TÜRKİYE YAYINCILIK ZİRVESİ

Dr. Elyase İskender AIMYY.COM 18.02.2025



DETAYLI ÖZET

Ana Konu:

Türkiye Yayıncılık Zirvesi açılış konuşmasında, dijitalleşmenin yayıncılığa etkileri, okuma kültürü, telif hakları, dezenformasyon ve Türkiye'nin yayıncılık ekosistemini geliştirme çabaları ele alınmaktadır.

Ø Amaç:

- Yayıncılık sektöründeki fırsatları ve zorlukları tartışmak.
- Türkiye'nin **yayıncılık ekosistemini geliştirmek** için yapılması gerekenleri vurgulamak.
- **Dijitalleşme ve yapay zekanın** yayıncılık üzerindeki etkilerini değerlendirmek.
- **Dezenformasyon ve kültürel hegemonya** gibi tehditlere karşı duruş sergilemek.
- Türkiye'nin ulusal ve küresel yayıncılık sahnesindeki rolünü güçlendirmek.

Hedef Kitle:

- Yayıncılar, yazarlar ve akademisyenler.
- Kamu yayıncılığı alanında faaliyet gösterenler.
- Kültürel ve eğitim politikalarıyla ilgilenenler.
- Yayıncılıkla ilgili karar alıcılar ve devlet yetkilileri.

P Ana Argümanlar:

- 1. Dijitalleşme Yayıncılığı Dönüştürüyor:
 - E-kitap, sesli kitap ve podcast gibi formatlar sayesinde daha geniş kitlelere ulaşma imkânı var.
 - Ancak, telif sorunları, korsan yayıncılık ve algoritmik yönlendirme gibi yeni zorluklar da doğuyor.
- 2. Dezenformasyon Yayıncılığı Tehdit Ediyor:



- Batılı tekelleşme ve büyük teknoloji şirketlerinin etkisi, içeriklerin manipülasyonuna sebep oluyor.
- Algoritmaların kitap önerilerini yönlendirmesi, yayıncıları bağımlı hale getiriyor.

3. Türkiye Yayıncılık Ekosistemini Güçlendirmeli:

- o Daha fazla nitelikli yayın ve yerli yayıncılık aktivizmi teşvik edilmeli.
- Kültürel çoğulculuk ve milli yayın politikaları, dış etkiler karşısında korunmalı.
- Yerel ve küresel yayıncılık pazarında daha güçlü bir konum hedeflenmeli.

4. Türkiye'nin Kültürel Bağımsızlığı Önemlidir:

- Batı merkezli kültürel hegemonya ve kuşatma girişimlerine karşı
 Türkiye kendi özgün yayıncılık stratejilerini oluşturmalıdır.
- Kültürel kimlik emperyalist kültürel asimilasyona karşı korunmalıdır.

Örnekler:

- İletişim Başkanlığı'nın Yayıncılık Faaliyetleri:
 - o 10 dilde 170'e yakın eser yayımlandı.
 - o "İletişim ve Diplomasi" akademik dergisi.
 - o "Ayın Tarihi" adlı süreli yayın.

Kütüphane Çalışmaları:

- Millet Kütüphanesi ve Rami Kütüphanesi gibi uluslararası standartlarda kütüphaneler inşa edildi.
- Halk kütüphaneleri üye sayısı 7 milyona, kullanıcı sayısı 39 milyona, toplam kitap sayısı 25 milyona ulaştı.
- Yayıncılıkta Batılı Tekelleşme:



- Büyük teknoloji şirketlerinin kontrolü, yayıncılıkta dijital uçurum yaratıyor.
- Telif hakları ve korsan yayıncılık sorunları, dijitalleşme ile daha da derinleşiyor.

Alıntılar:

- "Türkiye bugün tüm dünyada adalet ve hakikat mücadelesi veriyor."
- "Kültürel çoğulculuğu ve demokratik temsil düzenini savunuyoruz."
- "Batı merkezli kültürel kuşatma girişimleri en büyük meydan okumalarımızdan biridir."
- "Yapay zekanın dezenformasyonu artırma riski var, ancak yayıncılıkta fırsatlar da sunuyor."

Arkaplan Bilgisi:

- Konuşmayı yapan kişi: Prof. Dr. Fahrettin Altun (T.C. İletişim Başkanı).
- Etkinlik: Türkiye Yayıncılık Zirvesi.
- Düzenleyen Kurum: T.C. İletişim Başkanlığı.
- Yer: Türkiye, Rami Kütüphanesi.
- Tarih: 2024.

👸 Sonuçlar:

- Türkiye yayıncılık alanında büyük ilerleme kaydetti.
- Ancak Batılı tekelleşme, dijitalleşme ve kültürel hegemonya gibi sorunlar devam ediyor.
- Dezenformasyona karşı daha etkin stratejiler geliştirilmeli.
- Kültürel bağımsızlık ve yerli yayıncılık desteklenmeli.



- Yeni nesil yayıncılık stratejilerine odaklanılmalı.
- Yayıncılar, kamu kurumları ve akademisyenler arasında iş birliği artırılmalı.

Pratik Uygulamalar:

- 1. **Yayıncılar için:** Dijitalleşme sürecine adapte olarak e-kitap ve sesli kitap formatlarına geçiş.
- 2. **Devlet için:** Telif hakları ve korsan yayıncılık konusunda yasal düzenlemeler.
- 3. **Okuyucular için:** Algoritmaların yönlendirmesine karşı bilinçli okuma alışkanlığı geliştirme.
- 4. **Akademisyenler için:** Yayıncılık ve kültürel hegemonya üzerine bilimsel çalışmalar.

NARLIK ANALIZI

🕿 Kişiler:

- Prof. Dr. Fahrettin Altun (Konuşmacı, T.C. İletişim Başkanı)
- Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan (Konuşmada adı geçen lider)
- **Cemil Meriç** (Konuşmada alıntı yapılan entelektüel)

m Kuruluşlar:

- T.C. İletişim Başkanlığı
- Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Milli Eğitim Bakanlığı
- Cumhurbaşkanlığı Millet Kütüphanesi
- Rami Kütüphanesi
- Büyük Teknoloji Şirketleri (Adı geçmeden bahsedilen aktörler)





- Türkiye
- Rami Kütüphanesi
- Millet Kütüphanesi

31 Olaylar:

- Türkiye Yayıncılık Zirvesi (2024)
- İletişim Şurası (Nisan 2024, planlanan etkinlik)

X Ürünler:

- İletişim Başkanlığı Yayınları (10 dilde 170 eser)
- İletişim ve Diplomasi Dergisi
- Ayın Tarihi Süreli Yayını
- Yeni dijital yayıncılık platformları (Planlanan projeler)

Ravramlar:

- Dijitalleşme
- Telif Hakları
- Dezenformasyon
- Kültürel Hegemonya
- Batılı Tekelleşme
- Okuma Kültürü
- Yapay Zeka ve Yayıncılık
- Yayıncılık Aktivizmi

Zaman Bilgisi:

- Son 23 yıl: Yayıncılıkta büyük gelişmeler yaşandı.
- 2024 yılı itibarıyla: Halk kütüphaneleri üye sayısı 7 milyon.
- Nisan 2024: İletişim Şurası düzenlenecek.

Sayısal Veriler:



- 7 milyon halk kütüphaneleri üyesi.
- **39 milyon** halk kütüphaneleri kullanıcı sayısı.
- **25 milyon** kitap sayısı.
- **170 kitap** İletişim Başkanlığı tarafından yayımlandı.
- **10 dilde** yayınlar mevcut.



DETAYLI ÖZET

Ana Konu:

Küresel yayıncılığın geleceği, hegemonya, etik ve yeni anlatılar çerçevesinde bilgi üretiminin sömürgesizleştirilmesi, yayıncılıkta dilin önemi ve Türkiye'nin küresel yayıncılık sahnesindeki rolü.

Ø Amaç:

Küresel yayıncılık sektöründeki Batı merkezli dil ve anlatı hakimiyetinin eleştirel bir perspektiften değerlendirilmesi, sömürgesizleştirme (dekolonizasyon) çabalarının tartışılması ve Türkiye'nin bu süreçte oynayabileceği rolün vurgulanması.

@ Hedef Kitle:

- Akademisyenler ve araştırmacılar
- Yayıncılık sektöründe çalışan profesyoneller
- Medya ve bilgi üretimiyle ilgilenen kişiler
- Küresel bilgi hiyerarşisine eleştirel yaklaşan entelektüeller

PANA ARGÜMANLAR

- Batı merkezli yayıncılığın etkisi: Yayıncılıkta baskın olan Batı dilleri (özellikle İngilizce ve Fransızca) ve bu durumun küresel bilgi üretimi üzerindeki etkileri.
- **Monolinguizm ve epistemik hegemonya:** Tek bir dilde bilgi üretiminin farklı bakış açılarını ve alternatif bilgi biçimlerini nasıl dışladığı.
- Çeviri ve sömürgesizleştirme: Yayıncılıkta çeviri süreçlerinin sadece dilsel değil, entelektüel bir çaba olarak ele alınması gerektiği.
- İslam dünyasında yayıncılığın rolü: Müslüman entelektüellerin küresel yayıncılıkta karşılaştıkları zorluklar ve oryantalist anlatıların etkisi.
- Ticari kaygılar ve etik yayıncılık: Yayıncılık sektörünün kâr odaklı doğasının etik ilkelerle nasıl dengelenebileceği.



- Yapay zeka ve dijitalleşme: Yayıncılıkta yapay zekanın yükselişi ve içerik üreticilerinin haklarının korunması gerekliliği.
- Türkiye'nin küresel entelektüel merkez olma potansiyeli: Türkiye'nin kültürel mirası ve jeopolitik konumunun yayıncılık sektörüne sunduğu fırsatlar.

ÖRNEKLER

- Batı Dilleri Hakimiyeti: Akademik yayınların büyük bir çoğunluğunun İngilizce olması, Fransızca'nın ise eski sömürge ülkelerinde entelektüel dil olarak kullanılmaya devam etmesi.
- Türkiye'nin Yayıncılıkta Avantajı: Türkiye'nin sömürgeleştirilmemiş bir ülke olması sebebiyle çeviri geleneğinin daha güçlü olduğu ve bunun bilgi üretiminde önemli bir fırsat sunduğu.
- **Film Endüstrisindeki Örnek:** Çin'in ekonomik ve kültürel gücünün artmasıyla Hollywood'un filmlerinde Çinli karakterleri daha olumlu göstermeye başlaması.
- **Dijitalleşme ve Yapay Zeka:** Al'nin (yapay zeka) büyük ölçüde önceki yayınlanmış içeriklere dayanarak bilgi üretmesi ve bu durumun telif hakları ve içerik üreticileri için yaratabileceği tehlikeler.
- Gaza Örneği: Batı medyasının Filistin ile ilgili haberleri ele alış biçimi, Amerikan üniversitelerindeki sansür uygulamaları ve entelektüel özgürlüğün tehdit altında olması.

ALINTILAR

- 1. "Knowledge production cannot be separated from the question of dominance of particular languages."
 - (Bilgi üretimi, belirli dillerin hakimiyeti meselesinden ayrı düşünülemez.)
- 2. "Translation is not just a linguistic exercise, but also an intellectual exercise." (Çeviri sadece bir dilsel egzersiz değil, aynı zamanda entelektüel bir egzersizdir.)
- 3. "You cannot separate knowledge production from publication." (Bilgi üretimi ile yayıncılığı birbirinden ayıramazsınız.)



- "A western-dominated publication helps reproduce orientalism and eurocentrism, which we then internalize."
 (Batı merkezli yayıncılık, oryantalizmi ve Avrupamerkezciligi yeniden üretir ve biz de bunu içselleştiririz.)
- "To become an intellectual hub, you must have a thriving intellectual culture that connects with global debates."
 (Bir entelektüel merkez olmak için, küresel tartışmalara bağlanan canlı bir entelektüel kültürünüz olmalı.)

ARKAPLAN BİLGİSİ

- **Batı Merkezci Yayıncılık:** Batı ülkelerinin yayıncılıkta hegemonya kurarak küresel bilgi üretimini yönlendirmesi.
- Sömürgesizleştirme (Decolonization): Bilginin yalnızca Batı perspektifinden değil, farklı epistemolojiler üzerinden yeniden değerlendirilmesi.
- **Türkiye'nin Yayıncılık Geçmişi:** Osmanlı'dan bugüne Türkiye'deki yayıncılık tarihinin gelişimi ve modern dönemdeki potansiyeli.
- Yapay Zeka ve Telif Hakları: Dijitalleşme sürecinde yapay zekanın içerik üreticiler için oluşturduğu tehditler ve etik yayıncılığın önemi.

SONUÇLAR

- Yayıncılıkta monolinguizmin (tek dilli sistem) kırılması gerekiyor.
- Çeviri süreçleri, sadece dil değil, entelektüel düzeyde de ele alınmalı.
- Türkiye, küresel entelektüel kültüre alternatif bir merkez olma potansiyeline sahip.
- Telif hakları korunmalı ve yapay zeka kullanımında etik kurallar belirlenmeli.
- Doğu dünyasından gelen anlatılar daha fazla görünür hale getirilmeli.



- Yayıncılık sektörü daha fazla çok dilli içeriğe yönelmeli.
- Türkiye'nin entelektüel üretimi daha fazla küresel çapta tanıtılmalı.
- Çeviri süreçleri desteklenmeli ve yeni bakış açılarına yer verilerek bilgi üretimi teşvik edilmeli.
- Yapay zeka içerik üretiminde etik sınırlandırmalar getirilerek yaratıcı emeğin korunması sağlanmalı.
- Küresel medya ve yayıncılıkta oryantalist anlatılar yerine daha dengeli bakış açıları oluşturulmalı.



Kişiler:

- **Prof. Salman S.** (Sosyal teori ve sömürgesizleştirme uzmanı, University of Leeds)
- Moderatör ve diğer katılımcılar
 - **Kuruluşlar:**
- T.C. İletişim Başkanlığı
- University of Leeds
- Uluslararası medya ve akademik kuruluşlar
 - **Ronumlar:**
- İstanbul, Türkiye
 - Olaylar:
- Türkiye Yayıncılık Zirvesi (1. Gün)

☆ Ürünler:

- Yayıncılık sektöründeki kitaplar, akademik dergiler ve medya içerikleri
- Yapay zeka destekli yayıncılık araçları



- Eurocentrism (Avrupamerkezcilik)
- Orientalism (Oryantalizm)
- Decolonization (Sömürgesizleştirme)
- Monolinguism (Tek dillilik)
- Knowledge Production (Bilgi üretimi)
 - **Z** Zaman Bilgisi:
- 2023 yılı ve sonrası, küresel yayıncılık trendleri bağlamında
 - **Sayısal Veriler:**
- Batı yayıncılığında İngilizce'nin baskın oranı (%90 üzeri akademik içerik İngilizce üretiliyor)
- Türkiye'de çeviri oranları ve yayıncılığın büyüme hızı



"Türkiye Yayıncılık Zirvesi 1. Gün - Dijitalleşen Yayıncılık ve Okuma Kültürünün Geleceği"

DETAYLI ÖZET

6 Ana Konu:

Dijitalleşmenin yayıncılık sektörü ve okuma kültürü üzerindeki etkileri, yazılı ve dijital kültürün bir arada var olma gerekliliği.

Amaç:

Dijital kültür ile yazılı kültür arasındaki dinamikleri anlamak, okuma ve yazma alışkanlıklarındaki değişimi tartışmak ve dijitalleşmenin getirdiği fırsatlar ile tehditleri değerlendirmek.

6 Hedef Kitle:

Yayıncılar, akademisyenler, yazarlar, okurlar, eğitimciler ve dijitalleşme sürecine ilgi duyan herkes.

P Ana Argümanlar:

- 1. Dijital kültür, yazılı kültürü tamamen yok etmemeli.
 - Geleneksel okuma alışkanlıkları kaybolmamalı, dijital ve basılı kaynaklar birlikte değerlendirilmeli.
- 2. Dijitalleşme bilgiye erişimi kolaylaştırırken güvenilirlik sorunları yaratıyor.
 - o Yanlış bilgilerin hızla yayılabilmesi büyük bir risk.
- 3. Yazma kültürü geliştirilmeden okuma kültürü gelişemez.
 - Yazmanın, düşüncenin şekillenmesi açısından kritik bir rolü var.
- 4. Edebiyat tarihi bilinmeden güçlü bir yazarlık gelişemez.
 - Genç yazarların klasiklere hâkim olmadan üretime başlaması eleştiriliyor.
- 5. Yayıncılık sektöründe gereğinden fazla çeviri eser var.
 - Türk yazarların sayısının artırılması ve yerel üretimin teşvik edilmesi gerektiği vurgulanıyor.
- 6. Sosyal medya ve dijital tüketim, derin okuma alışkanlıklarını zayıflatıyor.



 Türkiye'de sosyal medyada geçirilen sürenin, okuma alışkanlıklarını olumsuz etkilediği belirtiliyor.

Örnekler:

- Gabriel García Márquez'in sahte veda mektubu vakası:
 - Yazarın veda mektubu yazmadığı hâlde, internette böyle bir mektup dolaşıma girmiş ve gerçekmiş gibi kabul edilmiş.
- Dijital kütüphanelerin önemi:
 - Eskiden kütüphanelerin belirli saatlerde açık olması bilgiye erişimi kısıtlarken, bugün 24 saat açık dijital kütüphaneler var.
- Matbaanın bulunmasına benzer bir değişim süreci:
 - Dijitalleşme de matbaanın keşfi gibi büyük bir dönüşüm yaratıyor, ancak her yeni teknoloji gibi hem fırsatlar hem de riskler barındırıyor.
- Okuma alışkanlıkları ve otobüs yolculuğu metaforu:
 - Sözlü kültür insanı sohbet eder, yazılı kültür insanı kitap okur, dijital kültür insanı telefondan video izler.

Alıntılar:

- **Doğan Hızlan:** "Bir kitap sadece içeriğiyle değil, kapağı, önsözü ve yayımlandığı dönemin edebiyat ortamı ile de değerlidir."
- **Fatma Barbarosoğlu:** "Dijital kültür, yazılı kültürü tamamen değiştirmek zorunda değil, ancak dönüşümü anlamamız gerekiyor."
- **Ekrem Demirli:** "Bilgi yazmakla var olur; yazmayan bir toplum, bilgiyi sürdüremez."

Arkaplan Bilgisi:

- Etkinlik, T.C. İletişim Başkanlığı tarafından düzenlenen Türkiye Yayıncılık Zirvesi'nin ilk günü kapsamında gerçekleşmiştir.
- Konuşmacılar, yayıncılık alanında uzman isimlerden oluşmaktadır.
- Dijital okuma ve sesli kitaplar gibi yeni teknolojilerin yayıncılığa etkisi üzerine değerlendirmeler yapılmıştır.



Sonuçlar:

- 1. Dijital kültür ve yazılı kültür bir arada var olmalı.
- 2. Türkçede yazılan eserlerin artırılması için özel teşvikler sağlanmalı.
- 3. Sosyal medya kullanımının okuma alışkanlıkları üzerindeki etkileri göz önüne alınmalı.
- 4. Dijital arşivler ve veri tabanları, edebiyatın korunması açısından kritik önemde.

Pratik Uygulamalar:

- Dijital okuma platformlarının geliştirilmesi ve teşvik edilmesi.
- Türkçe eserlerin yurt dışında tanıtılması için yayınevlerinin desteklenmesi.
- Eğitimin her kademesinde yazma pratiğinin teşvik edilmesi.
- Dijital ortamda yayılan yanlış bilgilerin filtrelenmesi için daha etkin bir kontrol mekanizması oluşturulması.

NARLIK ANALIZI

Kişiler:

- **Doğan Hızlan:** Uzun yıllardır edebiyat alanında faaliyet gösteren yazar ve eleştirmen.
- **Ekrem Demirli:** Akademisyen, çevirmen ve yayıncı, klasik çeviriler ve edebiyat üzerine çalışmaları var.
- **Fatma Barbarosoğlu:** Dijital ve yazılı kültür arasındaki ilişkiyi değerlendiren akademisyen ve yazar.
- Fahrettin Altun: T.C. İletişim Başkanı, etkinliğin düzenlenmesinde rol almış.

Kuruluşlar:

- T.C. İletişim Başkanlığı
- VakıfBank Kültür Yayınları
- TRT 2 (dijital kültür ve sanat yayınlarıyla ilgili yapılan yorumlar)



Ronumlar:

- Türkiye (genel bağlamda)
- Rami Kütüphanesi (etkinliğin gerçekleştiği yer)

31 Olaylar:

- Türkiye Yayıncılık Zirvesi: Dijitalleşme ve okuma kültürünün geleceği tartışıldı.
- **Dijitalleşmenin yayıncılık üzerindeki etkileri:** Çeviri eserlerin fazlalığı, edebiyatın evrimi, yazma kültürü tartışıldı.

☆ Ürünler:

- Dijital kütüphaneler
- Sesli kitap platformları
- Çevrimiçi akademik kaynaklar
- Basılı ve e-kitaplar

○ Kavramlar:

- Dijital kültür: Okuma ve yazma alışkanlıklarını dönüştüren yeni bilgi ortamı.
- **Edebiyat tarihi:** Geçmişin bilinmesi ve bugüne katkısı.
- Yazma kültürü: Yazmanın, düşünme ve öğrenme üzerindeki etkisi.
- Bilgi güvenilirliği: Dijital dünyada yayılan bilginin doğrulanması gerekliliği.

21. yüzyıl (dijitalleşmenin okuma kültürü üzerindeki etkileri tartışılıyor)

Zaman Bilgisi:

• 14 Şubat 2023 (Etkinliğin gerçekleştiği tarih)

■ Sayısal Veriler:

- Türkiye'de sosyal medyada geçirilen ortalama süre: Günde 6 saat
- Çeviri eser oranı: %60-70 (tahmini)
- Türkiye'de yayımlanan yerli eser sayısının artırılması gerektiği belirtiliyor.



DETAYLI ÖZET

Ana Konu:

Kültürel diplomasi aracı olarak yayıncılığın rolü ve Türkiye'nin uluslararası yayıncılık sahnesindeki konumu.

@ Amaç:

Türk yayıncılığının uluslararası alandaki imajını güçlendirmek, kültürel diplomasiyi etkin bir araç haline getirmek ve yayınların küresel ölçekte yaygınlaşmasını sağlamak.

6 Hedef Kitle:

- Yayıncılar
- Kültürel diplomasiyle ilgilenen devlet kurumları
- Uluslararası literatürle ilgilenen okurlar
- Kültür ve edebiyat alanında faaliyet gösteren akademisyenler ve profesyoneller

🖓 Ana Argümanlar:

- Kültürel diplomasi, kamu diplomasisinin önemli bir parçasıdır ve yayıncılık bu bağlamda etkili bir araçtır.
- Türkiye'nin uluslararası alanda edebiyat ve yayıncılık imajı son 20 yılda güçlenmiştir.
- Tercüme faaliyetleri ve telif hakları süreçleri, kültürel diplomaside önemli bir yer tutmaktadır.
- Devlet destekli projeler (TEDA, Kültür Bakanlığı ve İTO destekleri) Türk yayıncılığının uluslararası alanda daha fazla görünür olmasını sağlamaktadır.
- Dijitalleşme, yayıncılıkta yeni fırsatlar yaratmakla birlikte, yeterli stratejik destek olmadan etkili olamaz.



- Türk edebiyatının dünya çapında hak ettiği ilgiyi görememesi, çeviri ve tanıtım eksikliğinden kaynaklanmaktadır.
- Uluslararası kitap fuarları, kültürel diplomasinin sahadaki en önemli uygulamalarından biridir.
- Yayıncılık sektörü, dijitalleşmeyle birlikte yeni ekosistemlere adapte olmalı, ekitap ve sesli kitaplara yönelmeli.
- Türk dizileri, Türk kültürünün dünya çapında tanıtılmasında büyük bir başarı sağlamış, ancak aynı başarı kitaplar ve yazılı kültürde yakalanamamıştır.

E Örnekler:

- 2006 yılında Nobel ödülünün bir Türk yazara verilmesi, Türk edebiyatının uluslararası açılımında önemli bir dönüm noktası olarak görülmüştür.
- 2008 yılında Frankfurt Kitap Fuarı'nda Türkiye'nin onur konuğu olması, uluslararası yayıncılık sahnesinde bir milat kabul edilmiştir.
- TEDA projesi ile 49 dilde, 77 ülkede 4000'den fazla Türk edebi eserinin çevrilip yayınlanması sağlanmıştır.
- Bakü Kitap Fuarı'nda Türk yayınevlerinin güçlü bir şekilde temsil edilmesiyle
 Rusya ve İran gibi ülkelerin kültürel etkisinin azaldığı belirtilmiştir.
- Dijital yayın platformlarında (Amazon Kindle, Apple Books, Storytel) Türk edebiyatının daha fazla yer alması gerektiği vurgulanmıştır.

Alıntılar:

- "Türkiye'deki Yayıncılık serüvenimiz, uluslararası bir serüvene dönüştü."
- "Telif hakları ve çeviri süreçlerinde daha stratejik hareket etmeliyiz."
- "Kültürel diplomasi, sadece yayın üretmekle değil, bilginin yayılımıyla da şekillenir."
- "Parasız kültürel diplomasi olmaz."



Arkaplan Bilgisi:

- Kültürel diplomasi, uluslararası ilişkilerde yumuşak güç unsuru olarak değerlendirilmektedir.
- Yayıncılık, uluslararası alanda ülke imajını güçlendiren bir araç olarak kullanılmıştır.
- Osmanlı ve Cumhuriyet sonrası Türk yayıncılığının Batı ile olan ilişkisi, bu alandaki gelişmeleri doğrudan etkilemiştir.

M Sonuçlar:

- Kültürel diplomasi, Türkiye'nin uluslararası sahnedeki imajını güçlendirmek için yayıncılık sektörüyle birlikte daha etkin kullanılmalıdır.
- Dijitalleşme, Türk edebiyatının küresel sahnede daha görünür olması için büyük bir fırsat sunmaktadır.
- Yayıncılar, devlet desteklerinden daha fazla yararlanmalı ve uluslararası fuarlara katılımı artırmalıdır.
- Türk edebi eserlerinin dijital platformlarda daha aktif tanıtılması, kitap çevirileri kadar önemli bir konu haline gelmiştir.
- Kültürel diplomasinin başarılı olması için hem devlet destekleri hem de özel sektör katkıları artırılmalıdır.

Pratik Uygulamalar:

- TEDA benzeri projeler artırılarak Türk eserlerinin daha fazla dile çevrilmesi sağlanmalı.
- E-kitap, sesli kitap ve dijital platformlara özel stratejiler geliştirilmeli.
- Türk edebi eserleri dizi ve film uyarlamalarıyla uluslararası platformlara taşınmalı.
- Türk yayıncılığına dair İngilizce içerik üreten YouTube, Bookstagram ve blog platformları desteklenmeli.



 Uluslararası fuarlara katılımın artırılması için devlet ve özel sektör iş birlikleri güçlendirilmeli.



Kişiler:

- Muhammed Ağırakça (Türk edebiyatının uluslararası tanıtımı konusunda çalışmalar yapan yayıncı)
- Mustafa Karagüllüoğlu (Basın Yayın Birliği Derneği Yönetim Kurulu Başkanı)
- Hilal Hanım (Dijital yayıncılık ve kültürel diplomasi konusunda fikirler sunan konuşmacı)

Kuruluşlar:

- T.C. İletişim Başkanlığı (Yayıncılık ve kültürel diplomasi politikalarını şekillendiren devlet kurumu)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (Uluslararası yayıncılığa destek sağlayan devlet kurumu)
- İstanbul Ticaret Odası (İTO) (Yayıncılara uluslararası fuarlarda destek sağlayan ticari kuruluş)
- **Basın Yayın Birliği Derneği** (Yayıncıların haklarını savunan ve kültürel diplomasiye katkı sağlayan sektör kuruluşu)
- **TEDA Programı** (Türk edebiyatının dünya dillerine çevrilmesini destekleyen devlet destekli fon)
- Yunus Emre Enstitüsü (Türk kültürünü ve dilini yurt dışında tanıtmayı amaçlayan kuruluş)
- Türkiye Maarif Vakfı (Eğitim ve kültürel projelerle yurtdışında faaliyet gösteren kurum)



Ronumlar:

- Frankfurt Kitap Fuarı (Türkiye'nin 2008 yılında onur konuğu olduğu uluslararası kitap fuarı)
- Paris Kitap Fuarı (Türkiye'nin 2009 yılında onur konuğu olduğu önemli kültürel etkinlik)
- **Bakü Kitap Fuarı** (Türk yayıncılığının bölgede daha fazla yer almasını sağlayan etkinlik)
- Londra Kitap Fuarı (Türkiye'nin 2013'te onur konuğu olduğu fuar)

31 Olaylar:

- 2006 Orhan Pamuk'un Nobel Edebiyat Ödülü kazanması
- 2008 Türkiye'nin Frankfurt Kitap Fuarı'nda onur konuğu olması
- 2009 Paris Kitap Fuarı'nda Türkiye'nin onur konuğu olması
- 2013 Londra Kitap Fuarı'nda Türkiye'nin onur konuğu olması
- **TEDA Projesi** Türk edebiyatının çeviri fonlarıyla desteklenmesi

// Ürünler:

- **E-kitaplar** (Kindle, Apple Books, Storytel)
- Türk edebi eserleri (Orhan Pamuk, Oğuz Atay, Ahmet Hamdi Tanpınar eserleri)
- Türk dizileri (Kültürel diplomasi açısından etkili bir araç olarak kullanılıyor)

Example :

- Kültürel Diplomasi
- Kamu Diplomasisi
- Telif Hakları ve Çeviri Süreçleri
- Dijital Yayıncılık



• Uluslararası Yayıncılık Stratejileri

🔯 Zaman Bilgisi:

2006-2024 yılları arasındaki gelişmeler

Sayısal Veriler:

- 49 dil, 77 ülke, 4000'den fazla çevrilen Türk edebi eseri
- Türkiye'de 2023 yılında 414 milyon basılı kitap üretildi
- Kültürel diplomasi için ayrılan devlet bütçesi (7 milyon Euro Frankfurt Kitap Fuarı)



DETAYLI ÖZET

6 Ana Konu:

Türkiye'de yayıncılığın ve matbuat dünyasının dönüşümü, Bâbıâli'den günümüze kadar gelen süreçte yaşanan değişimler, sahafların, matbaaların ve yayıncıların gelişimi.

@ Amaç:

Türkiye'de yayıncılık sektörünün tarihi gelişimini anlamak, matbuat dünyasının dönüşüm sürecini anlatmak, dijitalleşme ve modern yayıncılığın geleceği üzerine öngörülerde bulunmak.

6 Hedef Kitle:

Yayıncılar, akademisyenler, sahaflar, kütüphaneciler, öğrenciler, kültürel miras araştırmacıları ve yayıncılık sektörüne ilgi duyanlar.

Ana Argümanlar:

- Osmanlı döneminden günümüze Türkiye'de matbuatın gelişim süreci
- Bâbıâli ve Cağaloğlu'nun yayıncılık ve basın dünyasındaki yeri
- Osmanlı'dan Cumhuriyet'e kadar basım ve matbaacılık kültürünün değişimi
- Yayıncılık sektörünün günümüzdeki durumu ve geleceği
- Dijitalleşme ve modern yayıncılık yöntemleri
- Kütüphaneler ve arşivleme süreçlerindeki dönüşüm

Örnekler:

- **Müteferrika Matbaası (1729):** İlk Osmanlı matbaasının basmış olduğu eserler ve bunların günümüz yayıncılığına etkisi.
- **Hocapaşa Yangını Sonrası Yayıncılık:** Yangından sonra yayıncıların yeni alanlara taşınması, Bâbıâli'nin bir matbuat merkezi haline gelmesi.
- Atlas-ı Cedid: Osmanlı döneminde basılan ilk büyük boy atlas ve matbaacılıktaki ilerleme süreci.
- **Maarif Kütüphanesi:** Saatli Maarif Takvimi'nin yayınlandığı ve Müslüman Türk yayıncılığının temellerinin atıldığı önemli yayın evi.



- Ahmet Mithat Efendi: Beyoğlu'nda ilk Osmanlı yayınlarını çıkaran öncü gazeteci ve yayıncı.
- **Dijitalleşen Kütüphaneler:** Ankara Rami Kütüphanesi ve Türkiye genelindeki kütüphanelerin modernizasyon süreci.

Alıntılar:

- "Bâbıâli'den günümüze yayıncılık, basım dünyasında bir kültür ve medeniyet aktarımıdır."
- "Sahaflar, yayıncılar ve matbaacılar olmadan bir milletin hafızasını korumak mümkün değildir."
- "Dijitalleşme ile birlikte yayıncılık sadece basılı materyal olmaktan çıkıyor, erişilebilirlik artıyor."

Arkaplan Bilgisi:

Türkiye'de yayıncılık Osmanlı döneminden itibaren büyük bir gelişim göstermiştir. 19. yüzyılda Bâbıâli, yayıncılığın merkezi haline gelmiş ve burada çok sayıda matbaa, kitapçı ve yayınevi kurulmuştur. Cumhuriyet dönemiyle birlikte devlet destekli kütüphaneler ve derleme faaliyetleri hız kazanmıştır. 2000'li yıllarda ise yayıncılık sektörü uluslararası açılım yaparak daha büyük bir pazara hitap etmeye başlamıştır.

Sonuçlar:

- Türkiye yayıncılık sektörü, geçmişten günümüze önemli bir gelişim göstermiştir.
- Dijitalleşme, kütüphaneler ve yayıncılıkta önemli bir dönüşüm sağlamaktadır.
- Yayıncılık sektörünün geleceği, dijital platformlar ve erişilebilir içerik üretimi ile şekillenmektedir.

Pratik Uygulamalar:

- **Dijital Arşivleme:** Müteferrika programı ile eski basılı eserlerin dijitalleştirilmesi ve erişime açılması.
- **E-Kitap ve Sesli Kitaplar:** İşitme engelliler ve görme engelliler için sesli kitap projeleri.



• **Kütüphanelerin Modernizasyonu:** Ankara Rami Kütüphanesi ve diğer halk kütüphanelerinin dijital erişim sistemlerine geçişi.



Kişiler:

- Nedret İşli: Sahaf ve yayıncılık tarihine katkı sunan koleksiyoncu.
- Ahmet Mithat Efendi: Osmanlı döneminde modern yayıncılığın öncülerinden biri.
- İsrafil Kuralay: Yayıncılık sektörünün önde gelen isimlerinden biri.
- Hilal Hanım: Yayıncılık zirvesinin organizasyonunu yöneten isim.
 - **Kuruluşlar:**
- T.C. İletişim Başkanlığı: Türkiye Yayıncılık Zirvesi'ni düzenleyen kurum.
- **Milli Kütüphane:** Türkiye'deki yayıncılık ve arşivleme süreçlerinin merkezinde yer alan kütüphane.
- **İstanbul Ticaret Üniversitesi:** Yayıncılık sektörüne yönelik akademik çalışmalara destek veren kuruluş.
- Maarif Kütüphanesi: Osmanlı'dan günümüze uzanan önemli bir yayın kuruluşu.
 - **Ronumlar:**
- **Bâbıâli:** Osmanlı döneminde ve Cumhuriyet'in ilk yıllarında Türkiye'nin yayıncılık merkezi.
- Cağaloğlu: Matbuat dünyasının merkezi olan semt.
- Beyoğlu: Ahmet Mithat Efendi'nin ilk yayınlarını çıkardığı bölge.
- Ankara Rami Kütüphanesi: Dijital arşivleme çalışmalarının yürütüldüğü modern kütüphane.
 - Olaylar:
- 1729 İlk Osmanlı Matbaası: Müteferrika matbaasının kurulması.



- **1860 Tercüman-ı Ahval Gazetesi:** Osmanlı'da ilk özel Türkçe gazetenin yayımlanması.
- 1928 Harf Devrimi: Türk yayıncılığına büyük bir değişim getiren reform.
- 2008 Frankfurt Kitap Fuarı: Türkiye'nin uluslararası yayıncılık sektörüne açılımı.
- **2023 Türkiye Yayıncılık Zirvesi:** Türkiye'de yayıncılığın geleceğinin tartışıldığı zirve.

☆ Ürünler:

- Atlas-ı Cedid: Osmanlı dönemi büyük boy atlası.
- Saatli Maarif Takvimi: Maarif Kütüphanesi tarafından yayımlanan önemli eserlerden biri.
- Mektep Mecmuası: Osmanlı eğitim hayatına katkıda bulunan yayınlardan biri.
- Kitap Artı: İşitme engelliler için dijital kitap platformu.

C Kavramlar:

- Matbuat: Yayıncılık ve basım süreçlerini içeren Osmanlıca terim.
- Derleme Kütüphaneleri: Türkiye'de yayınlanan eserlerin arşivlendiği kütüphaneler.
- **Dijitalleşme:** Yayıncılığın fiziksel basılı formatlardan dijital platformlara taşınması.
- Sahaflık: Eski ve nadir kitapların alınıp satıldığı meslek dalı.

Zaman Bilgisi:

- 1729: İlk Osmanlı matbaasının kurulması.
- 1860: Tercüman-ı Ahval Gazetesi'nin çıkışı.
- 1928: Harf Devrimi ve yeni Türk alfabesine geçiş.
- 2008: Türkiye'nin uluslararası yayıncılığa açılımı.
- 2023: Türkiye Yayıncılık Zirvesi'nin düzenlenmesi.

Sayısal Veriler:



- **119,000**+ kitap ve süreli yayın 2023 yılı itibarıyla Milli Kütüphane tarafından derlenmiştir.
- 6 derleme kütüphanesi Türkiye'de aktif olarak faaliyet göstermektedir.
- 200,000+ cilt eksik süreli yayının arşivlenmesi için çalışmalar yürütülmektedir.
- Türkiye yayıncılık sektöründe dünyada ilk 10 arasında yer almaktadır.



DETAYLI ÖZET

6 Ana Konu:

Türkiye Yayıncılık Zirvesi'nin ikinci günü kapsamında "Kamu Yayıncılığının Dünü, Bugünü ve Geleceği" üzerine yapılan tartışmalar ve sunumlar.

6 Amaç:

Kamu yayıncılığının tarihi, mevcut durumu ve gelecekteki potansiyelini incelemek. Dijitalleşmenin yayıncılığa etkisi ve kültürel mirasın korunması konularına vurgu yapmak.

@ Hedef Kitle:

Akademisyenler, kamu yayıncıları, yerel yönetimler, dilbilimciler, kültürel miras uzmanları, üniversite yayınevleri ve dijital yayıncılık sektöründeki profesyoneller.

Ana Argümanlar:

- Kamu yayıncılığı özel sektörden farklı olarak kar amacı gütmez ve daha çok kültürel mirası koruma misyonu taşır.
- Kamu yayıncılığı, Batı merkezli kültürel hegemonya karşısında yerel değerleri koruma ve yayma potansiyeline sahiptir.
- Dijitalleşme, kamu yayıncılığının kaçınılmaz bir dönüşüm sürecine girmesine sebep olmuştur.
- Türkçenin korunması ve gelişimi için dijital platformların etkin kullanımı gerekmektedir.
- Üniversite yayınevleri, akademik bilginin kamuya ve dünyaya yayılması için kritik bir role sahiptir.
- Belediyeler, yerel kültür ve mirasın korunmasında önemli bir kamu yayıncılığı aktörü haline gelmektedir.

E Örnekler:

- İslam İşbirliği Teşkilatı'nın (IRSIKA) kültürel diplomasi çalışmaları: İslam dünyasının kültürel mirasını koruma ve Batı dünyasına tanıtma çabaları.
- **Dijitalleşen kamu yayıncılığı:** IRSIKA'nın Osmanlı dönemi Kudüs belgelerini dijital platformlara taşıması.



- Türk Dil Kurumu'nun (TDK) büyük dil modeli çalışmaları: 1928'den günümüze Türkçenin söz varlığını genişletmek ve dilin geleceğini şekillendirmek için yapay zeka destekli çalışmalar.
- **Boğaziçi Üniversitesi Yayıncılığı:** Akademik yayınları kamuya ve uluslararası arenaya taşımak için çift dilli (Türkçe-İngilizce) yayın politikası.
- **Zeytinburnu Belediyesi'nin Kültürel Yayıncılığı:** Şehir belleğini koruma misyonuyla çeşitli kitap ve süreli yayınlar üretmesi.

- "Kamu yayıncılığı küresel kültürel hegemonya karşısında kültürümüzü ve tarihimizi bir özne olarak konumlandırma şansı sunuyor."
- "Dijitalleşme kaçınılmazdır, kamu yayıncılığında geleneksel kitap basımından dijitalleştirilmiş içeriklere geçiş süreci yaşanıyor."
- "Üniversitelerin temel görevlerinden biri yayın yapmaktır, ancak Türkiye'de akademik kamu yayıncılığı hala yeterince güçlü değil."
- "Türkçenin korunması için çoktan seçmeli eğitim sisteminden uzaklaşıp okuma ve yazma becerilerini geliştirmeliyiz."

Arkaplan Bilgisi:

- **Kamu Yayıncılığı:** Kültürel mirasın korunması, akademik bilginin yayılması ve toplumsal bilinç oluşturulması açısından kritik bir alan.
- Dijitalleşme Süreci: Kamu yayıncılığının, özellikle dijital arşivleme, online kütüphaneler ve dijital yayıncılık üzerinden dönüşüm yaşadığı vurgulanıyor.
- Türkçenin Evrimi: Türk Dil Kurumu'nun dijital dönüşüme uyum sağlamaya çalıştığı, büyük dil modeli projesi ile kelime hazinesini genişletmeyi amaçladığı belirtiliyor.

👸 Sonuçlar:

- Dijital kamu yayıncılığı, geleneksel yayıncılıktan daha etkin hale gelmeli.
- Türkçenin korunması için dil teknolojilerine yatırım yapılmalı.
- Üniversiteler akademik yayıncılıkta daha proaktif rol üstlenmeli.



 Belediyeler, kültürel mirası koruma ve şehrin belleğini oluşturma konusunda kritik rol oynamalı.

Pratik Uygulamalar:

- Kültürel ve akademik içerikleri dijitalleştirme çabalarının artırılması.
- Kamu yayınlarının daha fazla dile çevrilerek uluslararası alanda yaygınlaştırılması.
- Üniversite yayınevlerinin daha etkin hale getirilmesi.
- Belediyelerin yerel tarih ve kültür üzerine daha fazla yayın yapması.
- Türkçeyi koruma ve geliştirme amacıyla büyük dil modeli projelerinin hızlandırılması.

VARLIK ANALİZİ

Kişiler:

- Cengiz Tomar (IRSIKA Başkanı)
- Osman Mert (Türk Dil Kurumu Başkanı)
- Berat Açıl (Boğaziçi Üniversitesi Yayın Kurulu Başkanı)
- Sertaç Bey (Zeytinburnu Belediyesi Başkan Yardımcısı)

Kuruluşlar:

- IRSIKA (İslam İşbirliği Teşkilatı Araştırma Merkezi)
- Türk Dil Kurumu (TDK)
- Boğaziçi Üniversitesi Yayınları
- Zeytinburnu Belediyesi Kültür Yayınları
- T.C. İletişim Başkanlığı

Ronumlar:

- İstanbul (Türkiye Yayıncılık Zirvesi'nin düzenlendiği yer)
- Kudüs (IRSIKA'nın kültürel diplomasi çabaları kapsamında ele alındı)



 Ortadoğu ve Türk dünyası (kamu yayıncılığının odak noktalarından biri olarak tartışıldı)

Olaylar:

- Türkiye Yayıncılık Zirvesi'nin ikinci günü
- IRSIKA'nın kültürel diplomasi çalışmaları
- Türk Dil Kurumu'nun büyük dil modeli projesi
- Boğaziçi Üniversitesi'nin akademik yayın politikası
- Zeytinburnu Belediyesi'nin şehir belleğini koruma çabaları

☆ Ürünler:

- IRSIKA'nın Osmanlı belgeleri dijital arşivi
- Türk Dil Kurumu'nun sözlük ve büyük dil modeli
- Boğaziçi Üniversitesi'nin akademik kitapları ve çocuk yayıncılığı projeleri
- Zeytinburnu Belediyesi'nin şehir tarihi yayınları ve Z Dergisi

C Kavramlar:

- Kamu Yayıncılığı
- Dijital Dönüşüm
- Kültürel Mirasın Korunması
- Dilin Evrimi ve Korunması
- Akademik Yayıncılık
- Şehir Belleği

Z Zaman Bilgisi:

- 21. yüzyıl dijital dönüşüm süreci
- IRSIKA'nın 45 yıllık geçmişi
- Türk Dil Kurumu'nun 1932'de kuruluşu
- Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi'nin tarihçesi



- Zeytinburnu Belediyesi'nin 2003'te kültürel yayıncılığa başlaması
 - Sayısal Veriler:
- IRSIKA 500'den fazla yayın yaptı
- Türk Dil Kurumu'nun 1584 yayını var
- IRSIKA'nın dijital fotoğraf arşivinde 80.000 tarihi fotoğraf var
- IRSIKA'nın web portalı 2 milyon görüntülenme aldı



DETAYLI ÖZET

6 Ana Konu:

Yayıncılıkta sınırları aşarak, erişilebilir yayıncılığın nasıl sağlanabileceği, engelli bireylerin bilgiye erişimde karşılaştıkları sorunlar ve çözüm önerileri.

6 Amaç:

Engelli bireyler için erişilebilir yayıncılığı tartışmak, farkındalık yaratmak ve bu alanda gerekli yasal düzenlemeler ve teknik çözümleri ele almak.

@ Hedef Kitle:

- Yayıncılar
- Akademisyenler
- Kamu ve özel sektör temsilcileri
- Engelli bireyler ve STK'lar
- Eğitimciler ve öğrenciler

🖓 Ana Argümanlar:

- Erişilebilir yayıncılığın tanımı ve önemi
- Engelli bireylerin bilgiye erişimde karşılaştıkları zorluklar
- Kabartma yazı ve sesli kitapların önemi, ancak maliyetli oluşu
- Dijital yayıncılığın erişilebilirliği artırma potansiyeli
- Avrupa Erişilebilirlik Yasası ve Türkiye'de erişilebilirlik düzenlemeleri
- Engellilerin tüketici olarak görülmesi gerektiği, onların da müşteri olduğu gerçeği
- Yapay zekanın erişilebilirlik açısından fırsatlar sunması

E Örnekler:

1. Engelli Bireylerin Bilgiye Erişimi:

 Görme engelli bir bireyin normal bir kitabı alıp okuyamaması, ancak dijital formatlarla erişimin sağlanabilmesi.



- o Sesli kitapların maliyetli olması ve uzun süreç gerektirmesi.
- Kabartma yazı üretiminin yüksek maliyetli ve zor olması.

2. Özel Sektör ve Kamu İşbirliği:

- o Diyanet İşleri Başkanlığı'nın kabartma Kur'an-ı Kerim basımı.
- o Erkam Yayınları ve Feyyaz Bilişim'in erişilebilirlik konusunda attığı adımlar.
- o Kamu kurumlarında erişilebilirlik farkındalığının artırılmasının önemi.

3. Avrupa Erişilebilirlik Yasası:

- 28 Haziran 2025'te yürürlüğe girecek olan düzenleme ile yayıncıların zorunlu olarak erişilebilir içerik üretmek zorunda kalacak olması.
- o Türkiye'de yayıncıların bu yasal zorunluluğa nasıl adapte olması gerektiği.

♣ Alıntılar:

- "Engelli bireyleri müşteri olarak görmeliyiz, onlar da yayınlara erişmek istiyor."
- "Yapay zekayla artık erişilebilirlik daha kolay hale geliyor."
- "Sesli kitap üretmek için gönüllü kişilere veya profesyonel seslendiricilere ihtiyaç var."

Arkaplan Bilgisi:

- Türkiye'de 2030 Engelsiz Vizyon Belgesi kapsamında erişilebilirliğin artırılmasına yönelik çalışmalar.
- Avrupa Erişilebilirlik Yasası'nın yürürlüğe giriş tarihi ve Türkiye'ye etkileri.
- Türkiye'de STK'lar ve kamu kurumları tarafından yürütülen erişilebilirlik projeleri.

M Sonuçlar:

- Engelli bireylerin yayıncılığa erişimini artırmak için dijital dönüşüm kritik öneme sahip.
- Yapay zeka, sesli kitap üretimi ve metin okuma sistemleri ile erişilebilirliği artırabilir.
- Avrupa Erişilebilirlik Yasası nedeniyle Türkiye'de de yayıncıların içeriklerini daha erişilebilir hale getirmesi gerekecek.



• Kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliğiyle daha kapsamlı erişilebilirlik projeleri geliştirilmeli.

Pratik Uygulamalar:

- 1. Yayıncıların dijital formatlarda erişilebilir içerikler üretmesi.
- 2. **Sesli kitap ve ekran okuyucu uyumlu metinler** oluşturulması.
- 3. Kamu kurumlarının erişilebilirlik politikalarını zorunlu hale getirmesi.
- 4. Üniversitelerde erişilebilirlik dersleri verilerek farkındalığın artırılması.
- 5. STK'lar ile işbirliği yaparak engelli bireylere yönelik projeler geliştirilmesi.

VARLIK ANALİZİ

Kişiler:

- **Halis Bey** Erişilebilir yayıncılık konusunda uzman, birçok projeye öncülük eden isim.
- **Lokman Ayva** Eski milletvekili, erişilebilirlik konusunda çalışmaları olan bir isim
- **Fahrettin Altun** Türkiye İletişim Başkanı, erişilebilirlik konusunda yapılan çalışmalara destek veren isim.
- Sait Bey (Feyyaz Bilişim) Dijital erişilebilirlik konusunda çalışan bir girişimci.

Kuruluşlar:

- T.C. İletişim Başkanlığı Yayıncılık zirvesinin düzenleyicisi.
- **Diyanet İşleri Başkanlığı** Kabartma Kur'an-ı Kerim basımı yapan kurum.
- **Boğaziçi Üniversitesi** Erişilebilirlik konusunda çalışmalar yapan akademik kurum.
- **Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı** Engellilere yönelik projeler geliştiren kamu kurumu.
- Türk Dil Kurumu İşaret dili laboratuvarı açarak erişilebilirlik konusunda adımlar atan kurum.



• Erkam Yayınları – Kabartma yazılı dini eserler yayımlayan yayınevi.

Ronumlar:

- Türkiye
- Avrupa Birliği
- Pakistan (Kabartma Kur'an-ı Kerim örneği)
 - Olaylar:
- 28 Haziran 2025 Avrupa Erişilebilirlik Yasası'nın yürürlüğe gireceği tarih.
- **Habitat Toplantısı** Türkiye'de erişilebilirlik konusunun tartışıldığı önemli toplantılardan biri.

☆ Ürünler:

- Kabartma Kur'an-ı Kerim
- Sesli Kitaplar
- Dijital Yayınlar (E-Kitaplar, Podcast'ler)
- Ekran Okuyucu Yazılımlar
 - **Example :**
- Erişilebilir Yayıncılık
- Dijital Dönüşüm ve Engelliler
- Avrupa Erişilebilirlik Yasası
- Engelli Hakları
- Yapay Zeka ve Erişilebilirlik

Zaman Bilgisi:

- 2025 Avrupa Erişilebilirlik Yasası yürürlüğe girecek.
- 2030 Türkiye'nin engelsiz vizyon hedefleri.
 - Sayısal Veriler:
- %13 TÜİK verilerine göre Türkiye'de engelli bireylerin toplam nüfusa oranı.



- 10 saat Ortalama bir kitabın sesli hale getirilmesi için gereken süre.
- 17 100 Farklı yayınevlerinin erişilebilir kitap üretim oranları.



DETAYLI ÖZET

Ana Konu:

21. yüzyılda çocuk yayıncılığı ve edebiyatındaki değişimler, yeni yönelimler ve bu alandaki zorluklar.

6 Amaç:

- Çocuk edebiyatının tarihsel gelişimini incelemek
- Dijitalleşmenin çocuk edebiyatı üzerindeki etkilerini tartışmak
- Geleneksel ve modern çocuk yayıncılığı arasındaki farkları analiz etmek
- Çocuklar için yazarken nelere dikkat edilmesi gerektiğini vurgulamak
- Çocuk edebiyatının toplum mühendisliği ve değer aktarımı açısından rolünü ele almak

6 Hedef Kitle:

- Çocuk yazarları
- Yayıncılar
- Akademisyenler
- Çocuk edebiyatına ilgi duyan okurlar
- Medya ve dijital içerik üreticileri

Ana Argümanlar:

- Çocuk edebiyatı, sadece edebiyatın bir kolu değil, aynı zamanda bir toplum inşa etme aracıdır.
- Çocuk yayıncılığı, tarihsel olarak ideolojik ve pedagojik amaçlarla yönlendirilmiştir.
- 1990'lardan itibaren çocuk edebiyatında birey merkezli bir dönüşüm yaşanmıştır.
- Dijitalleşme, çocukların kitap okuma alışkanlıklarını ciddi şekilde etkilemektedir.



- Çocuk edebiyatının bir "kanonikleşme" (klasikleşme) sorunu vardır.
- Yayıncılıkta kalite sorunu ortaya çıkmış, "dijital baskı" gibi tekniklerle hızla üretilen eserlerin niteliği düşmüştür.
- Çocuk edebiyatı ve yetişkin edebiyatı arasındaki farklar belirginleşmiştir: Çocuk edebiyatı daha planlı, hedef odaklı ve ideolojik olabilirken, yetişkin edebiyatı daha sanatsal ve bireysel olabilmektedir.
- Çocuk edebiyatında "küresel ve kültürel kimlik kaybı" yaşanıyor, çocuk kitapları giderek kültürel öğelerden arındırılıyor.
- Nicelik artışı, nitelik düşüşüne neden oluyor; sosyal medyanın etkisiyle kötü eserler de değerli gibi sunulabiliyor.

A Örnekler:

- **Kemalettin Tuğcu'nun anısı:** Yazdığı hikayelerde Türk kültürüne ait öğeler olmasına rağmen çizerler tarafından Batılı figürlerin kullanılması.
- Yakuba Kitabı: Bir savaşçının cesaretini sorgulatan, çocuklara etik ve ahlaki değerleri düşündüren bir çocuk kitabı örneği.
- Tarkovski'nin "Savaş ve Barış" anısı: Ebeveynlerin çocuklarına edebi zevk kazandırması gerektiğine dair bir örnek.
- **Dijitalleşme ve çocuk kitapları:** Çocukların ekran bağımlılığı nedeniyle fiziksel kitaplardan uzaklaşması.

Alıntılar:

- "Çocuk edebiyatı, toplumun dönüşümünün ilk yansıdığı yerdir."
- "Türk çocuk edebiyatı 160 yıllık bir geçmişe sahip, ancak hala yetişkin edebiyatı kadar güçlü bir 'klasikleşme' süreci geçiremedi."
- "Dijital çağda çocukların dikkatini kitaba çekmek giderek zorlaşıyor."
- "Sanatın var olma biçimi, sanatçının öncekileri aşma çabasıdır, ancak çocuk edebiyatı daha çok programlanmış amaçlarla üretiliyor."



"Sosyal medya ve nicelik artışı, çocuk kitaplarının niteliğini ciddi şekilde tehdit ediyor."	
Arkaplan Bilgisi:	
Çocuk yayıncılığı ve ideoloji: Türkiye'de çocuk edebiyatı, özellikle 1970'lere kadar ideolojik ve pedagojik bir misyon taşıyordu.	
Modernleşme ve çocuk yayıncılığı: 1990'lardan itibaren çocuk merkezli, est kaygıları daha ön planda olan eserler ortaya çıktı.	tetik
Dijitalleşmenin etkileri: Dijital baskı ve e-kitap teknolojileri, çocuk kitaplarır üretim sürecini değiştirdi.	nın
Sosyal medyanın etkisi: Çocuk edebiyatı yazarları ve yayınevleri, kitaplarını sosyal medya üzerinden pazarlamak zorunda kaldılar.	
🎬 Sonuçlar:	
Çocuk edebiyatının niteliğini artırmak için "eleştiri mekanizmasının" güçlendirilmesi gerekiyor.	
Yetişkin edebiyatındaki estetik ve sanatsal kaygılar, çocuk edebiyatına da taşınmalı.	
Çocuk kitaplarında kültürel öğeler korunmalı, yerelleşme sağlanmalı.	
Dijitalleşme ile gelen risklere karşı nitelikli dijital içerik üretme stratejileri geliştirilmeli.	
Çocukların edebi zevk kazanabilmesi için uzun vadeli eğitim politikaları oluşturulmalı.	

Pratik Uygulamalar:

- Yayıncılar, çocuk kitaplarında yerel ve kültürel öğeleri daha fazla vurgulamalı.
- Dijitalleşmeye uygun, etkileşimli çocuk kitapları tasarlanmalı.
- Çocuk edebiyatı eleştirisi geliştirilerek, nitelikli eserler öne çıkarılmalı.



- Okullarda çocuklara "edebi zevk" kazandıracak atölyeler düzenlenmeli.
- Sosyal medya ve içerik üretimi konusunda ebeveynler bilinçlendirilmeli.

VARLIK ANALİZİ

Kişiler:

- **Prof. Dr. Abdullah Harmancı** (Çocuk ve yetişkin edebiyatı yazarı, akademisyen)
- Sümeyye Sel Odabaş (Felsefe alanında akademisyen, çocuklar için felsefe çalışmaları yapıyor)
- İsmihan Hanım (TRT Çocuk Kanal Koordinatörü, çocuk medya içerikleri konusunda uzman)
- Figen Hanım (Ödüllü çocuk yazarı)
 - Kuruluşlar:
- TRT Çocuk (Dijital medya ve çocuk yayıncılığı)
- Türkiye Yazarlar Birliği (Ödül verilen yazarlardan bahsediliyor)
- Necmettin Erbakan Üniversitesi (Abdullah Harmancı'nın akademik çalıştığı kurum)
- Julvern Üniversitesi (Sümeyye Sel Odabaş'ın eğitim aldığı kurum)
 - **§** Konumlar:
- **Türkiye** (Çocuk yayıncılığı ve edebiyatı bağlamında ana odak noktası)
- Fransa (Julvern Üniversitesi, çocuk felsefesi çalışmaları)
- **İran** (Türk yayıncılığına kıyasla çocuk edebiyatı konusunda geride olduğu belirtiliyor)
 - 📰 Olaylar:
- Türkiye Yayıncılık Zirvesi 2024 (21. yüzyıl çocuk yayıncılığı üzerine oturum)



- Züluflu Fındık (Sümeyye Sel Odabaş'ın çocuk kitabı)
- Yakuba (Fransız çocuk kitabı, etik ve cesaret üzerine bir hikaye)
 - **Example :**
- Çocuk Edebiyatı
- Dijitalleşme
- Toplum Mühendisliği
- Edebi Kanon
- Nicelik-Nitelik Çelişkisi
 - Zaman Bilgisi:
- 1990 sonrası: Çocuk edebiyatında birey merkezli dönüşüm.
- **2000 sonrası:** Dijitalleşme ve yayıncılıkta değişim.
- Son 10 yıl: Çocuk edebiyatı üretiminin zirveye ulaşması.
 - Sayısal Veriler:
- Çocuk edebiyatı yayınları son 10 yılda zirve yaptı.
- Türkiye, İslam dünyasında çocuk yayıncılığı konusunda en ileride.



DETAYLI ÖZET

6 Ana Konu:

Dijital dönüşüm sürecinde yayıncılık endüstrisinin karşılaştığı zorluklar ve fırsatlar. Fiziksel kitapçılık, e-kitaplar, sesli kitaplar ve yayıncılıkta dijitalleşmenin sektöre etkileri üzerine bir panel.

@ Amaç:

- Yayıncılık sektöründeki dijitalleşmenin getirdiği değişimleri ve zorlukları anlamak
- Kitapçılık ve yayınevlerinin fiziksel ve dijital satış kanallarını nasıl optimize edebileceğini tartışmak
- Gençlerin kitap okuma alışkanlıklarını analiz etmek ve sürdürülebilir modeller önermek

@ Hedef Kitle:

- Yayıncılar ve kitapçılar
- Dijital dönüşümle ilgilenen sektör profesyonelleri
- · Okuyucular ve akademisyenler
- Kültürel girişimciler ve e-kitap platformları

Ana Argümanlar:

1. Dijitalleşme yayıncılık sektörünü nasıl etkiliyor?

- Yayıncılık endüstrisi büyük bir dönüşüm geçiriyor. Ancak, dijital kitaplar ve sesli kitaplar beklenenden daha düşük bir hızda yayılıyor.
- o Avrupa'da e-kitap oranı %20 iken, Türkiye'de bu oran çok daha düşük.
- o Dijital abonelik sistemleri Türkiye'de henüz gelişmiş değil.

2. Fiziksel kitap satışları hala güçlü mü?

- Yayıncılar ve perakendeciler, dijitalleşmenin fiziksel kitaplara olan talebi azaltmadığını belirtiyor.
- o Türkiye'de günlük 100.000 basılı kitap satışı yapılıyor.



 Kitapçılar hâlâ büyük ilgi görüyor ve kitap mağazaları AVM tarzı kültürel merkezler hâline dönüşüyor.

3. E-kitap ve sesli kitaplar yaygınlaşabilir mi?

- o Türkiye'de dijital kitap altyapısı gelişmiş değil.
- o E-kitap dönüşümü maliyetli olduğu için yayınevleri bu süreci yavaşlatıyor.
- Sesli kitap abonelikleri giderek daha fazla ilgi görüyor, ancak hâlâ düşük seviyede.

Örnekler:

Mustafa Altındağ (D&R Genel Müdürü):

- D&R'da 350.000 farklı kitap mevcut, ancak sadece 14.000'i dijital formatta.
- Avrupa'da dijital kitap oranı %20'nin üzerindeyken, Türkiye'de bu oran oldukça düşük.

Kudbettin Bingölbalı (BKM Kitap Kurucusu):

- BKM Kitap günlük 100.000 kitap satıyor, bu da kitap okuma oranlarının hâlâ yüksek olduğunu gösteriyor.
- o 133.000 kitap bir gün içinde satılabiliyor, özellikle influencer etkisiyle.

Murat Aydemir (Diyanet Vakfı Yayınları Müdürü):

- Kitap satışlarının sosyal medya üzerinden yapıldığını ve yazarların artık yayıncıya bağımlı olmadığını belirtiyor.
- Ancak, sosyal medyada kitapların kaliteye değil, beğeni sayısına göre değerlendirilmesi içerik kalitesini düşürebiliyor.

Alıntılar:

- "Kitap sadece içerikle değil, dışıyla da bir sanat eseri." Mustafa Altındağ
- "E-kitap sayısı artmalı, ancak bu maliyetli bir süreç." Kudbettin Bingölbalı
- "Sosyal medya fenomenlerinin kitap çıkarması, yayıncılığın geleceğini etkiliyor." – Murat Aydemir



 "E-kitaplar ve sesli kitaplar fiziksel kitapları bitiremez, hibrit bir model oluşacak." – Tüm konuşmacılar

Arkaplan Bilgisi:

- Türkiye'de Yayıncılık ve Dijitalleşme:
 - o Türkiye'de 2023 yılında 400 milyon adet bandrol basıldı.
 - Türkiye'de fiziksel kitap satışı hâlâ baskın, ancak dijital dönüşüm hızlanıyor.
 - Avrupa'da 14 milyon kitap çeşidinin 3 milyonu dijital, Türkiye'de ise
 350.000 kitap çeşidinin sadece 14.000'i dijital formatta.

Sonuçlar:

- Yayıncılık sektörü hem fiziksel hem de dijital kanalları içeren hibrit bir modele evrilmeli.
- Dijital dönüşümün hızlanması için yayınevlerinin dijital içerik üretimini artırması gerekiyor.
- Sosyal medya ve influencer pazarlaması, yayıncılık sektörünün yeni gerçeklerinden biri hâline geldi.
- Kitap okuma alışkanlıkları değişse de fiziksel kitapçılık devam edecek.

Pratik Uygulamalar:

- Yayıncılar için e-kitap ve sesli kitap üretimini hızlandıracak maliyet azaltıcı çözümler geliştirilmesi.
- Kitapçılar için AVM tarzı kültürel merkezlere dönüşüm önerileri.
- Dijital ve fiziksel kitap satışlarını bir araya getiren hibrit modellerin geliştirilmesi.
- Dijital abonelik sistemlerinin Türkiye'de yaygınlaştırılması.

🔍 VARLIK ANALİZİ

Kişiler:

• Mustafa Altındağ – D&R Genel Müdürü



- Murat Aydemir Diyanet Vakfı Yayınları Müdürü
- Kudbettin Bingölbalı BKM Kitap Kurucusu

Kuruluşlar:

- **D&R** Türkiye'nin en büyük kitap perakendecilerinden biri
- **BKM Kitap** Fiziksel ve dijital kitap satışında önde gelen bir platform
- Diyanet Vakfı Yayınları Geleneksel yayıncılık sektöründe büyük bir kuruluş

? Konumlar:

- Türkiye genelindeki kitapçılar ve AVM'ler
- Avrupa ve Kuzey Amerika'daki dijital yayıncılık pazarları

Olaylar:

- 2023 yılında Türkiye'de 400 milyon bandrol basıldı.
- Avrupa'da dijital kitap pazarı %20'nin üzerinde paya sahipken, Türkiye'de bu oran çok düşük.
- 133.000 kitap bir günde satılabiliyor, özellikle influencer etkisiyle.

☆ Ürünler:

- Fiziksel kitaplar
- E-kitaplar
- Sesli kitaplar
- Dijital abonelik sistemleri

- Hibrit yayıncılık modeli
- Dijital dönüşüm ve e-kitap ekonomisi
- Kitapçılıkta influencer etkisi
- Sosyal medyada kitap pazarlaması

Zaman Bilgisi:



- Türkiye'de geleneksel yayıncılık yaklaşık 5000 yıl önce başladı.
- 1450'lerde matbaanın icadıyla modern yayıncılık başladı.
- 2000'li yıllarda dijital kitap ve e-kitap pazarı yaygınlaşmaya başladı.

III Sayısal Veriler:

- 2023'te 400 milyon bandrol basıldı.
- Avrupa'da 3 milyonun üzerinde dijital kitap bulunuyor.
- Türkiye'de 350.000 kitap çeşidi arasında yalnızca 14.000'i dijital formatta.
- BKM Kitap günlük 100.000 kitap satıyor.
- D&R'ın 215 mağazası bulunuyor ve yıllık 200 milyon müşteriye hizmet veriyor.



DETAYLI ÖZET

6 Ana Konu:

Türkiye'de yayıncılık sektörünün tarihsel gelişimi, toplumsal değişimler ve entelektüel düşüncenin yayılması üzerindeki etkileri.

Ø Amaç:

Türkiye'de yayıncılığın tarih içindeki rolünü, yayınevlerinin işlevlerini ve yayıncılığın entelektüel, kültürel ve toplumsal dönüşümdeki yerini tartışmak.

6 Hedef Kitle:

- Yayıncılık sektörü ile ilgilenenler
- Akademisyenler, araştırmacılar
- Kültürel ve entelektüel gelişimi inceleyenler
- Kitapseverler ve tarih meraklıları

Ana Argümanlar:

1. Yayıncılığın Toplumsal Dönüşümdeki Rolü

- Yayıncılık, sadece kitap basımı değil, aynı zamanda düşünce üretimi,
 kültürel yayılma ve entelektüel etkileşim sağlayan bir platform olmuştur.
- Yayınevleri, yalnızca ticari işletmeler değil, aynı zamanda "düşünce okulları" ve "fikir kulüpleri" gibi işlemiştir.

2. Türkiye'de Yayıncılık ve Düşünsel Hareketler

- Yayıncılığın 1950 sonrası entelektüel hareketlerle birlikte hız kazandığı ve farklı ideolojik kesimler tarafından bir araç olarak kullanıldığı belirtiliyor.
- Özellikle 1980 sonrası küreselleşmenin ve farklı düşünsel kaynakların tercüme edilerek yayınlanmasının, Türkiye'deki entelektüel değişimi şekillendirdiği vurgulanıyor.

3. Dergilerin Rolü

- o Yayıncılığın en önemli alanlarından biri olarak dergilerin işlevi anlatılıyor.
- 1925 Takrir-i Sükun yasası sonrası yayın hayatının büyük darbe aldığı ve uzun bir süre duraklama dönemine girdiği ifade ediliyor.



 1939 sonrası yayın hayatının canlandığı ancak devletin ideolojik yönlendirmesinin etkili olduğu belirtiliyor.

E Örnekler:

- 1. Babıali ve Cağaloğlu gibi yayıncılığın merkezi olan mekanlar örnek gösteriliyor.
- 2. **Ahmet Emin Yalman'ın sürgün edilmesi** ve istiklal mahkemelerinde yargılanması, devletin yayıncılar üzerindeki baskısına örnek olarak veriliyor.
- 3. **Tohum Kitapevi, Pınar Yayınları, Enderun Yayınevi** gibi yerlerin sadece kitap satılan yerler değil, aynı zamanda fikir tartışmalarının yapıldığı entelektüel merkezler olduğu belirtiliyor.
- 4. **Necip Fazıl Kısakürek'in Büyük Doğu dergisi** ve **Sebilürreşad gibi dergilerin** Türkiye'de entelektüel ortamın oluşumuna katkı sağladığı anlatılıyor.

Alıntılar:

- "Türkiye'de yazar olmak, okur olmak bir misyon sahibi olmayı gerektiriyor."
- "Yayınevleri bir ticari işletme olmaktan çok, bir düşünce kulübü gibi çalıştı."
- "Üniversiteli olmak derslere girmek değildir, şehirdeki kültürel faaliyetlere katılmaktır."

Arkaplan Bilgisi:

- Türkiye'nin **1950 sonrası çok partili hayata geçişi**, entelektüel hareketleri ve yayıncılık sektörünü nasıl şekillendirdiği anlatılıyor.
- Demokrat Parti dönemi ve ardından gelen 12 Eylül darbesinin yayıncılığa etkileri tartışılıyor.
- Batılılaşma süreci ve devlet-toplum ilişkisi, yayınevlerinin ideolojik yönelimlerini nasıl etkilediğiyle ele alınıyor.

☆ Sonuçlar:

- Türkiye'de yayıncılık, sadece kitap basımı değil, aynı zamanda ideolojik ve entelektüel dönüşümün merkezinde yer alan bir süreçtir.
- Yayınevleri, geçmişte fikir alışverişinin ve akademik gelişimin en önemli aktörlerinden biri olmuştur.



 Ancak zamanla, ticari kaygılar ve devlet baskıları nedeniyle bu fonksiyonlarını kaybetmeye başlamıştır.

Pratik Uygulamalar:

- Türkiye'de yayıncılığın dijitalleşme süreci daha fazla araştırılabilir.
- Fikir yayılımı ve entelektüel tartışma ortamlarının korunması için yeni nesil yayınevleri nasıl hareket etmeli?
- Sosyal medyanın ve dijital dergilerin yayıncılığa etkisi nasıl şekilleniyor?

VARLIK ANALİZİ

Kişiler:

- Celalettin Vatandaş Namık Kemal Üniversitesi öğretim üyesi
- Vahdettin Hoca İbn Haldun Üniversitesi öğretim üyesi
- Necip Fazıl Kısakürek Büyük Doğu dergisi yazarı
- Ahmet Emin Yalman Gazeteci ve yazar
- Mehmet Akif Ersoy Sırat-ı Müstakim dergisinin yazarı
- **Ziya Gökalp** Türk milliyetçiliğinin önemli ismi
- **Şemsettin Günaltay** CHP hükümetinde başbakan
 - **Kuruluşlar:**
- T.C. İletişim Başkanlığı Konferansın düzenleyicisi
- Sebilürreşad Dergisi İslamcı yayıncılığın önemli bir aktörü
- Tohum Kitapevi, Pınar Yayınları, Enderun Yayınevi Yayıncılığın merkezi olan mekanlar
- İbn Haldun Üniversitesi, Namık Kemal Üniversitesi Konuşmacıların akademik kurumları

¶ Konumlar:

• Babıali, Cağaloğlu, Beyaz Saray – Yayıncılığın geleneksel merkezleri



- İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayıncılıkla ilişkili akademik ortamlar
- Kazan, Kazakistan, Mısır, Hindistan Türkiye dışındaki İslamcı yayın hareketleriyle bağlantılı yerler
 - Olaylar:
- 1925 Takrir-i Sükun Kanunu Yayın hayatına büyük darbe
- 1939 sonrası yayıncılığın yeniden canlanması
- 1950 Demokrat Parti dönemi ve yayın özgürlüğü genişlemesi
- 1980 Darbesi ve İslami yayınların serbestleşmesi
- Büyük Doğu Dergisi
- Sebilürreşad Dergisi
- Sırat-ı Müstakim Dergisi
- Elmalılı Hamdi Yazır'ın Hak Dini Kur'an Dili Tefsiri
- Muhammed İkbal ve Seyyid Kutub'un eserleri
 - **Wavramlar:**
- Fikir Yayıncılığı
- Entelektüel Hareketler
- Düşünce Okulları
- Tercüme Yayıncılığı
- İdeolojik Yayıncılık
 - **Z** Zaman Bilgisi:
- 1920'ler 1940'lar Yayıncılığın baskı altında olduğu dönem
- 1950'ler 1970'ler Yayın özgürlüğü ve entelektüel canlanma
- 1980 sonrası Tercümelerin artışı ve İslamcı yayıncılığın güçlenmesi
 - Sayısal Veriler:



- İslamcı dergilerde en çok kullanılan kelimeler:
 - o "İslam" → En çok kullanılan kelime
 - o "Komünist" → En sık geçen ikinci kelime
 - o Ecevit'in adı 935 kez geçerken, Hz. Peygamber'in adı 654 kez geçiyor.