

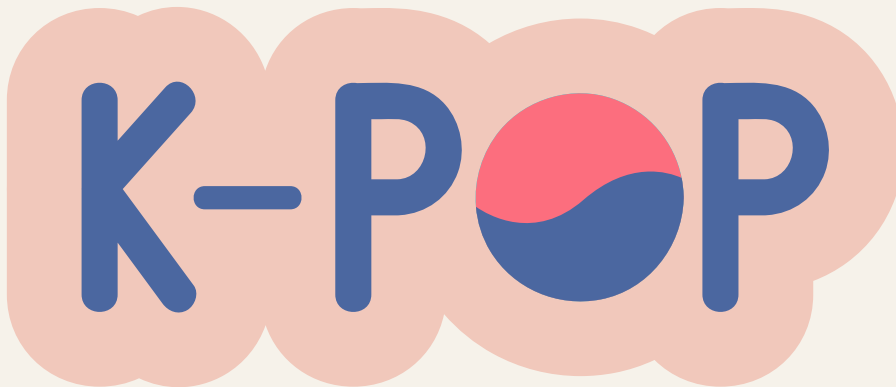
K-POP: KÜRESEL BİR FENOMENİN ARKA PLANI VE LGBT TEMALARI



K-pop, gençler arasında müziğin ve pop kültürünün bir karışımı olarak günümüz dünyasında önemli bir yere sahiptir. Renkli sahne performansları ve uyumlu dans hareketleri ile süslenmiş olan bu müzik türü, Güney Kore'nin kültürel ihracatının en etkili yansımalarından birini temsil eder. Ancak K-pop'un parlak dünyasının ardındaki perde kalktığında, birçok eleştirel yönü de gözlemlenebilir. K-Pop dosyamız 2 yazıdan oluşmaktadır. Serinin ilk yazısında K-Pop'un tanımı, arka planı ve K-Pop gruplarından BTS grubunu ele alacağız.

Hallyu'nun parçası olarak K-pop

K-pop, "Kore Pop" müziği olarak bilinir ve Güney Kore kökenli popüler müziği içerir. Ancak, bu terimi daha iyi anlayabilmek için Hallyu (Kore Dalgası) kavramını ele almak gereklidir. Hallyu, Kore kültürünün uluslararası alanda popülerlik kazanması anlamına gelir ve içinde K-pop müziğini, Kore dizilerini (K-dramalar), filmlerini, modasını, yemeğini ve diğer kültürel öğelerini barındırır. Bu bağlamda, K-pop'un popülerliği ve etkisi, Hallyu akımının bir parçası olarak uluslararası arenada büyük bir öneme sahiptir.



K-pop'un bu kadar yaygın hale gelmesinin arkasındaki temel nedenlerden biri, 1997'de Asya'da meydana gelen ekonomik krizdir. Bu kriz Güney Kore'yi de derinden etkilemiş ve bu dönemde hükümet, kültürel ürünlerin dışa açılmasını teşvik etmek ve ekonomiyi canlandırmak amacıyla medya ve iletişim sektörlerini desteklemiştir. Güney Kore, "yumuşak güç" olarak adlandırılan etkilme stratejilerini kullanarak kültür ürünleri aracılığıyla diğer ülkeleri de fazlasıyla etkilemiştir. Bu kültür ürünleri, özel şirketlerin yanı sıra Kore Kültür Turizm Bakanlığı tarafından da desteklenmektedir. Bu kültürün mimarlarına devlet desteği, krediler, askerlik erteleme ve diplomatik pasaportlar gibi imtiyazlar verilerek süreç içerisinde önleri daha da açılmıştır.



Kore Yaratıcı İçerik Ajansı (KOCCA) gibi kuruluşlar, kültürel içeriklerin tanıtımı ve geliştirilmesinde önemli bir rol oynamıştır. Kore dizileri ve K-pop, Asya'daki komşu ülkelere başlayarak Orta Doğu'ya ve sonrasında Avrupa ve Amerika'ya yayılmıştır. Bunun sonucunda Güney Kore'nin içerik endüstrisi 10 milyar doları aşan bir ekonomik faaliyet yaratmıştır. Kısacası, Güney Kore kültürünün dünya çapında popülerlik kazanmasının ardında özel sektörün ve Kore hükümetinin desteklediği "Hallyu" politikası yatmaktadır.

Güney Kore kültürünün dünya çapında popülerlik kazanmasının nedenlerinden biri de sosyal medyanın yükselmesi ve dijital platformların kullanılmasıdır. PSY'nin "Gangnam Style" şarkısı ve BTS gibi gruplar, Kore kültürünün küresel çapta tanıtılmasında büyük rol oynamışlardır.

K-pop idol gruplarının genellikle sahip olduğu ortak özellikler şunlardır:

Çok Üyeli Gruplar: K-Pop grupları genellikle çok sayıda üyeden oluşur, her üye belirli bir rolü veya pozisyonu üstlenir; ana vokal, dansçı, rapçi gibi.

Dans Yetenekleri: K-Pop grupları sadece müziğe odaklanmaz, aynı zamanda dans yetenekleri ve sahne performanslarına büyük önem verirler. Karmaşık koreografi ve senkronize hareketler, grupların sahnede kitleleri etkileyen gösteriler sunmasını sağlar.

Görsel ve Stil: K-Pop grupları için moda ve görünüm de büyük bir rol oynar. Belli güzellik standartlarına uymak zorunda olan her üye, grupta uyumlu ve görsel olarak "çarpıcı" bir şekilde giyinir. Moda, grupların tanıtımında ve müzik videolarında da vurgulanır.

Fan Odaklı Aktiviteler: K-Pop grupları sadece müzik kariyerlerine odaklanmazlar; fanlarına yönelik etkinlikler ve etkileşimler düzenlerler. Özel fan buluşmaları, canlı yayınlar ve sosyal medya etkileşimi, hayranlarla yakın bir ilişki kurmalarına yardımcı olur.



Çok Dil Bilme Yeteneği: K-Pop grupları uluslararası pazarlarda başarılı olabilmek için birden fazla dilde şarkı söyleyebilme yeteneklerine sahiptirler. Özellikle İngilizce, Japonca ve Çince gibi dillerde şarkılar yayınlamak yaygındır.

K-pop Ajansları: K-Pop şirketleri tarafından hazırlanan oldukça tartışmalı ve sıkı sözleşmeler, grup üyelerini adeta kelepçeler. Örneğin, "idol olma" yolculuğunda kaldıkları yurttan izinsiz çıkmak ya da bir işte çalışmak sözleşmelere aykırıdır. Ayrıca, kişisel ilişkiler, cep telefonu kullanımları, aileleriyle görüşmeleri, dış dünyayla iletişimleri, duygusal bağlar kurmaları ve özellikle aşk ilişkileri sık sık kısıtlanır ve izlenir. Bu sözleşmeler, grup üyelerini çok sıkı bir eğitim sürecine ve uzun çalışma saatlerine zorlar.



K-pop sanatçılarının yetiştirilmesi ise genellikle karmaşık bir süreci içerir:

Seçim ve Başvuru: K-pop sanatçısı olma hayali kuran gençler, K-pop ajanslarının düzenlediği seçmelere veya yetenek taramalarına katılırlar. Bu seçmelerde şarkı söyleme yetenekleri, dans yetenekleri ve sahne karizması gibi yetenekler değerlendirilir. Bazıları 12-13 yaşlarındayken bu süreçle tanışır ve normal bir çocukluk yaşamadan bu yola girerler. Genellikle, bu adaylar üniversite eğitimini başka hedefler için terk eder.

Stajyerlik: Seçilen adaylar, bir K-Pop ajansı bünyesinde stajyer olarak işe alınırlar. Stajyerler dans, vokal, sahne performansı ve dil eğitimi gibi çeşitli alanlarda eğitim alırlar. Aynı zamanda ajanslar tarafından görünüşleri ve imajları şekillendirilir. Stajyerlik süresi yıllarca sürebilir ve oldukça zorlu olabilir. Bazen aşırı stres ve baskı, ciddi psikolojik sorunlara yol açmakta ve ne yazık ki intihar vakalarını beraberinde getirmektedir.



Sanatçılar, rekabetin yoğun olduğu ve kusursuzluğun beklenildiği bir ortamda yetişmek zorundadır. Bu süreç, hem fiziksel hem de duygusal olarak yıpratıcıdır. Sanatçıların kilo kaybetme, mükemmel görünme ve sıkı diyet kurallarına uyma baskısı, intihar riskini artırır. Ayrıca yoğun çalışma saatleri, uyku eksikliği ve ailelerinden uzakta olma gibi durumlar, sanatçıların zihinsel sağlıkları üzerinde olumsuz etkiler doğurabilir. K-pop idol adayları, fiziksel görünüşleri dahil ajansların belirlediği standartlara uymak zorundadır. Bazı adaylar, "çift göz kapağı", küçük burun, "V" şeklinde çene hattı ve iri gözler gibi belirli standartlara uyum sağlamak için estetik operasyonlara başvurur.

Grup Oluşturma veya Solo Kariyer: Eğitimi sona eren stajyerler, K-Pop ajansı tarafından bir gruba dahil edilebilir veya solo kariyere başlatılabilir. Bir grup oluşturulduğunda, grup üyeleri birlikte çalışarak müzik ve sahne performansları sergiler.

Debut (çıkış): Stajyerlerin eğitimi ve hazırlığı tamamlandığında, K-Pop sanatçıları resmi olarak "debut" yaparlar, yani profesyonel olarak müzik endüstrisine adım atarlar. Debutları, genellikle bir şarkı ve müzik videosunun yayınlanması ile gerçekleşir.



K-Pop stajyerliği ortalama 2-7 yıl arasında sürebilir. Ancak stajyer eğitiminden geçen her kişi K-Pop sanatçısı olmaz. K-Pop endüstrisi oldukça rekabetçi bir alandır ve stajyerler arasında sadece birkaçı nihai olarak profesyonel bir K-Pop sanatçısı olarak çıkış yapabilir. Debut (çıkış) yapma fırsatı sadece yeteneklerini geliştiren ve şirketin beklentilerini karşılayan stajyerlere verilir. K-Pop sanatçıları, debut yaptıktan sonra sürekli olarak yeni müzikler çıkartır, konserler verir ve çeşitli etkinliklere katılır. Ayrıca, stajyerliklerini tamamladıklarında, eğlence şirketlerine büyük tazminatlar ödemek zorunda kalabilirler. K-Pop sanatçıları, genellikle 20'li yaşlarının sonlarına veya 30'larının başlarına kadar bu mesleği icra ederler.

K-pop kültürü, özellikle genç kızları hayran kitlesi olarak devşirmekte ve onların dünyalarında büyük bir etki yaratmaktadır. Genellikle 11-12 yaşlarından itibaren, bu genç izleyiciler sosyal medya platformlarında favori K-pop gruplarına olan hayranlıklarını geliştirmektedir. Bu hayranlar için dil öğrenimi ve konserlere katılım önemli birer unsurdur. K-pop gruplarını temsil eden ürünler satın alarak da bu tutkularını ifade ederler. Kimisi Kore'ye yolculuk yapmayı hedeflerken, kimisi müzik albümlerinin afişlerini ve fotoğraflarını odalarının duvarlarına asar.



BTS grubu kapsamında K-pop'un incelenmesi

Bu yazının geri kalan kısmında, K-pop'un öncü gruplarından biri olan BTS aracılığıyla K-pop'u ve LGBT arasındaki ilişkiyi inceleyeceğiz.

BTS, 2013 yılında K-pop ajansı Big Hit Entertainment tarafından kurulan bir gruptur ve yedi erkek üyeden oluşmaktadır: RM, Jin, Suga, J-Hope, Jimin, V ve Jungkook. BTS, ismini "Kurşun Geçirmez İzci Erkekler" anlamına gelen "Bangtan Sonyeondan" ifadesinin kısaltması olarak almıştır. Ancak grup, uluslararası alanda daha iyi anlaşılabilir olmak için ismini "Beyond The Scene" (Sahnenin Ötesinde) kelimelerinin baş harflerinden türeterek "BTS" olarak değiştirmiştir. Bu değişiklik, grup üyelerinin sahne ötesinde bir etki yaratma amacını yansıtmaktadır.

BTS, kendine "ARMY" adını veren büyük ve tutkulu bir hayran grubu tarafından desteklenmektedir. "Adorable Representative M.C. for Youth," yani "gençliğin sevimli temsilcileri" olarak ifade edilmektedir. Tahmini olarak 20-30 milyon üyeye sahip olduğu düşünülen bu dijital topluluk, BTS'nin başarısını dünya çapında yükselten önemli bir unsurdur. Topluluğun üye sayısının çoğu ülkenin nüfusundan fazla olması oldukça dikkat çekicidir. Dijital bir cemaat olarak kabul edilmesinin nedeni, bu hayran grubunun özellikle sosyal medya platformları, çevrimiçi forumlar ve diğer dijital iletişim araçları üzerinden etkileşimde bulunması ve gruplarını çevrimiçi platformlarda savunmasıdır. Dolayısıyla "ARMY" terimi ve getirdiği sosyolojik durum, K-pop kültürünün bir parçası olarak literatüre girmiştir.

ARMY üyeleri, zaman zaman Türkiye'nin büyük şehirlerinde, örneğin İstanbul, İzmir ve Ankara gibi illerde cafelerde buluşmalar düzenlemektedir. Bu buluşmalar, Army topluluğunun dayanışmasını ve gruplarına olan bağlılıklarını kutladıkları etkinliklerdir. Ayrıca, BTS'in Army olarak adlandırılan hayranlarının Türkiye'de aktif olduğunu gösteren çeşitli Twitter hesapları bulunmaktadır, örneğin BTS ARMY Turkey, BANGTAN Turkey ve BTS Galaxy Turkey... Bu hesaplar, hayranların grupla ilgili güncellemeleri ve etkinlikleri paylaştıkları platformlardır ve onların dünyasında oldukça önemli bir yere sahiptir.



Peki BTS LGBT'yi destekliyor mu?

Bu grup, müziğiyle toplumsal meselelerden gençlik deneyimlerine kadar birçok konuya temas etmesi ile de oldukça dikkat çeker. Bunlardan biri de LGBT temalarıdır. BTS, LGBT'yi desteklen K-pop gruplarından biri olarak dikkat çekmektedir. Örneğin, BTS üyelerinden RM (Rap Monster), sözde LGBT haklarının savunucusu olarak tanınır. BTS, UNICEF ile işbirliği yaparak "Love Myself" kampanyasını tanıtmak üzere 2018 yılında Birleşmiş Milletler'e ilk ziyaretini gerçekleştirdiğinde, RM "cinsiyet kimlikleri" ne olursa olsun hayranlarını "kendilerini anlatmaya" teşvik etmiştir.

"Bana hikayenizi anlatın. Sesinizi ve inancınızı duymak istiyorum. Kim olursanız olun, nereden gelerseniz gelin, ten renginiz, 'cinsiyet kimliğiniz' ne olursa olsun: kendinizi anlatın."

Ayrıca, BTS üyesi RM, eşcinsel ilişkilere dair önemli bir müzik önerisinde bulunmuş, X (eski adıyla Twitter) platformu üzerinden, hayranlarına Macklemore ve Ryan Lewis'in "Same Love" şarkısını dinlemelerini içtenlikle tavsiye etmiştir. RM, şarkının sözlerine odaklanarak bu öneride bulunmuş ve şarkının eşcinsellik temasına vurgu yaparak, onu daha fazla anladıkça daha anlamlı hale geldiğini ifade etmiştir. Aynı zamanda, LGBT temalarının işlendiği "Love, Simon" filminden bir şarkıyı da hayranlarına önermiştir.



RM'nin LGBT topluluğuna olan destekçiliği, K-Pop kız grubu GLAM için şarkı sözü yazmasıyla da kendini göstermiştir. RM, bu grubun çıkış yaptığı ilk single olan "Party (XXO)" şarkısının yazılmasına katkıda bulunarak, LGBT temasını işleyen müziğin oluşturulmasına yardımcı olmuştur. şarkının sözlerinde řu ifadeler yer alır:

"Seni öpebilir miyim bebeđim?

Biliyor musun? Çekiciliđine bak, bu çok iyi

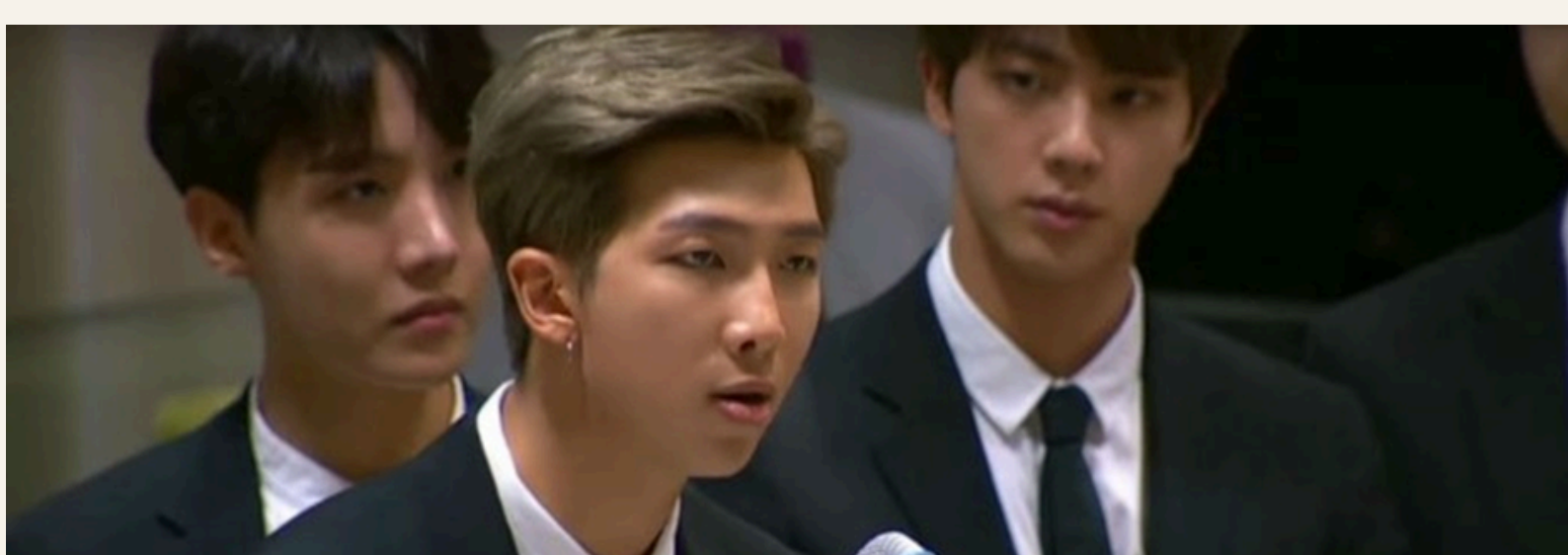
Düşsen bile, güzelce gülümse

Sen bir erkek misin? Kız mısın?

Umurumda deđil, tutku anahtardır

Sıcak bir kalp senin kimliđin"

BTS'nin bir diğer üyesi olan Jungkook, moda ile ilgili verdiği bir demeçte cinsiyetsiz giyimi savunmuştur. Jungkook, kendine göre "harika" bir stili tanımlarken, "Cinsiyetten bağımsız olarak sevdiğin her şeyi giymek" şeklinde cevap vermiştir. Aynı zamanda Jungkook, LGBT destekleyicisi Calvin Klein markasının 2023 yılı kampanyasında yer almıştır.



Ayrıca BTS grubu, moda adı altında cinsiyetsizliği savunmaktadır. Grubun yeni CD'si "Butter"ın yayınlanmasından birkaç gün önce, BTS üyesi Jimin'in giydiği kıyafet tartışmalara yol açmıştır. Kızıl saçlı Jimin, siyah-kırmızı ekose bir etek ve kürklü botlar giyerek siyah bir lambanın ve minimal mobilyaların bulunduğu küçük, turuncu bir odada poz vermiştir. Jimin'in bu ekose eteği, cinsiyetsiz bir moda anlayışını normalleştirmeye çalıştıklarını göstermektedir.

Grup üyeleri sıkça korseler, baştan aşağı pembe kıyafetler, saten bluzlar, etekler, dantel ve file çoraplar gibi kadın kıyafetlerini tercih etmektedir. Ayrıca BTS grubunun gerdanlıklar ve hatta kadınsı makyaj gibi unsurlarla birlikte kadın çantaları da kullanarak cinsiyetsizlik temalarını benimsediği görülmektedir.



BTS, aynı zamanda devlet destekli bir hareketin parçası olan K-pop endüstrisinin önemli bir temsilcisi olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, 14 Eylül 2021 tarihinde Güney Kore Başkanlık Sarayı'nda Devlet Başkanı Moon Jae-in tarafından kabul edilmeleri ve "Gelecek Nesiller ve Kültür için Özel Elçi" olarak atanmalarıyla daha da vurgulanmıştır. BTS, bu özel unvanla diplomatik pasaportlarını da alırken aynı zamanda Başkan Moon ile birlikte 76. Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'na katılmıştır. Bu platformda, tüm dünya gençliğine hitap eden bir konuşma yapmış ve 'Permission to Dance' adlı şarkılarını seslendirmişlerdir.

Tüm bu gözlem, strateji ve olaylara bakıldığında, LGBT temalarına yer veren BTS'in özellikle prefrontal lobu (beynin karar mekanizması) henüz tam gelişmemiş olan oldukça küçük yaş grubu bir kitleyi etkilememesi neredeyse imkansız gibi görünmektedir.





Kaynaklar

[1] Keskin, A. (2022). Güney Kore K-Pop popüler kültürü ve Türkiye'deki yansımaları: sosyolojik bir inceleme. (Doktora Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi)

[2] Dinçer, S. D. (2023). Bazılarının özentisi, bazılarının ise vazgeçilmez hayranlığı: Kore kültürü. Anadalo Ajansı.

<https://www.aa.com.tr/tr/dosya-haber/bazilarinin-ozentisi-bazilarinin-ise-vazgecilmez-hayranligi-kore-kulturu/2971546>, Erişim Tarihi: 31.10.2023

[3] Dinçer, S. D. (2023). Güney Kore'nin mali krizde araladığı çıkış kapısı: "Hallyu Politikası". Anadalo Ajansı.

<https://www.aa.com.tr/tr/dosya-haber/guney-korenin-mali-krizde-araladigi-cikis-kapisi-hallyu-politikasi/2971958>, Erişim Tarihi: 31.10.2023

[4] Dinçer, S. D. (2023). "Açlık oyunları"nı animsatan K-pop idolü olma yolculuğu. Anadalo Ajansı.

<https://www.aa.com.tr/tr/dosya-haber/aclik-oyunlarini-animsatan-k-pop-idolu-olma-yolculugu/2972480>, Erişim Tarihi: 31.10.2023



[5] Remarks by BTS' Kim Nam Jun (RM) at the launch of Generation Unlimited, at the UN General Assembly. UNICEF.

www.unicef.org/press-releases/we-have-learned-love-ourselves-so-now-i-urge-you-speak-yourself,

Erişim Tarihi: 31.10.2023

[6]

https://x.com/BTS_twt/status/309196138689490944?s=20, Erişim Tarihi: 31.10.2023

[7]

https://x.com/BTS_twt/status/985393025927950336?s=20, Erişim Tarihi: 31.10.2023

[8] BTS's Jungkook Speaks Up About Gender Norms In Fashion.

<https://www.koreaboo.com/news/bts-jungkook-gender-norms-fashion-vanity-fair/>, Erişim Tarihi: 31.10.2023

[9] Dee, D. (2023). BTS's Jungkook gains K-netizens' attention with his 'genderless concept' in latest Calvin Klein campaign. Allkpop.

<https://www.allkpop.com/article/2023/08/bts-jungkook-gains-k-netizens-attention-with-his-genderless-concept-in-latest-calvin-klein-campaign>, Erişim Tarihi: 31.10.2023



[9] Dee, D. (2023). BTS's Jungkook gains K-netizens' attention with his 'genderless concept' in latest Calvin Klein campaign. Allkpop.

<https://www.allkpop.com/article/2023/08/btss-jungkook-gains-k-netizens-attention-with-his-genderless-concept-in-latest-calvin-klein-campaign>, Erişim Tarihi: 31.10.2023

[10] Sun-hwa, D. (2021). Genderless fashion in vogue in K-pop scene. The Korea Times.

https://www.koreatimes.co.kr/www/art/2023/10/3_98_312285.html, Erişim Tarihi: 31.10.2023