taxi Driver, 101, 113
Acfun, 158
Aftermath, 127
Along with the Gods
Amazon, 53, 103, 104, 106, 125, 158
Anti-Hallyu söylem, 40
ArirangTV, 83
ARMY, 142
Asya değerleri, 121
Asya Film Pazarı (*Asian Film Market*), 114
Asya Proje Pazarı, 114, 116
Asyalılık, 40, 115, 121
At Eighteen, 118
auteur sineması, 102, 109
Autumn Fairy Tale, 63
Avrupa Konseyi Kültür Politikaları Araştırma ve Geliştirme Birimi, 47
Avustralya, 17, 49, 63, 82
bağımsız sinema, 106, 109
BFC (*Busan Film Commission*), 13
BFC, 13, 42, 98, 112, 113
BIFF, 31, 32, 89, 112, 115, 116, 117
BIFAN (Bucheon International Fantastic Film Festival), 13
BigBang, 23, 148
BigHit Entertainment, 133, 147, 149, 150
Birleşik Krallık Bilim, Teknoloji ve Sanatlar Ulusal Nitelikler Birimi (NESTA), 50
Birleşik Krallık, 46, 49, 50
Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD), 49
Black Panther, 99, 113, 177
BoA, 63, 70
Boys on Flower, 65
BoyWithLuv, 70, 137
Brand Korea, 90
Bring the Soul, 23, 140, 148, 149
BT21, 72, 140
BTS, 12, 20, 22, 70, 71, 72, 94, 130, 133, 134, 135, 137, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 156, 163, 167, 168, 174, 176
Burn the Stage
Burning, 107, 108, 109, 148
Busan Content Market (BCM), 28
Busan Film Stüdyosu, 31
Busan Sinema Merkezi, 31, 110
CGV, 96, 102, 103
Chaebol, 65
Chungmuro bölgesi, 95
CJ Entertainment, 96

C-Korea, 67
Confidential Assignment, 101
Cool Japan, 22
Creative Content Lab, 14, 31
Creative Industries Mapping Document, 53, 176
Cube Entertainment, 70, 134
Cultural Diplomacy Manual, 78
Cyworld, 150
Çin Hanedanlıkları, 24
Çin hükümeti, 48, 103, 107, 108, 120
Daegu Chimak Festival, 13
Davichi, 23
Dijital oyun endüstrisi, 164
DNA, 134, 148
Doctor John, 118
Durareum (Busan Sinema Merkezi), 31
Dünya Hallyu Araştırma Merkezi, 40
Emperor of the Sea, 63
Employment Wars, 129
enformasyonel kapitalizm, 52
EXO, 20, 22, 70, 73, 74, 92, 94, 133, 136, 137, 138, 139, 140, 168
Fake Love, 146, 147, 148, 156
Filmin Yaratıcı Kenti Ağı, 112
Flying Swords of Dragon Gate, 105
Frankfurt Okulu, 50
Friend, 97
Fuji TV, 120
Full House, 63
Gangnam Style, 71, 131
Gangnam, 28, 33, 34, 36, 71, 131, 136, 148
Girls Generation, 70
Gong Yoo, 70
Green Fish, 107
guangxi (关系), 39
Gug-Ak, 38
Gün Işığı politikası, 89
Güney Kore modeli, 87
Gwangju, 13, 24, 33, 39, 42, 77, 89, 97, 101, 112, 117
Haechi, 120
Halkın Milleti, 94
Hallyu (韩流), 62
Hallyu 1.0, 11, 62, 90, 138
Hallyu 2.0, 12, 64, 90, 119, 138, 140, 168, 171
Hallyu 3.0, 11, 62, 64, 90, 120
Hallyu Kültürü Geliştirme Konseyi, 91
Hallyu yıldızları, 70, 72, 73, 133
Hallyu-hwa'ya (Hallyulaştırma), 90
Han Stili, 38
Han-Bok, 38
Hanfeng, 77
Han-Ok, 38
Han-Sik, 38
Haruki Murakami, 108
Hayranlık, 159
Hwarang
Hyeri, 70
Hyun Bin, 70
Idol, 146, 156
Iljima, 120
Imagine your Korea, 154
Infinite Power, 127
Instagram, 21, 73, 139, 142, 158, 163
IU, 23
İçerikler Endüstrisi Destekleme Yasası, 67
insanlar için kültür, 94
iQiyi, 120
Jambinai, 160
Japon İmparatorluğu, 24
Japon televizyon programları, 88
Japonlaştırma, 24, 32
Jewel in the Palace (, 63
J-pop, 22, 88

JSA, 97
JTBC, 41, 103, 118, 124
Jugglers, 119
Justice, 118
KakaoTalk, 72, 133, 158
Kamu Diplomasi Yasası II, 79
Kamu Diplomasi Yasası, 78, 79
Kamu Diplomasisi Üzerine İlk Temel Plan (2017-2021), 79
Kamu diplomasisi, 56, 57, 58, 59, 75, 80, 81
Kara, 8, 21, 70, 118, 167, 171
K-Beauty, 22
KBS World, 83
KBS, 29, 30, 65, 83, 119, 121, 122, 123, 124, 126, 128
K-CON, 83, 159
K-drama, 20, 38, 78, 108, 109, 119, 120, 121, 129, 130, 132, 155, 176
K-içerik, 14, 15, 37, 38, 39, 78, 120, 152, 160, 163, 165
Kim Hyung-joong, 70
Kim Woo-bin, 70
Kim Young Sam hükümeti, 66
Kimchi, 78
KOCWA TV, 83, 121
KOCCA (Korea Creative Content Agency), 13
KOCCA, 13, 18, 22, 24, 31, 39, 41, 42, 64, 65, 67, 68, 71, 75, 84, 85, 89, 91, 92, 93, 103, 104, 121, 122, 127, 130, 131, 134, 157, 159, 160, 161, 162, 164, 171, 172, 176
KOCIS (Korean Culture and Information Service), 13
KOCIS, 13, 41, 82, 83, 85, 93, 151, 157, 158, 159
KOFIC (Korean Film Policy Research Insitute), 13
KOFIC, 13, 27, 31, 41, 72, 91, 93, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 105, 106, 107, 109, 115, 157, 171, 172
KOFICE (Korean Foundation for International Cultural Exchange), 13
Kore alfabesi Hangeul, 76
Kore Dalgası karşıtlığı, 130, 162
Kore Dalgası, 1, 2, 3, 5, 11, 13, 14, 15, 17, 18, 20, 22, 28, 36, 40, 50, 56, 62, 64, 67, 68, 69, 72, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 84, 90, 91, 92, 97, 117, 118, 119, 121, 123, 130, 131, 132, 151, 152, 155, 158, 159, 161, 162, 164, 165, 172
Kore Film Arşivi, 30, 31
Kore Film Konseyi, 11, 31, 91, 98, 103
Kore Kültür Merkezi, 7, 18, 26, 38, 69
Kore kültürü karşıtlığı, 40
Kore markası, 15, 38, 72, 74, 109, 133, 163
Kore Markası, 90
Kore Sineması, 99
Kore stili, 67, 117
Kore Yaratıcı İçerik Ajansı, 18, 31
Kore Yayıncılık Komisyonu (, 88
Kore-ABD gümrük tarifeleri, 95
Korean Motion Picture Promotion Corporation (KMPPC), 95
Korece, 6, 17, 18, 20, 24, 26, 27, 30, 31, 32, 41, 42, 62, 70, 84, 103, 133, 134, 137, 142, 146, 149, 163, 168, 171, 172, 176
Krystal, 70
Kuzey Kore, 75, 82, 83, 88, 89, 95, 117
Kültür Endüstrileri Beyaz Raporları, 67

Kültür Endüstrisi Destekleme
Temel Yasası, 99
Kültür endüstrisi, 50
Kültür, 7, 11, 13, 18, 22, 36, 45, 46,
47, 48, 49, 50, 56, 60, 66, 67, 68,
69, 76, 78, 79, 80, 82, 85, 88, 90,
93, 94, 97, 98, 99, 100, 104, 107,
108, 117, 121, 130, 153, 157, 160,
167, 168, 169, 172, 173, 174, 175,
177
Kültüralist veya refleksif kültürel
diplomasi, 61
Kültürel Diplomasi, 1, 2, 3, 5, 11,
61, 74, 78, 80, 81, 173
Lee Jong-suk, 70, 125
Line, 72, 133, 140, 158
Lotte Cinema, 96, 102
Lotte, 65, 92, 96, 101, 102, 140
Love Cell, 128
Love in Memory, 128
LoveMyself, 140
LoveYourself
Mango TV, 120
Map of Soul
Media and Cultural Industry Act,
121
Megabox, 96, 102, 103
MelOn, 150
Memories of Murder, 112
middle power, 82
milli kültür, 165
Mother, 112
My Sassy Girl, 63, 164
Naver, 104, 127, 150, 158
nazik Hallyu, 94
Netflix, 103, 105, 106, 109, 116, 118,
122, 123, 125, 126, 129, 130
NHK, 108, 109, 120
ningenkankei (人間関係), 39
Oasis, 107, 128
Ode to My Father, 101, 113

Official Development Assistance
(ODA), 83
Okja, 103, 105, 109, 112
Orange Light, 128
Otantik ben, 145
OTT, 103
Pandora, 103, 127
Parasite, 112
Peppermint Candy, 107
Persona, 70, 134, 137
Platform Busan, 114
Poetry, 33, 107
post-Hallyu, 120, 158, 161
PSY, 71, 130, 131
Psychokinesis, 103
PyeongChang Kış Olimpiyatları,
48, 84, 160
Rain, 70, 103, 174
Reply 1988, 88
Rookie Historian Goo Hae-Ryung, 118
Samsung Ekonomik Araştırma
Enstitüsü, 66
SBS, 27, 29, 33, 41, 105, 118, 120,
121, 123, 124, 125, 126, 128, 129,
158
Segyehwa (küreselleşme), 76
Serinkanlı Japonya, 22
Seyyah, 25
SHINee, 20, 23, 70, 137
Shiri, 63, 97
SICAF (Seoul International
Cartoon & Animation Festival),
13
Siber Kültürel İçerikler Akademisi,
67
Sinema endüstrisi, 99, 103, 114
SM TOWN, 28, 34, 35
Snowpiecer, 105, 112
soft power, 48
Sosyal ağ, 150
Sosyal medya, 142, 150

spor diplomasisi, 84
Spotify, 23, 158
Stars in My Heart, 63
Super Junior, 70, 94
Suzy, 70, 125
Şöhret, 11, 12, 69, 134, 144
Taec Yeon, 70
TBS, 120, 164
 Tear, 156
Tek Kuşak Tek Yol Projesi, 107
Teleport Lovers, 128
The Attorney, 97
 The Beginning, 120, 140
The Gingko Bed, 96
The Handmaiden, 103
The Host, 101, 112
The Mermaids, 105
 The Movie, 148
The Thieves, 101, 113
Tonyang, 96
Train to Busan, 103, 112, 113, 177
Tudou, 120
TVN, 75, 88, 118, 124, 125, 129
Twenty Years Old, 128
Twitter, 21, 70, 73, 109, 133, 134,
 140, 142, 145, 156, 158
 Two Worlds, 101
Ulusal Yayıncılık Günü, 77
UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı, 31,
 98
UNESCO, 31, 39, 46, 47, 60, 94, 98,
 110, 111, 112, 177
UNICEF, 135, 140, 141
Veteran, 101, 113
Webtoon, 30
Weibo, 73, 134, 158
What is Love All about, 63
When the Devil Calls Your Name, 118
While You are Sleeping, 120
Winter Sonata, 63
Yabancı film ithal etme kotası, 95
Yakınsama, 104, 158
Yaratıcı ekonomi, 54
Yaratıcı Endüstri, 11, 28, 46, 49, 50,
 53, 155, 167, 168, 169
Yaratıcı içerik endüstrisi, 71
Yaratıcı kentler, 111
Yaratıcı sınıf, 39
Yaz Olimpiyatları, 48, 88
Yeni ekonomi, 52
Yeni Kore Sineması Dalgası, 116
Yeni propaganda, 61
YG Entertainment, 70, 73, 134
Youku, 120
YouTube, 21, 38, 70, 71, 73, 80, 102,
 126, 131, 134, 137, 138, 140, 142,
 148, 150, 154, 158, 163, 173
Yumuşak Güç, 69, 173, 175