



T. C.

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL İSLAM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İSLAM HUKUKU BİLİM DALI

SOSYAL MEDYAYA DAİR FIKHÎ HÜKÜMLER

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Nilüfer Sena ÇALIK

BURSA 2018



T. C.

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL İSLAM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
İSLAM HUKUKU BİLİM DALI

SOSYAL MEDYAYA DAİR FIKHÎ HÜKÜMLER
(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Hazırlayan:

Nilüfer Sena ÇALIK

Danışman:

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Salih KUMAŞ

BURSA 2018

TEZ ONAY SAYFASI

T. C.

BURSA ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

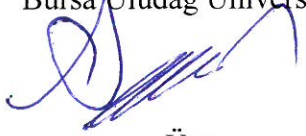
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı, İslam Hukuku Bilim Dalı'nda 701623015 numaralı Nilüfer Sena ÇALIK'ın hazırladığı "SOSYAL MEDYAYA DAİR FIKHÎ HÜKÜMLER " konulu Yüksek Lisans Yeterlik Tezi ile ilgili tez savunma sınavı, 02.07.18.günü .14-.16.....saatleri arasında yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin/çalışmasının (başarılı/~~başarısız~~) olduğuna (oybirliği/~~oy çokluğu~~) ile karar verilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı ve Sınav Komisyonu
Başkanı)

İmza

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Salih KUMAŞ
Bursa Uludağ Üniversitesi



Üye

İmza

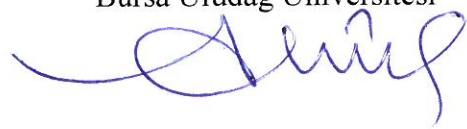
Dr. Öğr. Üyesi Cemalettin ŞEN
Abant İzzet Baysal Üniversitesi



Üye

İmza

Prof. Dr. Ali KAYA
Bursa Uludağ Üniversitesi



02/07/ 2018



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEMEL İSLAM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞI'NA

Tarih:04/06/2018

Tez Başlığı / Konusu: **SOSYAL MEDYAYA DAİR FIKHÎ HÜKÜMLER**

Yukarıda başlığı gösterilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 90 sayfalık kısmına ilişkin, 04/06/2018 tarihinde şahsım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 8 'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kaynakça hariç
- 2- Alıntılar hariç
- 3- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Özgünlük Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

04/06/2018

Adı Soyadı: Nilüfer Sena ÇALIK
Öğrenci No: 701623015
Anabilim Dalı: Temel İslam Bilimleri
Programı: Yüksek Lisans
Statüsü: Y.Lisans Doktora

Dr. Öğr. Üyesi Salih KUMAŞ

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans/ Doktora tezi olarak sunduğum “**SOSYAL MEDYAYA DAİR FIKHÎ HÜKÜMLER**” başlıklı çalışmanın bilimsel araştırma, yazma ve etik kurallarına uygun olarak tarafımdan yazıldığına ve tezde yapılan bütün alıntılarının kaynaklarının usulüne uygun olarak gösterildiğine, tezimde intihal ürünü cümle veya paragraflar bulunmadığına şerefim üzerine yemin ederim.

Tarih ve imza



Adı Soyadı: Nilüfer Sena ÇALIK
Öğrenci No: 701623015
Anabilim Dalı: Temel İslam Bilimleri
Programı: İslam Hukuku
Statüsü: Yüksek Lisans

ÖZET

Yazar Adı ve Soyadı	: Nilüfer Sena ÇALIK
Üniversite	: Uludağ Üniversitesi
Enstitü	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	: Temel İslam Bilimleri
Bilim Dalı	: İslam Hukuku
Tezin Niteliği	: Yüksek Lisans
Sayfa Sayısı	: xiii+91
Mezuniyet Tarihi	: / / 2018
Tez Danışman(lar)ı	: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Salih KUMAŞ

SOSYAL MEDYAYA DAİR FIKHÎ HÜKÜMLER

Sosyal medya gün geçtikçe insanların yaşamlarında önemli bir yer edinmeye başlamıştır. Gelişen teknolojik imkânlar ve sosyal medya araçlarının çeşitlenmesi kişilerin sosyal medya araçlarını kullanım alışkanlığını kaçınılmaz kılmıştır. Bu ise beraberinde bazı fikhî meselelerin yeniden gündeme gelerek sosyal medya ekseninde tartışılmasını ve bu doktrinden hareketle çözüm yolları üretilmesini gerektirmiştir.

Biz bu çalışmamız ile internetin keşfiyle birlikte kullanım alanı bulan sosyal medyanın ortaya çıkış süreci, gelişimi, özellikleri ve geleneksel medyaya kıyasla kullanıcılarına sağladığı kolaylıkları ele alarak genel anlamda sosyal medya araçlarını tanımaya çalışacağız. Sonrasında ise sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya araçları üzerindeki tasarruflarından hareketle sanal âlem üzerinde ne tür içerik paylaşımlarında buldukları ve bu içeriklerin İslam hukuku açısından nasıl değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaya çalışacağız. Bu ekseninde öncelikle sosyal medya üzerinde ispat vasıtaları konusuna yer verilmiştir. Ardından kullanıcıların sosyal medyadaki bilgi paylaşım yöntemleri gruplandırılarak fikhî açıdan değerlendirilmeye çalışılmıştır. Sosyal medya kullanımının sebep olduğu sorunlar ise kullanıcıların iradeleri dâhilinde gerçekleşen ve iradeleri dâhilinde gerçekleşmeyen fıkıh ihlalleri olarak isimlendirilerek mahremiyet ve halvet kavramları merkezinde ele alınmıştır.

Anahtar Sözcükler:

Fıkıh, sosyal medya, ispat vasıtaları, bilgi paylaşımı, mahremiyet, halvet

ABSTRACT

Author Name and Surname	: Nilüfer Sena ÇALIK
University	: Uludağ University
Institution	: Social Science Institution
Main Discipline	: Department of Basic Islamic Sciences
Discipline	: Islamic Law
Characteristic of Thesis	: Master Degree Thesis
Number of Pages	: xiii+91
Graduation Date	: / / 2018
Thesis Supervisor (s)	: Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Salih KUMAŞ

ISLAMIC LAW PROVISIONS ABOUT SOCIAL MEDIA

Social media has taken an important role in people's lives as the time passes on. Technological advances and a wide range of social media tools make the situation of using social media be inevitable. This situation requires a debate of some Islamic law provisions with regard to social media that becomes a current issue and producing some solutions based on this doctrine.

In this research, we are going to try distinguishing the social media tools in a general sense by taking the occurrence period, the development, the facilities compared to traditional media and the features of social media which finds an area of utilization with the exploration of the Internet into account. Then, We will be trying to explain that what kind of contents users are posting on virtual world by social media tools and how these contents could be evaluated according to Islamic law. In this respect, the topic of means of proof on social media is prioritized. In addition, Users' information sharing methods on social media are tried to be implemented by grouping the methods based on the islamic law. Problems caused by social media, on the other hand, are taken into consideration at the core of privacy and seclusion concepts by being named as islamic law infringements occurring with the users' will and islamic law infringements occurring out of the users' will.

Key Words:

Islamic law, social media, means of proof, information sharing, privacy, seclusion

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	ii
YÜKSEK LİSANS/DOKTORA İNTİHAL YAZILIM RAPORU	iii
YEMİN METNİ	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	x
ÖNSÖZ.....	xii
GİRİŞ	1
I. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	1
II. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE SINIRLARI	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ

I. GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE İLETİŞİM VE İNTERNETİN ORTAYA ÇIKIŞI	4
A. İLETİŞİM VE HABERLEŞME	4
B. İNTERNET TEKNOLOJİSİ.....	5
1. İnternetin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	6
2. Türkiye’de İnternetin Gelişim Süreci	7
3. Web Teknolojileri	8
II. SOSYAL MEDYA DÜNYASI	10
A. KAVRAMSAL AÇIDAN YENİ MEDYA VE SOSYAL MEDYA	10
B. SOSYAL MEDYANIN ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİMİ	11
C. SOSYAL MEDYANIN ÖZELLİKLERİ.....	12
D. SOSYAL MEDYANIN GELENEKSEL MEDYADAN FARKI	13
E. SOSYAL MEDYA ARAÇLARI	15
1. Sosyal Ağlar	15
Facebook:	17

2. Blog	18
3. Mikroblog	19
Twitter:	19
4. Wiki	20
5. İçerik Paylaşım Siteleri	20
a. Instagram	20
b. Youtube	21
F. TÜRKİYE'DE VE DÜNYADA SOSYAL MEDYA KULLANIMI	21

İKİNCİ BÖLÜM

İSLAM HUKUKUNDA İSPAT VASITALARI VE BİLGİ PAYLAŞIMI BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA TASARRUFLARI

I. İSPAT VASITALARI BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA TASARRUFLARI ..	25
A. İSLAM HUKUKUNDA İSPAT VASITASI OLARAK ŞAHİTLİK MÜESSESESİ VE SOSYAL MEDYA TASARRUFLARI	26
1. Şahitliğin Tanımı	26
2. Şahitliğin Hukuki Dayanağı ve Önemi	28
3. Şahitlikte Nisap Miktarı	30
4. Günümüz Hukuku ve İslam Hukuku Açısından Şahitlik	32
5. Şahitliğin Aşamaları	33
a. Şahitlikte Tahammül	34
b. Şahitlikte Edâ	39
B. İSLAM HUKUKUNDA İSPAT VASITASI OLARAK İKRAR BEYANI VE SOSYAL MEDYA TASARRUFLARI	40
II. SOSYAL MEDYA VE BİLGİ PAYLAŞIMI	42
A. BİLGİ PAYLAŞIMINDA YAŞANAN DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜM	43
1. Bilgi Kavramı	43
2. Bilgi Edinme Vasıtası Olarak Sosyal Medya	43
B. FIKHÎ AÇIDAN SOSYAL MEDYADA BİLGİ PAYLAŞIMI	44
1. Devlet Aleyhinde Yapılan Paylaşımlar	44
2. Din Karşısı Söylemler	48
3. Gıybet ve Tecessüs İçerikli Paylaşımlar	51
4. Ürün Tanıtımı ve Reklam İçerikli Paylaşımlar	52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA KULLANIMININ SEBEP OLDUĞU SORUNLAR VE FIKHÎ AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

I. SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ İRADELERİ DIŞINDA GERÇEKLEŞEN HUKUK İHLALLERİ	57
II. SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ İRADELERİ DÂHİLİNDE GERÇEKLEŞEN HUKUK İHLALLERİ	62
A. MAHREMİYET İHLALİ	63
1. Mahremiyet Kavramı	63
2. Sosyal Medyada Mahremiyet İhlâlleri	64
a. Beden Mahremiyeti	65
b. Mesken Mahremiyeti	69
c. Bilgi Mahremiyeti	71
B. HALVET	71
SONUÇ	75
KAYNAKÇA	78

KISALTMALAR

a.g.e.	:Adı Geçen Eser
a.s.	: Aleyhisselam
ARPANET	Advance Researce Programme Agency
b.	:Baskı/Basım
Bkz. /bkz.	:Bakınız
C.	:Cilt
çev.	:Çeviren
ed.	:Editör
h.	:Hicrî
md.	:Madde
S.	:Sayı
s.	:Sayfa
s.a.v.	:Sallallâhü Aleyhi ve Sellem
ss.	:Sayfadan sayfaya
şrh.	:Şerh eden
TCK	:Türk Ceza Kanunu
TDV	:Türkiye Diyanet Vakfı
telf.	:Telif eden
ter.	:Tercüme eden

thk. :Tahkik eden
ty. :Yayım tarihi yok
vd. :Ve diğerleri
www. :World Wide Web
y.y. :Basım yeri yok



ÖNSÖZ

Rahman ve Rahîm olan Allah'ın adı ile.

Sosyal medya yeni bir medya aracı olarak hayatımıza girse de kullanıcıları tarafından kolaylıkla benimsenmiş ve kullanım alanı hızla artmıştır. Günümüzde sosyal medya artık boş vakitlerin geçirildiği bir alan olmanın yanı sıra haberleşme ve bilgi edinmenin gerçekleştiği, iş tecrübelerinin paylaşıldığı çok amaçlı alanlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal medyanın kendisini hızla geliştirmesi ve geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşması beraberinde tartışılması gereken yeni meseleleri gündeme getirmiş ve bu durum sosyal medya üzerinde çeşitli konularda çalışmalar yapılmasını gerekli kılmıştır.

Bundan kısa bir süre öncesine kadar sosyal hayat üzerinde kurulan ilişkiler bağlamında konuşulan mahremiyet, özel hayatın gizliliği, kişilik hakları, bilgi paylaşımı gibi fikhî meseleler günümüzde sosyal medya ekseninde konuşulmaya başlanmış ve bu noktada İslam hukuku çerçevesinde çözümler üretilmeye başlanmıştır. Böylece sosyal medya ortaya çıktığı günden bugüne tartışılması gereken yeni meseleler ile gündeme gelmiş ve yeni bir varlık alanı olarak işlerlik kazanmıştır.

Bu çalışma giriş ve üç bölümden meydana gelen bir çalışma olarak düzenlenmiştir. Sosyal medya kullanmanın fikhî yönü çalışmamızın ana konusunu oluşturmaktadır. Birinci bölümde sosyal medya kavramı üzerinde durularak sosyal medya araçları ele alınmıştır. İkinci bölümde sosyal medya üzerinden ispat vasıtaları incelenmiş ve kullanıcıların sanal ağlar üzerinde ne tür bilgi paylaşımında buldukları ele alınmıştır. Üçüncü ve son bölümde ise sosyal medya kullanmanın sebep olduğu sorunların fikhî açıdan değerlendirilmesi yapılmıştır.

Çalışmamın gerçekleşmesinde bana yol önderliği yapan, tecrübesinden ve bilgi birikiminden istifade ettiğim değerli hocam ve danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Salih KUMAŞ'a, ilim yolunda ilerlerken desteğini hissettiğim hocam Doç. Dr. Abdullah DURMUŞ'a, kitaplarından ve ilmî birikimlerinden istifade etme fırsatı

bulduğum hocalarıma, tezimin her aşamasında sabırla beni destekleyen aileme, arkadaşlarıma ve duası ile destek olan herkese çok teşekkür ederim.

Nilüfer Sena ÇALIK

Bursa / 2018



GİRİŞ

I. ARAŞTIRMANIN AMACI

Güncel fikhî meselelere dair İslam hukuku alanında çokça çalışma yapıldığı hâlde sosyal medya konusunda henüz tafsilatlı bilimsel bir çalışmanın yapılmadığı görülmektedir. Biz bu çalışma ile İslam hukuku alanında yeterli incelemenin yapılmadığını düşündüğümüz bir konuda ilk adımları atarak fikhî perspektiften konuyu değerlendirmeye çalışacağız. Nitekim sosyal medya kullanımı günümüzde gittikçe artmakta ve bundan kaynaklı olarak çok sayıda sorun ortaya çıkmaktadır. Çalışmamız bu çerçevede ortaya çıkan bu sorulara cevap arayışı mahiyetinde olacaktır.

II. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE SINIRLARI

Tezde öncelikle sosyal bilimler alanında yapılmış çalışmalar incelenerek sosyal medyanın kapsamı ortaya konulmuştur. Ardından internet öncesi iletişim araçlarından başlanarak web teknolojilerinin ortaya çıkışına kadar geçen süreç incelenerek sosyal medyanın tanımı, kullanım alanları, faydaları ve diğer medya araçları ile farkları ele alınmıştır.

Çalışmamızda İslam hukukunun klasik kaynaklarından yola çıkılarak fūrū-ı fıkha dayalı bir zemin oluşturulmuş ve konu makâsıd-ı şerî'a çerçevesinde ele alınmaya çalışılmıştır.

Çalışmamız üç bölümden oluşmaktadır. “Sosyal Medyanın Gelişimi” başlıklı ilk bölümde kısaca iletişim kavramından bahsedilerek internetin ortaya çıkışı ve internet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ele alınmıştır. Devamında ise benzer şekilde sosyal medyanın ortaya çıkış süreci ele alınarak sosyal medyanın özellikleri ortaya konulmuştur. Sosyal medya ile geleneksel medyanın farkları belirtilerek belli başlı sosyal medya araçları zikredilmiş ve bunların özelliklerine değinilmiştir. Ardından Türkiye’de ve dünyada sosyal medya kullanım oranlarına yer verilmiştir.

“İslam Hukukunda İspat Vasıtaları ve Bilgi Paylaşımı Bağlamında Sosyal Medya Tasarrufları” başlıklı ikinci bölümde ise sosyal medyadaki paylaşımlar ispat vasıtaları arasında zikredilen şahitlik, ikrar ve karînedan hareketle değerlendirilerek

sosyal medya üzerinde ne tür paylaşımların delil sayılabileceği tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bilgi paylaşımı çerçevesinde ise sosyal medyada gerçekleşen din karşıtı söylemlerin, devlet aleyhinde yapılan paylaşımların, gıybet, tecessüs içerikli paylaşımların ve ürün tanıtımlarının fikhî açıdan değerlendirmesi yapılmıştır.

“Sosyal Medya Kullanımının Sebep Olduğu Sorunlar ve Fikhî Açıdan Değerlendirilmesi” başlığını taşıyan üçüncü ve son bölümde ise kullanıcıların iradeleri dâhilinde meydana gelen hukuk ihlalleri ve kullanıcıların iradeleri dışında meydana gelen hukuk ihlalleri incelenmiştir. Bu kapsamda kişinin hayat alanını içeren *sır alan*, *özel alan* ve *kamusal hayat alanları* ele alınmış ve bu hayat alanları hukuk ihlalleri dikkate alınarak değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

Son bölümde konu öncelikli olarak kullanıcıların iradeleri dışında meydana gelen hukuk ihlalleri başlığı altında ele alınmış olup modern hukuk sistemi ile karşılaştırmalı olarak gidilerek sosyal medya hesapları üzerinde hangi durumlarda *sır alan*, *özel alan* veya *kamusal alanın* ihlal edildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Sonraki başlıkta ise kullanıcıların iradeleri dâhilinde meydana gelen hukuk ihlalleri yine aynı tasniften hareketle ortaya konularak (*sır alan*, *özel alan* ve *kamusal alan*) sosyal medya kullanıcılarının tasarrufları çerçevesinde değerlendirilmiştir. Kullanıcıların iradeleri dâhilinde meydana gelen bu ihlaller “mahremiyet ihlalleri” ve “halvet” şeklinde iki konuda ele alınmış olup burada öncelikle mahremiyet ihlalleri üzerinde durularak beden, mesken ve bilgi mahremiyetinden hareketle kullanıcıların sosyal medya üzerindeki tasarrufları değerlendirilmeye çalışılmıştır. Kullanıcıların hayat alanları üzerinden yapılan bu değerlendirmede mahremiyet kavramı merkezde tutulmaya çalışılmıştır.

Halvet kavramı sosyal medya kullanıcılarının iradeleri dâhilinde gerçekleşen hukuk ihlallerinde merkezde tuttuğumuz ikinci kavramdır. Bu kavram üzerinden sosyal medyadaki mesajlaşmalar diğer kısımlarda olduğu gibi hayat alanları (*sır alan*, *özel alan* ve *kamusal alan*) çerçevesinde değerlendirilmeye çalışılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM
SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ

I. GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE İLETİŞİM VE İNTERNETİN ORTAYA ÇIKIŞI

İletişim, bir çeşit bilgi edinme vasıtasıdır.¹ Bilgi edinme ihtiyacı insanlık tarihi boyunca insanların en temel gereksinimlerinden birisi olmuştur. İslam tarihine baktığımız zaman Peygamber efendimiz (s.a.v.) döneminde diğer devletlerle siyasi ilişkiler yürütülürken aralarındaki iletişimi sağlamakla görevli elçiler bulunduğu ve bu elçilerle gönderilen mektuplar vasıtasıyla pek çok hükümdarın İslam'a davet edildiği bilinmektedir.² Peygamber efendimiz (s.a.v.)'in vefatından sonra ise Hulefâ-yi Râşidîn döneminde posta sistemi daha da geliştirilerek sadece devlet başkanları arasında iletişimi sağlamakla sınırlı kalmamış aynı zamanda halkın da kullanabileceği bir sistem haline dönüştürülmüştür.³

İletişim, özüne bakıldığında kapsama alanı geniş tutulması gereken bir kavramdır. Yani basit anlamda düşünüldüğü gibi sadece sözlü veya yazılı formdan ibaret değildir. Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda da iletişim araçlarının bireysel iletişim, ses ve görüntüye dayalı iletişim, yazılı iletişim, elektronik iletişim gibi farklı türlere ayrıldığı görülmüştür.⁴

A. İLETİŞİM VE HABERLEŞME

Telefon, e posta, messenger, televizyon, kamera, dergi, gazete, sinema ve daha pek çokları günümüz iletişiminin vazgeçilmez birer parçası haline gelmiştir. Zamanında ilkel iletişim araçları ile güçlkle sağlanan iletişimin günümüzde oldukça kolaylaştığı görülmektedir. İletişim araçlarındaki bu gelişmenin elbette uzun bir tarihî geçmişi olmalıdır.

İletişim tarihine bakıldığında insanın bulunduğu her ortamda bir çeşit iletişim yönteminin de var olduğu görülmektedir. Bundan dolayı iletişimin miladı insanlığın başlangıcı olarak kabul edilebilir.⁵ İlk insanlar iletişim aracı olarak ateş, duman ve işaret

¹ Demet Gürüz, Ayşen Temel Eğinli, *Kişiler Arası İletişim Bilgiler - Etkiler – Engeller*, 4. b., Ankara: Nobel Yayınları, 2014, s. 5.

² İbrahim Sarıçam, Seyfettin Erşahin, *İslam Medeniyeti Tarihi*, 4. b., Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı, 2014, s. 95.

³ İbrahim Harekât, “Berid”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1992, C. 5, s. 499.

⁴ E. Özgür Gönenç, “İletişimin Tarihsel Süreci”, *İletişim Fakültesi Dergisi*, S. 27 (2008), s. 87-89.

⁵ İzzet Taşkiran, “*Gazetecilik ve Sosyal Medya İlişkisi*” *Sosyal Medyada Haber Var*, İstanbul: Der Yayınları, 2017, s. 4.

dilini kullanmışlardır. Toplumda yaşanan gelişmeler iletişimde kullanılan yöntemleri de değiştirmiş⁶ ve sözel iletişim yerini zamanla yazılı iletişime bırakmıştır.⁷ Yazılı iletişim de tıpkı önceki dönemlerde olduğu gibi dönemin ihtiyaçlarına binaen gelişmiştir.⁸

Yazının bulunmasından sonraki ilk gelişme Çinliler tarafından bulunan modern kâğıt olmuştur. Bunu ise matbaanın bulunması takip etmiştir. Guthenberg'in 15. yy'da gerçekleştirdiği bu keşif ile bilgiye daha hızlı ulaşılma imkânı elde edilmiştir. Böylece haberleşme hız kazanmış ve bu sayede gazeteciliğin temelleri atılmıştır.⁹

Bugünkü modern iletişimin temelini oluşturan elektrik enerjisinin kullanılmaya başlanması ile birlikte telgraf, radyo, telefon, televizyon, bilgisayar gibi iletişim araçları doğmuştur. Bilgisayarın 1946 yılında icadı ile birlikte internet olgusuna doğru uzanan bir serüven başlamıştır.¹⁰

B. İNTERNET TEKNOLOJİSİ

Pek çok kişinin elinin altında olan ve hayatın vazgeçilmez birer parçası haline gelen internetin günümüzde nasıl bu kadar yaygınlık kazandığı sorusu genellikle kullanıcıların zihinlerini meşgul etmektedir. Bunun nedeni ise özellikle 2000'li yıllarda dünyaya gelmiş olan genç kuşağın kendisini bilgisayar kullanımının yanında internet kullanımının da yaygınlaştığı bir zaman dilimi içerisinde bulmuş olmasıdır.

İnternet teknolojisiyle tanışmamız 90'lı yılların başına denk gelir. Bu yıllarda bazı ailelerin evinde bilgisayar olmasına rağmen internet erişimi yoktu. Zamanla internet kullanımı yaygınlaştı ve insanlar internet teknolojisine adapte olmaya başladılar. Böylece internet her an gereksinim duyulan, yaşamı kolaylaştıran bir unsur haline geldi.

İnternet kullanımının yaygınlaşması ve insanların internete adapte olması ile birlikte internetin sağladığı kolaylıkların farkına varıldı. Gelişen teknoloji bilgiyi elde etme yollarını kolaylaştırmaktadır. Örneğin internet teknolojisi ile birlikte artık herhangi bir kütüphaneye ve içerisinde bulunan kitaplara kolaylıkla erişim sağlanabilmektedir.

⁶ Gönenç, "İletişim Tarihi", *İletişim Fakültesi Dergisi*, S. 18 (2003), s. 59.

⁷ Murat Özbay, "Bilim Kültür Aktarıcısı Olarak Yazı", *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü*, S. 2 (2015), s. 71.

⁸ Yazının gelişim sürecine ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Özbay, a.g.e., s. 71-72.

⁹ Gönenç, "İletişimin Tarihsel Süreci", s. 94-95.

¹⁰ Gönenç, "İletişimin Tarihsel Süreci", s. 96-101.

Bunun yanında pek çok resmî siteden online evrak dökümü elde edilebilmektedir. Görüldüğü gibi bilgiye çağımızda masrafsız ve zaman kaybı olmadan ulaşılabilir. ¹¹

1. İnternetin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

İnternet ilk kez 1960'lı yıllarda ABD'de ortaya çıkmıştır. Günümüzdeki kullanım amacı düşünüldüğünde 1960'larda ABD'nin uzun uğraşlar vererek geliştirmek istediği bilgisayar ağının günümüzde kullanılan bilgisayar ağı olmadığı görülmektedir. ABD, ülke savunmasını korumak ve bu amaçla birbirine bağlı bilgisayarlarla düzenli bir iletişim ağı kurmayı hedeflemiştir. Onları böyle bir sisteme iten şey ise yaşadıkları korku ve belirsizliktir. 1957 yılı soğuk savaş döneminde SSCB uzaya bir uydu göndermiş ve başarılı olmuştur. Bu durum ABD'yi nükleer bir savaş tehdidi ve ülke çapında iletişim ve haberleşme bağlantısının kesilmesi ihtimali ile yüz yüze getirmiştir. Bunu yaşamak istemeyen ABD'li uzmanların çalışmaları sonucunda 1969 yılında "ARPANET" (Advance Researce Programme Agency) adı verilen ilk bilgisayar ağı dünyaya gelmiştir. ¹² Günümüzde kullanılan internetin seviyesine ulaşmak o dönemlerde planlanmış olmamasına rağmen her ayrıntının düşünülmüş olması bu ağın günümüz internetinin alt yapısını oluşturduğunu göstermektedir. ¹³

1971 yılına gelindiğinde internet kullanımında hayatımızı kolaylaştıran, belge alışverişinin hem hızlı hem de ekonomik olarak sağlandığı elektronik mesaj ortaya çıkmıştır. Böylelikle e-mail'in kurulması ARPANET'in ilerlemesi adına büyük bir gelişme olmuştur. ¹⁴

ARPANET, kuruluş aşamasında 15 bilgisayar arasında iletişimi sağlayan bir ağ iken ¹⁵ bu sayı kısa sürede artmıştır. 1983 yılında geliştirilen TCP/IP adı verilen internet protokolü ile bilgisayarlar arasında milyonlarca ağın birbirine daha sağlıklı bağlanması

¹¹ Mehmet Fırat, Nilgün Özdamar Keskin, "İnternet Teknolojileri", *Temel Bilgi Teknolojileri I*, ed. T. Volkan Yüzer, M. Recep Okur, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2015, s. 91.

¹² Murat Özgen, "İnternet ve Türkiye'de İnternet Gazeteciliği", *İletişim Fakültesi Dergisi*, S. 10 (2000), s. 59.

¹³ Ege Börteçin, "İnternet Nasıl Çalışıyor?", *Bilim ve Teknik Dergisi* (Ekim 2013), s. 67.

¹⁴ Mehmet Haberli, *Sanal Din -Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din-*, İstanbul: Açılım Yayınları, 2014, s. 30.

¹⁵ Ali Salkım, "İnternetin Gelişim Süreci", <http://www.ansiklopedica.org/internetin-gelisim-sureci/> (12.12.2017).

sağlanmıştır. Böylece internet hızla büyüyerek günümüzde kullanılan internet olma yolunda ilerlemiştir.¹⁶

1991 yılına gelindiğinde internet tarihi açısından yeni bir dönüm noktası yaşanmıştır. “World Wide Web” yani günümüzde kullandığımız www ile başlayan web sitelerine erişme imkânı sağlayan yeni bir sisteme imza atılmıştır. Artık resimler müzikler, videolar web siteleri sayesinde ulaşılması kolay birer veri haline gelmiştir.¹⁷ *World wide web* öncesi dönemde siteler arası geçiş sayfanın 10 haneli IP numarası ile sağlanıyorken, www bu zorlukları ortadan kaldırmıştır.¹⁸

1990’lı yıllarda ilerlerken internetin kullanıcılar tarafından oldukça benimsendiği gözlemlenmiştir. Burada internetin sağladığı kolaylıklar etkili olmuştur. Artık internet teknolojisi insanlar için sosyal bir yaşam alanı haline gelmiştir. E-mail ile ücretsiz mesajlaşmanın yanında kullanıcılar web siteleri üzerinde istedikleri gibi dolaşma imkânı elde etmişlerdir. Böylece internet teknolojisi iletişime âdeta yeni bir boyut kazandırmıştır.¹⁹

Dünya genelinde internet erişimi tıpkı din ve vicdan özgürlüğü, ekonomik, sosyal ve kültürel haklar gibi temel insan haklarından birisi olarak görülmektedir. Nitekim BM’de internet erişiminin engellenmesinin temel insan hakları ve özgürlükler önünde bir engel olduğu belirtilmiştir. Bu sebeple 4 Haziran 2011 tarihinde internetin temel insan haklarından biri olduğu resmen kabul edilmiştir. Her ne kadar internetin temel insan haklarından biri olduğu kabul edilmiş olsa da bu durumun gerçekten böyle olup olmadığı yönündeki tartışmalar henüz sonlanmamıştır.²⁰

2. Türkiye’de İnternetin Gelişim Süreci

Ülkemizde internet bağlantısı Türkiye Üniversite ve Araştırma Kurumları Ağı ile ilk kez 1987 yılında gerçekleşmiştir. Ancak bu bağlantı tüm birimler arası bağlantıyı sağlayamamıştır. 1991 yılında yürütülmeye başlanan TRNET isimli çalışma sonucunda

¹⁶ Börteçin, a.g.e., s. 67.

¹⁷ Haberli, a.g.e., s. 31.

¹⁸ E. Özgür Gönenç, “İnternet ve Türkiye’deki Gelişimi”, *İletişim Fakültesi Dergisi*, S. 16 (2003), s. 95.

¹⁹ Arzu Yıldırım, “İnternetin Görünen Yüzü”, *KMÜ Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 16 (Özel Sayı 1) (2014), s. 52.

²⁰ Edip Emil Öymen, “İnternete Erişim İnsan Hakkı Mıdır?”, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/internete-erisim-insan-hakki-midir/29094> (12.12.2017).

1993 yılında ilk internet bağlantısını gerçekleştirmiş ve böylece internet tüm Türkiye’de kullanılmaya başlanmıştır.²¹

Türkiye İstatistik Kurumu TÜİK tarafından gerçekleştirilen Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması’nın bize sunduğu verilere göre 2017 yılında 16-74 yaş arası internet kullanım oranı %66,8 olarak tespit edilmiştir. Bu oran bize bir önceki yıla kıyasla %5,6’lık bir artış olduğunu göstermektedir. Cinsiyet grubu dağılımlarına göre incelendiğinde ise internet kullanan erkeklerin oranı %75 iken kadınlarda bu oranın %58,7 olduğu belirtilmiştir. Evden internete bağlanma oranlarının da tespit edildiği bu araştırmada kullanıcıların %80,7’sinin evden internet erişimine sahip olduğu tespit edilmiştir. İnternetin bu kadar yaygınlaşması ve hayatımızın bir parçası haline gelmesiyle birlikte internet kullanımına yönelik araştırmaların sayısı giderek artmıştır.²²

3. Web Teknolojileri

İnternetin geçici bir tutku olduğu²³ yönündeki söylemlerin aksine internet ortaya çıktığı 1969 yılı itibari ile hızla yayılmaya başlamıştır. Yapılan araştırmalar radyonun kırk yılda ulaştığı elli milyonluk kullanıcı seviyesine internetin beş yılda ulaştığını göstermektedir.²⁴ İnternet kullanımındaki bu hızlı artış oranı web teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle paralellik göstermektedir.

İnternet sayesinde var olan ve bir çeşit yazılımdan ibaret olan web’in²⁵ ilk şeklini oluşturan web 1.0 teknolojisi bize internet iletişimini kısıtlı ve zahmetli olarak sunmakta idi. Tek taraflı pasif bir kullanımın hâkim olduğu bu sistemde kullanıcı, bilgisayar karşısında sadece sayfalar arasında dolaşma yetkisine sahipken günümüz internet teknolojilerinde olduğu gibi bu sayfalar üzerinde yorum yapma, link paylaşma, içerik indirme gibi imkanlara sahip değildi. Sayısı oldukça az olan bu web siteleri günümüzdeki gibi modern bir görünüme de sahip değildi.²⁶

²¹ Taşkiran, a.g.e., s. 5.

²²TÜİK Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862> (13.12.2017).

²³ Ahmet Baytak, “Dünden Bugüne Web Teknolojileri ve Eğitim”, *Eğitimde Web Teknolojilerinin Kullanımı*, ed. Ahmet Baytak, Ankara: Pegem Yayınları, 2014, s. 1.

²⁴ Abdülaziz Kıranşal, *Gençler İçin Sosyal Medya İlmihali*, 5. b., Ankara: MG V Yayınları, 2016, s. 18.

²⁵ Baytak, a.g.e, s. 2.

²⁶ Şebnem Çağlar, *Şovalyelik Mesleği Gazeteciliğe Sosyal Medya Etkisi*, Konya: Literatük Akademia, 2017, s. 31-32.

1990’larda 10 haneli IP numaraları ile kullanılan internetten world wide web sistemine geçilmesi ve ardından kullanılmaya başlanan web 1.0 teknolojisi, dönemin şartları açısından birer kolaylık olarak görülen ve daha ilerisi keşfedilememiş gelişmelerdi. 2005 yılına gelindiğinde ise yeni bir sistem olan web 2.0 teknolojisi gündeme geldi. İnternetin geleceğine yönelik yapılan bir toplantıda ortaya atılmış bir fikirden ibaret olan web 2.0 sistemi günümüzde kullanılan internet teknolojisinin başlangıcı kabul edilmektedir.²⁷

Kullanıcı merkezli yeni bir teknoloji olarak görülen web 2.0 pek çok kişinin ağa bağlanması ile “network etkisi” olarak bilinen ağ etkisi yaratmaktadır.²⁸ Bu yeni teknolojinin ülkemizde yaygınlaşması ancak 2006 yılı sonrasında olmuştur. Günümüzde en çok kullanılan sosyal medya araçlarının başında gelen Facebook’un 2004 yılında kurulması ile birlikte bir zamanlar MSN üzerinden yapılan sohbetler yerini yavaş yavaş Facebook üzerinden yapılan sohbetlere bırakmıştır. Bu sayede web 2.0 kullanımı da yaygınlık kazanmıştır.²⁹

Web 2.0, ortaya çıktığı 2004 yılı itibari ile ve özellikle asıl miladı kabul edilen 2006 yılından başlayarak günümüze gelene kadar pek çok yenilikten geçmiş ve birçok yeni uygulama sunmuştur. Facebook, Twitter günümüzde en çok kullanılan uygulamalar olarak en üst sıralarda yerini almaktadır. Bunun dışında Instagram, LinkedIn, Youtube, Wikipedia, Myspace gibi pek çok uygulama web 2.0 teknolojisi sayesinde tanıştığımız yeni sanal ortamlar olarak işlerlik kazanmıştır.³⁰

Anlamsal web olarak isimlendirilen web 3.0 teknolojisi ise gelecekte bizi bekleyen ve çalışmalarına 2001 yılı itibari ile başlanmış olan yeni bir web sistemidir. Bu teknoloji sayesinde tüm bilgiler sistemde hazır bulunmakta ve kullanılmak istenildiğinde kullanıcılarına en uygun veriyi sunmayı hedeflemektedir.³¹ Bu yeni web teknolojisi kullanıcıların istediğinde danışabileceği, onlara teklifler sunan bir sistemdir. Kısacası web 3.0 teknolojisi bizi tanıyan, bireyselleştirilmiş yeni iletişim teknolojinin

²⁷ Tolga Kara, *Sosyal Medya Endüstrisi*, 1.b., İstanbul: Beta Yayınları, 2013 s. 29-30.

²⁸ Murat Dağıtmaç, *Sosyal Medya Bizi Neden Kullanır*, İstanbul: Metafoz Yayınları, 2015, s. 29-30.

²⁹ Fatih Özutku, *Sosyal Medyanın ABC’si*, İstanbul: Alfa Yayınları, 2014, s. 60.

³⁰ Ali Murak Kırık, “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”, “*Sosyalleşen Birey*” *Sosyal Medya Araştırmaları I*, ed. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık, 2. b., Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 2017, s. 72.

³¹ Cihad Demirli, Ömer Faruk Kütük, “Anlamsal Web (Web 3.0.) ve Ontolojilerine Genel Bir Bakış”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, S.18 (2010),s. 98-99.

adıdır.³² Yakın bir gelecekte gerçek anlamda tanışacağımız ve bize her yönüyle hâkim olacak olan bu cihazların hayatımızı oldukça kolaylaştıracağı bellidir. Bununla birlikte web 3.0 teknolojisi muhtemelen tartışılması gereken yeni meselelerle gündeme gelecektir.

II. SOSYAL MEDYA DÜNYASI

Web 2.0 teknolojisinin işlerlik kazanması ile birlikte “kişisel günlük” olarak ifade edilen kişisel bloglar kullanılmaya başlanmıştır. Bu yolla içerik paylaşımı adına belli sayıda insana ulaşılmış olsa da ulaşılan insan sayısı sınırlı kalmıştır. Bu durum günümüzde en çok kullanılan sosyal medya araçlarının başında gelen Facebook, Twitter gibi popüler ağların hâkimiyetine kapı aralayan ilk gelişme olmuştur.³³

Sosyal medya kullanımı arttıkça artık bu sanal alan sadece iletişim sağlamakla kalmayıp aynı zamanda bilgi edinme aracı olarak da kullanılmaya başlanmıştır. Bunun yanında kullanıcılara sosyalleşme imkânı da sağlamıştır.³⁴

Sosyal medyanın kitleleri harekete geçirmedeki rolü de göz ardı edilemeyecek kadar büyüktür. Örneğin 2013 yılı Temmuz ayında Mısır’da gerçekleşen darbe sonucu halkın sosyal medya üzerinden örgütlenmesi ile on binlerce kişi sokaklara dökülmüştür. Benzer şekilde 15 Temmuz darbe girişiminin bastırılmasında da sosyal medyanın rolü göz ardı edilemeyecek kadar büyüktür.

A. KAVRAMSAL AÇIDAN YENİ MEDYA VE SOSYAL MEDYA

Medya hepimizin bildiği televizyon, gazete gibi iletişim araçlarının bütünüken sosyal medya içeriğini kendimizin oluşturduğu, yazılar paylaşabildiği, yorumlar yapabildiği bir iletişim ortamıdır.³⁵

Yeni medya veya sosyal medya olarak isimlendirilen bu yeni platformlar klasik medya olarak bilinen araçlarda meydana gelen değişimin bir sonucudur. Başlangıçta tek yönlü, yazılı olarak sağlanan veya telefon vasıtası ile sesli olarak gerçekleştirilen iletişime zamanla görüntü unsuru da eklenmiştir. Tüm bunların tek bir merkezde

³² Ayberk Burç, “Web 1.0, 2.0, 3.0 Nedir?”, <http://www.ayberkburc.com/internet/web-1-0-2-0-3-0-nedir.html> (15.12.2017).

³³ Dağıtmaç, a.g.e., s. 34.

³⁴ a.g.e., s. 35-36.

³⁵ “Sosyal Medya Nedir?”, <http://www.trendweek.com/sosyal-medya-nedir/> (17.12.2017).

toplanması ise yeni medya kavramını gündeme getirmiştir. Yani sosyal medyanın yeni medya olarak isimlendirilmesinin nedeni diğer kitle iletişim araçlarının şu an kullanılmıyor olmalarından kaynaklanmamaktadır. Bunun nedeni medyanın yapısal bir değişime uğramasındandır. Bu sayede gerçek hayatın dışında yeni bir ortam oluşturulmuş olup bu yeni ortama yeni medya veya sosyal medya adı verilmiştir.³⁶

B. SOSYAL MEDYANIN ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİMİ

İlkel yöntemlerle başlayan iletişim insanlığın modernleşmesi ile birlikte kullanılan iletişim araçlarının da modernleşmesini gerekli kılmıştır. Bunun son örneği ise sosyal medya olmuştur. 2003 yılında ortaya çıktığı bilinen sosyal medyanın asıl başlangıcının 1971 yılında iki bilgisayarın birbirine elektronik posta göndermesi ile gerçekleştiği söylenebilir.³⁷ bizim kullandığımız anlamda sosyal medya terimi “Open Daily” isimli blog sayfası ile 1988’li yıllarda başlamıştır. 1990’lara gelindiğinde internet dünya çapında kullanılıyor olsa da daha çok akademik merkezli çalışmalar yapıyordu. Bireysel bir kullanım henüz yoktu. Word wide web’in 1991 yılında doğması ile birlikte internet kullanımı artık akademik ve devlet merkezli kullanımdan çıkarak halk tabanına inmiştir. 1997 yılında kullanılmaya başlayan sixdegrees.com günümüzde yaygın olarak kullanılan sanal paylaşım sitelerinin ilk şeklini oluşturmaktadır. Şu an kullandığımız Facebook gibi bir site olan six degrees sosyal paylaşım sitelerinin en ilkel şeklini kullanıcılarına sunmaktadır. Karşılıklı arkadaş ekleme ve profilde bulunan arkadaşları birbiri ile tanıştırmaktan başka bir kullanım alanı olmaması dört yıl sonra sixdegrees.com’un kapanmasına sebep olmuştur.³⁸

Sixdegrees.com’un kuruluşu ve kapanışına kadar geçen dört yıllık sürede ve kapandıktan sonra Facebook’un ortaya çıkışına kadar pek çok sosyal medya aracı kurulmuştur. Bunlardan birisi de Friendster’dir. Facebook kurulmadan önce 2002 yılında ortaya çıkmış olan Friendster kimilerine göre gerçek anlamda sosyal medyanın ilk şeklini oluşturmaktadır.³⁹

³⁶ Mehmet Emin Babacan, İrfan Haşlak, İsmail Hara, “Sosyal Medya ve Arap Baharı”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, C. VI, S. 2 (2011), s. 69-72.

³⁷“Sosyal Medyanın Tarihi”, <http://badbaz.com/sosyal-medyanin-tarihi/> (17.12.2017).

³⁸ Dağıtmaç, a.g.e., s. 37-39.

³⁹ Murat Hazar, “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S. 32 (2012), s. 155.

C. SOSYAL MEDYANIN ÖZELLİKLERİ

On yılı aşkın bir süredir hayatımızda olan ve kullanım oranı her geçen gün artan sosyal medya artık iletişim amaçlı kullanımın dışına çıkarak merak edilen her türlü şeyin cevabının bulunduğu bir alana dönüşmüştür. Oldukça yüksek kullanım oranına sahip olan bu sanal ortamların özellikleri bizim için önem arz etmektedir.

Sosyal medyanın en önemli özelliği paylaşılan içeriklerin yani fotoğraf, video veya yazıların kullanıcılar tarafından oluşturulup paylaşılıyor olmasıdır. Yani sanal ortam üzerinde her kullanıcı içeriğini kendisi oluşturmaktadır. Bu ise web 2.0 teknolojisinin sağladığı bir yeniliktir. Bu sayede kullanıcılar web 1.0'in pasif yapısından kurtularak hem alıcının hem de kaynağın aktif rol oynadığı yeni bir sistem ile tanışmışlardır. Kaynak ve alıcının bir arada bulunmasının gerekmediği bu sistemde zaman ve mekân kavramı sosyal medyada etkisiz kılınmıştır. Bu paylaşımlar kalıcılık özelliği gösterdiğinden dolayı içerikler başka kullanıcılar tarafından istenildiği zaman rahatlıkla görüntülenebilmektedir.⁴⁰

Sosyal medya ulaştığı geniş kitleler ile anında sonuç elde etmeyi sağlar. Örneğin ABD başkanlığı zamanında Barack Obama siyasi kampanyalarını Facebook ve Twitter üzerinden yürütmüş ve milyonlarca insanı etkileyerek peşinden sürüklemiştir. Ülkemizde de cumhurbaşkanlığı döneminde Abdullah Gül Twitter hesabını aktif kullanarak sosyal medyanın avantajlarından faydalanmıştır.⁴¹

Sosyal medya bize günlük hayatta sağlayamadığımız iletişim ortamını sunmaktadır. Sosyal medya vasıtası ile oluşturulan bir profilde kullanıcılar kolaylıkla oldukları değil, olmak istedikleri hayali kimliği yaratma fırsatı bulurlar.⁴²

Sosyal medya hem alıcı hem de kaynak merkezli olduğu için gerektiğinde her iki tarafın da paylaşımlara müdahale etme yetkisi vardır. Yani sosyal medya tek taraflı bir iletişim ortamı gibi gözükse de aslında çok yönlü bir ortamdır.⁴³

⁴⁰ Taşkiran, a.g.e., s. 11-14.

⁴¹ Çağlar, a.g.e., s. 51.

⁴² Nagihan Tufan Yeniçikti, *Sosyal Medya Facebook ve Twitter Motivasyonları*, Konya: Literatürk Academia, 2017, s. 115-116.

⁴³ Özutku, a.g.e., s. 83.

Sosyal medyanın en önemli özelliklerinden birisi de ekonomik oluşudur. Gerekli internet bağlantısı sağlandığı takdirde ücretsiz bir şekilde sanal ortama dâhil olunmaktadır. Bu sayede sosyal medya geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmıştır.⁴⁴ Kısaca genel özelliklerini ortaya koymaya çalıştığımız sosyal medya olumlu yanlarının yanında olumsuz özelliklere de sahiptir. İlk ortaya çıkışı eskilere atfedilse de yaygın olarak kullanılmaya başlanması yakın bir geçmişe dayanan sosyal medya tüm dezavantajlarının biliniyor olmasına rağmen milyonlarca insanı peşinden sürüklemekte, yaş ve cinsiyet farkı gözetmeden ciddi bir kullanım oranı ile güncelliğini korumaktadır.

D. SOSYAL MEDYANIN GELENEKSEL MEDYADAN FARKI

Sosyal medyanın geleneksel medyanın önüne geçmesinde sahip olduğu bazı özellikler etkili olmuştur. Bundan dolayı hem geleneksel medya olarak isimlendirilen klasik medyanın özelliklerini hem de sosyal medyanın özelliklerini ele almamız gerekmektedir.

Sosyal medyanın geleneksel medyadan farkı şu beş kavram ile açıklanmaktadır: Erişim, erişebilirlik, kullanılabilirlik, kalıcılık ve yenilik. Geleneksel medya ve sosyal medyanın her ikisi de geniş kitleler üzerinde etkili olmak isterken geniş kitlelere ulaşmayı başarabilen sosyal medya olmuştur. Kullanılabilirlik açısından bakıldığında sosyal medyayı kullanmak için özel bir eğitim almaya gerek yokken geleneksel medyada haber sunuculuğu yapmak veya köşe yazarlığı yapabilmek belli bir eğitim sürecinden geçmeyi gerektirmektedir. Bunun dışında geleneksel medya kalıcıdır. Örneğin bir haber basıma çıktığında haberin düzeltilmesi ancak bir gün sonra basıma çıkacak yeni haber ile mümkündür. Oysaki sosyal medyada haberler anlıktır. Birkaç saniye içinde paylaşılan yeni bir haber ile önceki haber geçerliliğini yitirmektedir.⁴⁵

Sosyal medyanın kolay taşınabilir olması onu geleneksel medyadan ayırmaktadır. Bu durum aynı zamanda sosyal medyanın zaman ve mekân farkı gözetmediğini de göstermektedir. Sosyal medyada kullanıcı istediği zaman aktif konuma geçip olayları ve gelişmeleri takip edebilirken geleneksel medyada bu imkânlar kısıtlıdır. Sosyal medya kota uygulamasını gerekli kılmaz. Yani sosyal medya

⁴⁴ Özutku, a.g.e., s. 83.

⁴⁵ Z. Beril Akıncı Vural, Mikail Bat, "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", *Journal of Yaşar University*, C. V, S. 20 (2010), s. 3352.

kullanıcısı istediği sayıda paylaşımda bulunabilir ve çift taraflı iletişim sağlayabilir. Geleneksel medyada ise örneğin gazete ve dergi için sayfa ve kelime sınırlaması var olup bu sayının dışına çıkılamazken benzer şekilde radyo ve televizyon için belli bir yayın saati bulunmaktadır.⁴⁶

Bir başka tasnifte ise sosyal medyanın geleneksel medyadan farkı iki önemli kavramla belirtilmiştir: Dijitalleşme ve etkileşim. Dijitalleşme dediğimiz ses, yazı ve görüntünün her an elimizin altında olan telefon, bilgisayar gibi teknolojik aletlere geçişidir.⁴⁷ Etkileşim ise kaynak ve alıcının birbirine göre konumunu ifade eder. Yani etkileşim dediğimiz şey klasik tâbir ile “kaynağın alıcı, alıcının kaynak olduğu” çift taraflı iletişimdir.⁴⁸

Sosyal medyada alıcı konumundaki kişi, haberi paylaşan kaynak ile direk iletişime geçebilmekte, paylaşılan bir gönderiye yorum yapabilmekte hatta kendisi bunu tekrar paylaşabilmektedir. Ancak geleneksel medyada yazar ile direk iletişim söz konusu değildir. Sosyal medya üzerinden yapılan bir paylaşım anında binlerce kişiye ulaşılarak anlık tepki oluşturulabilir. Tekrar tekrar paylaşılarak gündemde uzun süre tutulabilir. Hashtag ile trend topic haline getirilebilir. Ancak geleneksel medya üzerinde bir haberin etkisi bu kadar hızlı yayılmaz ve gündemde uzun süre tutulamaz. Sosyal medya üzerinden herkes dilediğini dilediği şekilde paylaşmakta özgürken geleneksel medyada çeşitli ritüeller vardır ve onlar aşılabilir. Bir yazı yayınlamak istendiğinde bazı unsurları taşıması gerekmektedir. Bu unsurlar tamamlanmadığında o içeriklerin paylaşılmasına izin verilmez. Oysaki sosyal medyada içerik paylaşımı için bir sınırlama söz konusu değildir. Siyasi içerikli bir paylaşım yapılabildiği gibi, bireysel bir paylaşım da yapılabilir. Sosyal medyada yapılan bu paylaşımların tekrar geriye dönülüp bulunması kolayken geleneksel medyada bu daha zordur.⁴⁹

Sosyal medya pek çok açıdan hayatımızı kolaylaştırır da geleneksel medya da hâlâ hayatımızda önemli bir yer tutmakta ve kendisini geliştirmektedir. Bir zamanlar siyah beyaz televizyonlar kullanırken zamanla televizyonlar renklenmiş, tüplü

⁴⁶ Yeniçıktı, a.g.e., s. 126.

⁴⁷ Kara, a.g.e. s. 14.

⁴⁸ a.g.e., s. 24-25.

⁴⁹ Ümit Sanlav, *Sosyal Medya Savaşları*, İstanbul: Hayat Yayınları, 2014, s. 39-42.

televizyonlarımızın yerini birkaç santimlik televizyonlar almıştır. Şeklen geleneksel medya gelişse de yukarıda da açıklamaya çalıştığımız gibi geleneksel medyanın temel özelliklerinde bir değişiklik olmamıştır. Sosyal medya hayatımıza gireli on iki yıl kadar kısa bir süre olmasına rağmen kullanım oranı ve yaygınlığı açısından geleneksel medyayı geçmiş durumdadır. Her yaş grubunu etkisi altına alan sosyal medyanın Web 3.0 teknolojisi ile hayatımıza başka ne tür yenilikler getireceği ileride daha iyi görülecektir.

E. SOSYAL MEDYA ARAÇLARI

Sosyal medya denilince herkesin aklına gelen belli başlı temel sosyal medya uygulamaları vardır. Bunlar günümüzde yaygın olarak kullanılan Facebook, Twitter, Instagram gibi ağlardır. Ancak sosyal medya dünyası sadece bu ağlardan ibaret değildir. Biz bu bölümde sosyal medya araçlarından sosyal ağlar, bloglar, mikrobloglar, wikiler, video paylaşım araçları ve fotoğraf paylaşım araçlarının genel özelliklerine değindikten sonra her birinde yaygın şekilde işlerlik kazanmış olan ağları ele alacağız.

“Sosyal medya”, “sosyal ağlar”, “sosyal paylaşım ağları” ve “sosyal ağ siteleri” kavramları çokça karıştırılan kavramlardır. Sosyal ağlar başlığı altında sosyal paylaşım ağları ve sosyal ağ sitelerine değineceğimiz için kapsama alanları farklı olsa da birbiri yerine kullanılan sosyal medya ve sosyal ağların farklarını ele almak yerinde olacaktır. Sosyal medyada paylaşılan bir gönderi herkese ulaşırken sosyal ağlarda bu durum ağa dâhil olan kişilerle sınırlıdır. Yani sosyal medya daha geniş kapsamlıdır. Sosyal ağlarda yapılan bir yorumun takibi daha kolay sağlanırken sosyal medyada durum böyle değildir. Sosyal medyanın sınırsız olma özelliği de eklendiğinde sosyal medyaya nazaran sosyal ağlarda karşılıklı iletişim ortamı daha kolay olduğu söylenebilir.⁵⁰

1. Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar, sosyal medya dünyası içerisinde kendisine yer edinmiş olan dijital birer sosyal medya araçlarıdır. Sosyal ağ bağlantısı bilgisayar aracılığı ile her gün kullandığımız sanal ortamlar üzerinde gerçekleşebileceği gibi geleneksel yöntemlerle de sosyal ağın bir parçası olunabilir. Her insan dünyaya geldikten sonra kendisini aile fertlerinden oluşan bir ağın içerisinde bulur. Bu ağ bireyin büyümesi ile birlikte

⁵⁰ Enderhan Karakoç, Onur Taydaş, “Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı”, “*Sosyalleşen Birey*” *Sosyal Medya Araştırmaları I*, ed. Ali Büyükaşlan, Ali Murat Kırık, 2.b., Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 2017, s. 213-214.

genişlemektedir. Okul ve çalışma hayatı ile birlikte iletişim kurulan insan sayısı artmaktadır. Günlük hayatta çevremizdeki insanlara verdiğimiz selam veya göz temasında bulunma hayatın akışı içerisinde her birimizin sosyal bir ağa dâhil olduğunun göstergesidir. Bu şekilde fiziksel olarak gerçekleştirdiğimiz bağlantılar yanında bilgisayar yardımı ile sanal olarak gerçekleştirilen ağ bağlantıları da vardır. Her ne şekilde gerçekleşirse gerçekleşsin bir ağı değerli kılan o ağ üzerindeki kişi sayısı, yani bağlantının çokluğudur.⁵¹

Sosyal ağların ilk örneği daha önce ifade ettiğimiz gibi sixdegrees.com'dur. Sosyal ağların temeli sayılan bu site ismini 1960 yılında yapılan bir deneyden almaktadır. Yapılan deney birbirinden uzak iki kişi arasında iletişim kurulabilmesi için kaç aşamanın geçilmesi gerektiğini tespit etmeye yönelik olup six degrees isimlendirmesinden de anlaşıldığı gibi bunun altı aşamada gerçekleştiği görülmüştür.⁵² Böylece insanların günlük hayatta sağladığı iletişim sosyal ağ bağlantıları ile sanal ortama taşınmıştır.⁵³

“Sosyal ağ”; “sosyal paylaşım ağı” ve “sosyal ağ siteleri” kavramları yerine de kullanılabilen bir kavramdır. Sosyal ağlar vasıtası ile çevremizde bulunan arkadaşlarımız ile iletişime geçebilir, yeni arkadaşlar edinebiliriz. Yapılması gereken tek şey bir profile sahip olmaktır. Böylece kişi sanal ağlar üzerinde varlık kazanır ve bu sayede istediği içeriği paylaşabilir, yorum yapabilir ya da pasif bir şekilde varlığını sürdürebilir. Oluşturulan bu profildeki bilgilerin ne oranda başkaları ile paylaşılacağı ise kullanıcıların kendi tercihleri doğrultusunda değişmektedir.⁵⁴

Sosyal ağların yeni kişiler ile tanışma imkânı vermesi ve anlık iletişim sağlayabilmesi fiziksel bir iletişim ortamı gerektirmediğinden dolayı kişilerin sosyal ağlar üzerinde daha rahat hareket ettikleri görülmektedir. Karşı cins ile yüz yüze

⁵¹ Kara, a.g.e., s. 44-48.

⁵² Ögür Köseoğlu, “Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, C. VII, S. 2 (2012), s. 61.

⁵³ İlhan Korkmaz, “Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek”, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 5 (Ekim 2012 - Mart 2013), s.108-109.

⁵⁴ “Sosyal Paylaşım Sitelerinin Tanımları”, <http://www.socialmediatr.com/blog/sosyal-paylasim-sitelerinin-tanimi/> (29.12.2017).

iletişimde sıkıntı yaşayan kişilerin sosyal ağlar üzerinden kurulan iletişimde daha rahat davrandıkları bilinmektedir.⁵⁵

Sosyal ağlar içerisinde LinkedIn gibi iş hayatına dair tecrübelerin yer aldığı uygulamalar yanında bulunduğumuz yeri belirterek gezilecek yerler hakkında bilgi alabildiğimiz, fotoğraf paylaşabildiğimiz bir uygulama olan Foursquare⁵⁶ gibi ağlar da bulunmaktadır. Bu uygulamalar yanında gerek ülkemizde gerek dünya çapında en geniş kullanım alanına sahip olan sosyal ağ Facebook'tur. Bu sosyal ağlara üye olmada hiçbir zorluk yaşanmaması sosyal ağların hızla yayılmasına imkân tanımıştır.⁵⁷

Facebook:

Hayatımızın merkezinde yer alan ve en özel bilgilerin rahatlıkla paylaşılabilirdiği Facebook 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Harvard'ta okuyan öğrenciler için oluşturulmuş olan bu sosyal ağın fikir babası aslında Winklevoss ikiz kardeşleridir. Connect U isimli bir sosyal ağ oluşturmak isteyen ikiz kardeşler teknik yardım için Zuckerberg ile anlaşmış olsalar da 4 Şubat 2004'te Mark Zuckenberg ikiz kardeşlerden önce davranarak "thefacebook.com"u Harvardlıların kullanımına sunar.⁵⁸

Site, 2005 yılında isminin başındaki the atılarak Facebook ismini almıştır. Başlangıçta sadece Harvard için kurulan bu ağ zamanla diğer üniversitelere de yayılmış ve 2005 yılı itibari ile Facebook Harvard Üniversitesi'ndeki sınırlarını oldukça aşmıştır. 2006 yılında ise 13 yaş sınırı kaldırılan Facebook dünya çapında bir ağ haline gelmiştir.⁵⁹

2017 istatistiklerine göre Facebook kullanan 2 milyar kişinin 1.280 milyonunun günlük etkin Facebook kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir. Aylık etkin kullanıcı sayısının ise 940 milyon olduğu belirtilmiştir.⁶⁰ Dünya nüfusu düşünüldüğünde Facebook oldukça yüksek bir kullanım oranına sahiptir. Ancak bu hesapların ne

⁵⁵ Gökhan Taneri, "Sosyal Medyada Paylaşım Sorumluluğu", *Türkiye Adalet Akademi Dergisi*, S. 24, 2016, s. 434-435.

⁵⁶ Altay Bilgin, "Foursquare Nedir? Ne İşe Yarar? Nasıl Kullanılır?", <http://altaybilgin.blogspot.com.tr/2014/12/foursquare-nedir-ne-ise-yarar-nasl.html>, 30.12.2017.

⁵⁷ Habibe Akçay, "Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S. 33 (2011), s. 143.

⁵⁸ Sanlav, a.g.e., s.58.

⁵⁹ Salih Tiryaki, *Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı*, Konya: Literatürk Academia, 2015, s. 119.

⁶⁰ <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/> (31.12.2017).

kadarının gerçek kullanıcılara ait olduğu tartışmalıdır. Bu konuda yapılan araştırmalar Facebook kullanıcılarının %13'ünün sahte hesap kullandığını göstermektedir. Bu durumda 2 milyar kullanıcı üzerinden hesaplandığında, 270 milyon hesabın sahte olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır.⁶¹ Bu durum ise beraberinde güven sorununu getirmektedir. Nitekim Facebook kullanmayan öğrenciler üzerinde yapılan bir araştırmada Facebook'un güvensizlik sorunu bir kısım öğrenciyi Facebook kullanmamaya itmiştir. Bunun dışındaki sebepler ise vakit kaybı olarak görülmesi, kişiyi gerçek hayatta sosyal bir birey olmaktan uzaklaştırması, bağımlılığa sebep olması gibi faktörlerdir. Yapılan araştırmalar ve bunların sonuçlarından hareketle Facebook kullanmayan belli bir kesimin pek çok kullanıcının aksine Facebook'u bir ihtiyaç olarak görmedikleri söylenebilir.⁶²

2. Blog

Blog kelimesi İngilizce ağ anlamına gelen “web” ve günlük anlamına gelen “log” kelimelerinin birleşiminden meydana gelen “weblog” kelimesinden türemiş ve zamanla blog halini almıştır. Bu platform üzerinde yazı yazan, görsel içerik paylaşan kişilere “blogger” denilmektedir. İnternet bağlantısı sağlandığı takdirde her bir blogger için içerik paylaşımı ücretsizdir. Yapılması gerekense diğer medya araçlarında olduğu gibi bir profile sahip olmaktır. Bu profil sayesinde okuyucu blogları takip edebilir, yorum yapabilir. Bu sistemde paylaşılan içerikler kronolojik olarak gözükür ve blogger silmedikçe bunlar sayfada saklanır.⁶³

İlk blog Dave Winder tarafından yazılmıştır. İlk tanımlanması 1997 yılında Jorn Barger tarafından gerçekleştirilen webloglar⁶⁴ bize modernleşen dünya ile birlikte önceleri deftere yazılan günlüklerin günümüzde internet ortamına taşındığını göstermektedir.⁶⁵ Sanal ortamda dolaşırken pek çok blog sayfası ile karşılaşmaktadır. Bunun nedeni blog kullanımının diğer birçok sosyal medya aracında olduğu gibi herhangi bir maliyet gerektirmemesidir. Bundan dolayı herhangi bir konuda fikrini

⁶¹ “Facebook Fake Profil Sayısını Açıkladı!”, <https://shiftdelete.net/facebook-fake-profil-sayisini-acikladi> (31.12.2017).

⁶² Zeynep Turan, Yüksel Göktaş, “Çevrimiçi Sosyal Ağlar: Öğrenciler Neden Facebook Kullanmıyor?”, *5. International Computer & Instructional Technologies Symposium*, ed. Zülfü Genç, Eleziğ: Fırat Üniversitesi, 2012, s. 194-195.

⁶³ Canan Akyol, *Sosyal Ağlar*, ed. Ayfer Alper, Ankara: Pelikan Yayınları, 2012, s. 83-84.

⁶⁴ Yeniçikti, a.g.e., s. 134-135.

⁶⁵ Necmi Emel Dilmen, “Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri – Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları”, *Marmara İletişim Dergisi*, S. 12 (2007), s. 113-114.

beyan etmek isteyen veya yazmayı seven pek çok insan kişisel web sayfası kullanmayı tercih etmiştir.

3. Mikroblog

Mikrobloglar, blogların benzeri özellikte olup kişilerin içerik paylaşmasına imkân tanıyan ağlardır. Bloglardan farklı olarak 140 karakter ile sınırlanmıştır. Yani bloglara nazaran içeriklerinin daha kısa ve öz olduğunu söyleyebiliriz. İnternet teknolojisinin telefonlarımıza girmesi ile birlikte mikroblog kullanımında da ciddi bir artış gözlenmiştir.⁶⁶

Tumblogs web günlüklerinin ilk örneği kabul edilir. Ancak mikrobloglar asıl popüleritesini 2006 yılında Twitter ile kazanmıştır. Böylece Twitter sosyal medya dünyası içerisinde en çok kullanıcıya sahip olan ağların başında gelmektedir.⁶⁷

Twitter:

Açılış sayfasında “Neler oluyor?” şeklindeki bir soru ile kullanıcılarını karşılayan ve sorusunun cevabını en fazla 140 karakter ile alan bir mikroblogtur. Twitter 140 karakter özelliği ile tanıtılsa da bu özellik Twitter’ın karakter sayısının 140’tan 280 karaktere çıkarılmasıyla değişmiştir. Bunun ilk uygulaması 2017 yılı Ekim ayının son günlerinde 280 karakterle atılan bir tweet ile yapılarak, Twitter’ın kurucularından Jack Dorsey tarafından duyurulmuştur. Henüz herkese açık olmayan 280 karakter uygulaması yakında herkesi kapsayacak şekilde uygulamaya konulacaktır.⁶⁸

Facebook’tan sonra en fazla kullanım oranına sahip olan bu ağ aylık 313 milyon kullanıcıya sahiptir. Günlük atılan tweet sayısı ise 500 milyonu bulmaktadır.⁶⁹ Siyasilerin de sıkı bir Twitter kullanıcısı oldukları bilinmektedir. Erdoğan’ın 12 milyonun üzerinde takipçisi olduğu, eski cumhurbaşkanı Abdullah Gül’ün ise yaklaşık 9 milyon takipçisi olduğu görülmektedir. ABD başkanı Trump’ın ise 45 milyon takipçi ile etkin bir Twitter kullanıcısı olduğunu söyleyebiliriz.

⁶⁶ Taşkıran, a.g.e., s. 25-26.

⁶⁷ Özutku, a.g.e., s.127.

⁶⁸ “140 Karakter sınırı kalktı!”, <http://www.mynet.com/haber/teknoloji/140-karakter-siniri-kalkti-3286798-1> (31.12.2017).

⁶⁹ <https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/> (31.12.2017).

2006 yılında Jack Dorsey tarafından kurulan Twitter, kullanıcıları tarafından belli amaçlar doğrultusunda kullanılmaktadır. Bu amaçlar dört maddede özetlenebilmektedir: Bağlantı kurmak, kayıt düşmek, bağlantıda kalmak ve paylaşmak.⁷⁰

Twitterın kendine has kullanım şekli ve kavramları vardır. Tweet, retweet, DM, hashtag, Trend Topic (TT) bir Twitter kullanıcısının duymaya alışık olduğu kavramlardır.⁷¹ Kullanım şekli bakımından Facebook'tan farklılık gösteren Twitter, Facebook'ta olduğu gibi arkadaş ekleme değil kullanıcı takibi sistemine dayalı olarak çalışmaktadır. Twitter'da takipçileri ve takip edilenleri gizleme seçeneği bulunmamaktadır.

4. Wiki

Birden fazla yazarın aynı konu üzerinde çalışıp içerik ürettiği sayfalardır. Bunun bilinen en güzel örneği Wikipedia'dır. Kullanıcıların online ansiklopedi olarak kullandığı, bilgiye kısa ve öz bir şekilde ulaşma imkânı sağlayan ve üye olmaya gerek kalmadan internet bağlantısı ile kolaylıkla ulaşılabilen bir sitedir. Wikipedia başlangıçta İngilizce olarak açılrsa da sonrasında dil seçenekleri çoğaltılmıştır. 2001 yılında kullanıma geçen Wikipedia Türkçe olarak "Vikipedi" şeklinde isimlendirilmiş ve sistemde kayıtlı 257 bin civarında madde ile kullanıcılarına hizmet vermektedir.⁷²

5. İçerik Paylaşım Siteleri

Sosyal medyada kullanıcıların aktif rol oynadığı medya araçlarından birisi de içerik paylaşım siteleri olarak isimlendirilen fotoğraf, video ve PowerPoint sunularının paylaşıldığı sitelerdir.⁷³ Biz bu içerik paylaşım siteleri arasındaki video paylaşım araçlarından sadece Youtube'u ve fotoğraf paylaşım araçlarından Instagram'ı ele alacağız.

a. Instagram

2010 yılında kullanılmaya başlanan Instagram, başlangıçta sadece iphone için tasarlanmış bir program iken 2012 yılında IOS yanında Android desteği de sağlanmıştır.

⁷⁰ Tiryaki, a.g.e., s. 123-124.

⁷¹ Özutku, a.g.e., s. 128-129.

⁷² Taşkiran, a.g.e., s. 21-22.

⁷³ Çağlar, a.g.e., s.60.

2013 yılına gelindiğinde ise Windows ile uyumlu bir program haline getirilmiştir. Instagram fotoğraf çekip paylaşmaya yönelik bir program olarak bilinse de bu tanım eksik kalmaktadır. Nitekim fotoğraf paylaşımı yanında video paylaşımı yapılabilen, çeşitli filtreler uygulanabilen bunun yanında kişileri etiketleme özelliği de bulunan bir sosyal medya aracıdır.⁷⁴

Instagram, kullanıcı sayısı bakımından hızla büyüyen bir ağıdır. 2017 yılı Nisan ayında yapılan açıklamaya göre aktif kullanıcı sayısı 700 milyon olarak belirlenmiştir. 2017 yılı Eylül ayında ise bu sayı 800 milyona çıkmıştır. Günlük kullanıcı sayısı ise 500 milyon olarak açıklanan Instagram muhtemelen bu artış oranı ile geleceğin yeni pazarı haline gelecektir.⁷⁵

b. Youtube

2005 yılında Chad Hurley, Steve Chen, Jawed Karim tarafından kurulan ve bir milyonu aşkın kullanıcısı bulunan Youtube üye olarak kullanılabilceği gibi üye olmadan da kullanılabilen bir sosyal medya aracıdır.⁷⁶

Youtube kullanıcılarına sadece video izleme özelliği sunmakla kalmayıp bunun yanında video oluşturup paylaşma, daha önceden yüklenmiş olan videolar arasından arama yaparak istenen içerikteki videoya ulaşma imkânı da sağlamaktadır. Youtube üzerinden arama yapıldığı zaman kullanıcıların karşısına videonun altında kategorilere göre ayrılmış başka videolar da çıkmaktadır. Bu özellik bize benzer videolar üzerinden aranan diğer içeriklere kolay bir şekilde ulaşma imkânı sağlamaktadır.⁷⁷

F. TÜRKİYE'DE VE DÜNYADA SOSYAL MEDYA KULLANIMI

İnternet kullanımının hızla yayılması ile birlikte sosyal medya kullanımının da bu hızda arttığı görülmektedir. İnternet 1990'lı yılların başında yavaş yavaş kullanılmaya başlanmış, kullanıcılar bu yeni ortama adapte olmaya çalışmışlardır. Oransal açıdan bakıldığında 1995 yılında internet kullanıcı sayısı dünya nüfusunun

⁷⁴ Alev Aslan, Derya Gül Ünlü, "Instagram Fenomenleri ve Reklam İlişkisi: Instagram Fenomenlerinin Gözünden Bir Değerlendirme", *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, C. III, S.2 (2016), s. 48-49.

⁷⁵ Ekin Erdal, "Instagram'ın Aylık Kullanıcı Sayısı 800 Milyona Erişti", <http://www.webtekno.com/instagram-in-aylik-aktif-kullanici-sayisi-800-milyon-a-eristi-h34097.html>, (01.01.2018).

⁷⁶ Elif Toprak, Esra Pınar Uça Güneş, "Sosyal Ağlar", *Temel Bilgi Teknolojileri - I*, ed. T. Volkan Yüzer, M. Recep Okur, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2015, s. 153.

⁷⁷ Akyol, a.g.e., s. 107-110.

%1'ini oluştururken aradan geçen beş yılda bu oran ancak %7'ye ulaşabilmiştir. Günümüzde ise internet kullanıcılarının sayısı toplam nüfusun yarısını oluşturmaktadır. Araştırmacılara göre bu oran 2020 yılında toplam nüfusun %60'ına denk düşecektir.⁷⁸

2017 yılında *We Are Social* tarafından hazırlanan “Digital in 2017 Global Overview” raporunda dünya nüfusu 7.476 milyar olarak tespit edilmiştir. Bu nüfusun 3.773 milyarı internet kullanıcısı iken 2.789 milyarı aktif birer sosyal medya kullanıcısıdır. Sosyal medya kullanan bu kişilerin 2.549 milyarı aktif mobil sosyal medya kullanıcısı olarak tespit edilmiştir. Bu durumda dünya nüfusunun yarısı internet kullanıcısı iken %37'sinin aktif birer sosyal medya kullanıcısı olduğunu göstermektedir. 2016 yılına kıyaslandığında ise sosyal medya kullanımında %20'lik bir artış görülmüştür. Bu artışta sosyal medya platformu olan Facebook'un önemli bir katkısı bulunmaktadır. 2 milyarın üzerinde kullanıcıya sahip olan Facebook 2016 yılına kıyasla %24'lük bir büyüme göstermiştir. Bu artışta Çin, Hindistan, Endonezya, ABD ve Brezilya gibi ülkeler ise %20'lik artışın yarısını oluşturmaktadır.⁷⁹

Ülkelerin sosyal medyaya girişleri incelendiğinde %99 ile Birleşik Arap Emirlikleri ilk sırada, %83 ile Güney Kore ikinci sırada ve %77'lik oranla Singapur üçüncü sırada gelmektedir. Türkiye ise %60'lık oran ile 12. sırada yer almaktadır. Nijerya'nın ise %10'luk bir oranla listenin en sonunda yer aldığı görülmektedir. Ülkeler bazında yapılan bu araştırmada sosyal medya üzerinde bir kullanıcının yaklaşık 2 saat 19 dakika harcadığı tespit edilmiştir.⁸⁰

Türkiye'de sosyal medya kullanımına bakıldığında öncelikle ülke nüfusu 80.02 milyon olarak tespit edilmiştir. Bu nüfusun 48 milyonu internet kullanırken yine 48 milyon kişinin aktif birer sosyal medya kullanıcısı olduğu belirlenmiştir. %60'ı (42 milyon) ise aktif mobil sosyal medya kullanıcısıdır. %52'lik kesim ise bağlantılarını mobil teknolojiler üzerinden sağlamaktadır. 2016 yılına kıyasla ülkemizde sosyal medya kullanıcı sayısının 6 milyon arttığı tespit edilmiştir. Kullanıcıların bilgisayar başında geçirdiği zaman 7 saat olarak belirlenirken bu zamanın 3 saati sosyal medya üzerinde geçirildiği saptanmıştır. %57 ile en fazla kullanılan sosyal medya aracı

⁷⁸ <http://www.bik.gov.tr/internet-2020de-dunya-nufusunun-yuzde-60ina-ulasacak/> (01.01.2018).

⁷⁹ <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview> (01.01.2018).

⁸⁰ <https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview> (01.01.2018).

Youtube iken %56 ile onu Facebook takip etmektedir. Devamında ise %45 ile Instagram ve %44 ile Twitter'ın geldiği gör÷lmektedir.⁸¹



⁸¹ <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/> (01.01.2018).

İKİNCİ BÖLÜM

İSLAM HUKUKUNDA İSPAT VASITALARI VE BİLGİ PAYLAŞIMI BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA TASARRUFLARI

I. İSPAT VASITALARI BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA TASARRUFLARI

Sosyal medya, kullanılmaya başlandığı günden bugüne; özgürlük, sınırsızlık, engelsiz olma gibi kavramlarla anılmaktadır. Bu isimlendirme gerek sosyal medya üzerindeki tasarruflarda gerekse sosyal medyaya erişim konusunda benzer şekilde olmuştur. Ancak bu sınırsız ve engelsiz olma durumu tasarruflarda gerçek anlamda bir özgürlük içermemektedir. Nitekim insan yaşadığı toplumda yerine getirdiği tasarruflardan sorumlu tutulmaktadır. Bu durum, sağlıklı bir toplum algısının oluşması için gereklidir. Buradan hareketle diyebiliriz ki her birey tasarrufları bakımından hukuki birer sorumluluğa sahiptir.

İnsanın gerçek hayattaki tasarruflarının hukuki sonuçları olduğu gibi sanal dünyadaki tasarruflarının da hukuki sonuçları vardır. Sosyal medya paylaşımlarına hukuki perspektiften bakıldığında konu belli kavramlar çerçevesinde değerlendirilebilir: Şahitlik, ikrar, karîne ve fikir hürriyeti. Bu bölümde ilk olarak sosyal medya paylaşımları ispat vasıtaları çerçevesinde ele alınacak. Sonrasında ise mesele fikhî bakış açısı ile fikir hürriyeti bakımından değerlendirilecektir.

Sosyal medya paylaşımlarını şahitlik, ikrar, karîne gibi ispat vasıtaları açısından ele almadan önce delil kavramının ne olduğu ve ispat vasıtalarının neler olduğu üzerinde durmamız gerekmektedir.

Delil, “şer-î veya amelî hükme götüren şey”⁸² şeklinde tanımlanmış olup, hâkimin huzurunda bir olayın varlığını veya yokluğunu belirtmek amacıyla kullanılan bir çeşit ispat vasıtasıdır.⁸³ İslam ilim geleneğinde “burhan”, “hüccet” ve “beyyine” kelimelerinin delil kavramı ile benzer anlamlarda kullanıldığı görülmektedir.⁸⁴ Burhan, hüccetin beyanı ve ona açıklık kazandırılmasıdır.⁸⁵ Hüccet ise delil anlamına gelip şahitlerin de imzalı beyanlarının bulunduğu bir çeşit senet veya vesikadır.⁸⁶ Beyyine

⁸² Ali Bardakoğlu, “Delil”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, C. 9, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1994, s. 138.

⁸³ Mehmet Erdoğan, *Fıkıh ve Hukuk Terimleri Sözlüğü*, 4. b., İstanbul: Ensar Yayınları, 2013, s. 97.

⁸⁴ Fahrettin Atar, “Azil”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1991, C. 4, s. 167.

⁸⁵ İbn Manzûr, İbn Manzûr, *Lisânü'l-Arab*, C.XIII, Beyrut: Darus-Sadr, s. 476.

⁸⁶ Erdoğan, a.g.e., s. 206.

kavramı da burhan ve hüccet kelimeleri gibi delil manasında kullanılmıştır.⁸⁷ Ancak bazı kaynaklarda beyyinenin şahitlik olarak isimlendirildiği de görülmektedir.⁸⁸

“İspat” hukuk terminolojisinde dâvanın çözümü hususunda delilleri sunarak hâkimin bir olayın gerçekleştiğine inandırılmasıdır.⁸⁹ Bu delillerin bütünü ise pek çok kavramı içine alarak ispat vasıtalarını oluşturmaktadır. Bu ispat vasıtaları içerisinde şahitlik ve ikrar kuvvet yönünden ilk iki sırada yerini alırken bu iki kavramı kimi hukukçulara göre yemin kimilerine göre ise nükûl takip etmektedir. Yazılı belge, kesin karîne, bilirkişi ve hâkimin şahsi bilgisi ise bunların dışındaki diğer ispat vasıtaları olarak sıralanabilir.⁹⁰

Sosyal medya üzerindeki tasarrufların (paylaşılan fotoğraflar, yazılan içerikler, yapılan yorumlar) her biri sanal ortamda kalmaktadır. Bu içerikler paylaşım yapıldıktan sonra kullanıcılar tarafından silinse dahi bellekte kalıcı olarak saklanmaktadır. Paylaşılan bu içeriklerin herhangi bir durumda delil teşkil edip etmeyeceği sorusu akıllara gelse de bu içeriklerin tek başına delil olarak kabul edilip eyleme geçirilmesi zordur. Bu paylaşımlardan dolayı bir yaptırım gerekiyorsa dahi bu delillerin daha kuvvetli delillerle desteklenmeye ihtiyacı vardır. Nitekim “şek ile yakın zâil olmaz”⁹¹ kaidesi gereğince bir delilin varlığı ortaya konulduktan sonra aksine bir delil ortaya konulmadıkça o delil ile hükmolünmeye devam edilmektedir. Sonradan meydana gelen şüpheler yakînen bilinen bir şeyin değişmesinde etkili olmayacağından dolayı başkalarının hakkını zayi etmemek adına kabul edilen delillerin ispat vasıtaları bakımından uygun olması gerekmektedir.

A. İSLAM HUKUKUNDA İSPAT VASITASI OLARAK ŞAHİTLİK MÜESSESESİ VE SOSYAL MEDYA TASARRUFLARI

1. Şahitliğin Tarifi

Kelime anlamı olarak haber verme manasına gelen “ihbâr”, söylenen bir sözün, alınan bir haberin doğru olma ihtimalini içerdiği gibi yalanlanabilme ihtimalini de

⁸⁷ Ragıb el-İsfahânî, *el-Müfredât fî Garîbi'l-Kur'an*, thk. Safvân Adnân Davûdî, Beyrut: Daru'l Kalem, ed-Daru's-Şamiyye, h. 1412, s. 1^ov.

⁸⁸ Ebü'l-Hasen Alâüddîn Alî b. Halîl et-Trablusî, *Muînü'l-Hükkâm*, Daru'l Fikr, t.y., s. 68.

⁸⁹ Erdoğan, a.g.e., s. 259.

⁹⁰ Ali Bardakoğlu, “İspat”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, C. 22, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2000, s. 492-493.

⁹¹ Mecelle, md. 4.

içermektedir. Haberdeki doğru olma veya yalan olma ihtimali cümle yapısı olarak ihbârî cümleleri inşâî cümlelerden de ayıran bir özelliktir. Çünkü inşâî cümle doğrulama ve yalanlama içermezken ihbarî cümlelerde haber doğrulanma ve yalanlanmaya ihtimallidir.⁹²

İhbâr, ifade ediş şekline göre farklı durumlarda farklı şekillerde isimlendirilmiştir. Bu isimlendirmenin kapsamına giren kelimeler “dâva”, “yargı”, “kazâ”, “şehâdet” gibi kavramlardır.⁹³ *Mecelle*’de dâva “huzur-i hâkimde hakkını talep etme”⁹⁴ şeklinde tanımlanmıştır. İkrâr ise başkasına ait bir hakkın hâkim huzurunda bildirilmesini içermektedir. Hâkim huzurunda bildirilen bu hakkın en önemli özelliği, hakkı bildiren kişinin kendisi üzerinde bulunan bir hak olmasıdır.⁹⁵ Kazâ kavramı ise yargılama hukukunda yaygın olarak kullanılan ve *Mecelle*’de “hüküm ve hâkimlik”⁹⁶ olarak tanımlanmış bir kavramdır. Yani kazâ, mahkemeye sunulan dâvanın neticesi olarak ortaya konulan hükümleri içermektedir.

Görüldüğü gibi örnek olması açısından şehâdet kavramı dışında çok kısa ele almaya çalıştığımız dâva, yargı ve kazâ kelimeleri temelde bir haber verme eylemi içermektedir. Aynı durum şahitlik kavramı için de geçerlidir. Şehâdet kelimesi “müşahede” kökünden gelmektedir. Şahitliğin müşahede ediliyor olması, şahitliğin bizatihi görülerek yerine getirilmesi anlamındadır.⁹⁷ Yani şehâdet, muâyene ve orada hazır bulunma anlamlarını da kapsamaktadır.⁹⁸ Bu durum şahitlik eden kişinin olaya tanıklık etmesini⁹⁹ ve durumu gözlemlemesini de beraberinde getirmektedir. Kur’an-ı Kerim’de de şehâdetin bu anlamlarına işaret eden âyetler bulunmaktadır.¹⁰⁰

Klasik fıkıh kaynaklarına baktığımız zaman şahitliğin benzer şekillerde ele alındığını görüyoruz. Başkasına ait olan hakkın bildirilmesi, haber verilmesi¹⁰¹ veya

⁹² İsmail Durmuş, “İhbâr”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, C. 21, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2000, s. 527.

⁹³ Erdoğan, a.g.e., s. 234.

⁹⁴ *Mecelle*, md. 1613.

⁹⁵ Ferhat Koca, “İkrâr”, *(DİA)*, C. 22, s. 38.

⁹⁶ *Mecelle*, md. 1784.

⁹⁷ Ebû Bekr Şemsü’l-eimme Muhammed b. Ebî Sehl Ahmed es-Serahsî, *el-Mebsût*, C. XVI, Beyrut: Darü’l Ma’rife, 1993, s. 113.

⁹⁸ İbn Manzûr, a.g.e., C. III, s. 239.

⁹⁹ el-İsfahânî, a.g.e., s. 466.

¹⁰⁰ Âl-i İmrân 3/18; Hac 2/28; Bakara 2/185.

¹⁰¹ Alâu’d-Din Ebu Bekr b. Mesud b. Ahmed el-Kâsânî, C. VI, *Bedâiü’s-Sanâî fi Tertibiş-Şerâî*, Dâru’l Kütübü’l İlmiyye, 1986, s. 266.

şehâdet lafzı ile beraber kadının huzurunda bir mecliste doğru olanın haber verilmesi¹⁰² şeklindeki tanımlamalar klasik kaynaklarda karşımıza çıkan ifadelerdir. Tüm bunlarla beraber şahitlik için o mecliste hazır bulunmak da gerekmektedir. Peygamber efendimiz (s.a.v.) “ganimet vakaya şahit olanındır” şeklinde buyururken, harp yerinde hazır olma durumunu kastetmiştir. Aynı durum şahitlik için de gerekli görülmüş ve dâvaya şahitlik edenin o mecliste hazır bulunması istenmiştir.¹⁰³

Mecelle'de şahitlik, “Bir kimsenin diğer kimsede olan hakkını ispat için hâkim huzurunda ve hasmeynin muvacehelerinde şehâdet lafzı ile haber vermesidir”¹⁰⁴ şeklinde tanımlanmıştır. *Mecelle*'deki bu tanımdan hareketle diyebiliriz ki şahitlik üçüncü bir kişinin varlığını zorunlu kılmaktadır¹⁰⁵ ve bu kişinin şahitlikte bulunabilmesi için özel bir lafzın kullanılması gerekmektedir.¹⁰⁶ Şahidin “biliyorum” veya “zannediyorum ki” demesi şahitlik için yeterli görülmemiştir. *Mecelle*'de de belirtildiği üzere “şahitlik ediyorum” şeklinde bir lafız kullanılması gerekmektedir ve bu lafız şahitliğin rüknü olarak kabul edilmektedir.¹⁰⁷ “Şehâdet ediyorum” lafzı dışındaki ifadelerin şahitlik için geçerli sayılabilmesi için hâkimin “biliyorum”, “zannediyorum”, “öyle olmalı” gibi ifadeleri şahide tekrardan onaylatıp, şahitten “şahitlik ediyorum” cevabını almasıyla şahitlik gerçekleşmiş olur.¹⁰⁸

2. Şahitliğin Hukuki Dayanağı ve Önemi

Şahitlik, İslam muhakeme hukukunda ispat vasıtalarından birisi sayılmış ve şahitliğin hukuki dayanağını kitap, sünnet ve icmâ oluşturmuştur.¹⁰⁹ Gerek Kur'an-ı Kerim'de gerekse Peygamber efendimiz (s.a.v.)'in hadislerinde şahitlik konusu ile ilgili olarak pek çok delil bulunmaktadır. Bu delillerden hareketle İslam âlimleri şahitlik bahsi ile alakalı olarak hükümler ortaya koymaya çalışmışlardır.

¹⁰² Kemalüddin Muhammed b. Abdilvâhid b. Abdilhamid es-Sivasi el-İskenderî İbnü'l-Hümâm, C. VII, *Fethi'l Kadîr*, Dâru'l Fikr, t.y., s. 364.

¹⁰³ Ebü'l-Fazl Mecdüddîn Abdullâh b. Mahmûd b. Mevdûd el-Mevsîlî, C. II, *el-İhtiyâr li-ta'lîlî'l-Muhtâr*, Kahire: Matbaatü'l Halebî, 1937, s. 139.

¹⁰⁴ *Mecelle*, md. 1684.

¹⁰⁵ Fahrettin Atar, *İslam Yargılama Hukukunun Esasları*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Vakfı Yayınları, 2013, s. 173.

¹⁰⁶ İbn Hacer el-Heytemî, *Tuhfetü'l-Muhtac fi Şerhi'l Minhâc*, C. X, Mısır: el-Mektebetü't Ticariyyetü'l-Kübra, 1983, s. 211.

¹⁰⁷ Ömer Nasuhi Bilmen, *Hukukî İslâmiyye ve Istılatı Fıkhîyye Kamusu*, C. VIII, İstanbul: Bilmen Yayınevi, t.y., s. 123.

¹⁰⁸ *Mecelle*, md. 1689.

¹⁰⁹ Ebû Muhammed Muvaffakuddîn Abdullâh b. Ahmed b. Muhammed b. Kudâme el-Cemmâilî el-Makdisî, *el-Muğni*, C. X, Mektebetü'l Kahire, 1968, s. 128.

Kur'an-ı Kerim'de zinâ haddi ile ilgili olarak dört şahit istenmiştir.¹¹⁰ Kazf haddi ile ilgili olarak da şahitlik için gerekli sayı ve uygulanacak ceza âyet-i kerimede belirtilmiştir.¹¹¹ Bunun yanında borç verme,¹¹² vasiyet bırakma¹¹³ ve iddet bitimi sonrasında boşanma için gerekli olan şahitlik nisabı¹¹⁴ ilgili âyet-i kerimelerde açıklanmıştır. Şahitlik ile ilgili olarak Kur'an'da geçen zinâ, kazf cezası, borç, vasiyet ve talak ile ilgili âyetler bize şahitliğin gizlenmemesi gerektiğini¹¹⁵ ve şahitlikten kaçınmamak gerektiğini¹¹⁶ göstermektedir. Şahitliğin gerekliliği ile ilgili bu âyetlerin yanında Allah yalancı şahitlikte bulunmayı da yasaklamıştır.¹¹⁷

Peygamber efendimiz (s.a.v.)'in uygulamalarında da şehâdet önemli bir yer tutmaktadır. Peygamber efendimiz (s.a.v.) yalan yere şehâdet etmemek gerektiğini, bunun büyük günah olduğunu belirtmiştir.¹¹⁸ Hz. Peygamber (s.a.v.) kendisine bir haber geldiği zaman bunu hükme bağlamadan önce emin olmak ve kesin hüküm ortaya koyabilmek adına dâvacıdan şahit getirmesini veya dâvalıdan yemin etmesini istemiştir.¹¹⁹ Başka bir hadiste ise zinâ ettiğini söyleyen bir kişiye “ya beyyine getirirsin ya sırtına sopa vurulur” şeklinde buyurarak şahitleri dinledikten sonra zinâ suçuna karar verileceğini, aksi takdirde zinâ iftirası cezasının uygulanacağını belirtmiştir.¹²⁰

İslam hukukunda şahitlik en önemli ispat vasıtalarından biri sayılmıştır. Toplum üzerindeki birliğin sağlanabilmesi, adalet sisteminin sağlıklı işleyebilmesi için şahitlik kurumu gerekli görülmüştür. Yaşanan haksızlıkların giderilmesinde, meydana gelen ihtilâfların çözülmesinde, belirsizliklerin giderilmesinde şahitlik ihtiyaç duyulan ispat vasıtalarından birisi olmuştur.¹²¹

İslam toplumlarında adaleti tesis etmek adına görevli olan hâkimler bulunsa da bunlar toplumun genel ihtiyacını karşılamaya yetmiyordu. Yaşanan hadiselerin çokluğu, hâkimlerin sayısının azlığı ve zamanın kısıtlı oluşu gerekli delilleri toplayıp hakkı zayi

¹¹⁰ Nisâ 4/15

¹¹¹ Nûr 24/4.

¹¹² Bakara 2/282.

¹¹³ Mâide 5/106.

¹¹⁴ Talak 65/2.

¹¹⁵ Bakara 2/283.

¹¹⁶ Bakara 2/282.

¹¹⁷ Furkan 25/72.

¹¹⁸ Buhârî, Şehâdât, 10.

¹¹⁹ Buhârî, Şehâdât, 21.

¹²⁰ Buhârî, Şehâdât, 21.

¹²¹ Nasi Aslan, *İslam Hukukunda Yargılama Etiği ve İlkeleri*, Ankara: Avrasya Yayınları, 2005, s. 91.

etmeden hükme varmayı zorlaştırıyordu. Böylece şahitlik kişilerin haklarının korunması ve adaletin sağlanabilmesi adına yardımcı ispat vasıtalarından birisi olmuştur.¹²² Bu hususta şahitliğin amacına ulaşabilmesi yani adaletin tam anlamı ile sağlanabilmesi ve düzenin tesis edilebilmesi için âyet-i kerimede şahitliğin gizlenmemesi istenmiştir.¹²³

Şahit, şe-ha-de kökünden gelerek şehâdet kelimesinin ismi faili olup şahitlik eden, haber veren kimseye verilen isimdir. Verilen haberin mahiyeti, doğruluğu şahidin kendi iradesi dâhilinde olup şahit, yalan yere şahitlik yapabileceği gibi hakkı ortaya koymak adına hakikati de savunabilir. Ancak özel bir durum olmadığı sürece şahidin aksi yönde şahitlik yapmaması, gerçeği beyan etmesi kuvvetle muhtemeldir.¹²⁴ Kur'an-ı Kerim'de yalan yere şahitlik hususunda "heveslerinize uyup adaletten ayrılmayın"¹²⁵ şeklindeki ifade bize adaleti temin etmek adına tesis edilen şahitlik görevinin, maddi veya manevi menfaatler uğruna kendi çıkarlarını koruyarak veya yakınlarının haklarını gözeterek başkasının hakkını ihlal edersine kullanılmaması gerektiğini hatırlatmaktadır.¹²⁶

3. Şahitlikte Nisap Miktarı

İslam hukukunda şahitlik nisabı ile ilgili olarak belli bir sayı zikretmek zordur. Şahitlerin sayısının asgari miktarı şahitlik yapılacak konunun içeriğine göre değişiklik göstermektedir. Hukuk dâvalarında ve ceza hukuku alanında şahitlik nisabı değişiklik gösterdiği gibi ceza hukuku alanının kendi içerisinde de şahitlik için asgari yeter kişi sayısı değişmektedir. Nitekim *Mecelle*'de "Hukuk-i ibadda şehâdetin nisabı iki er yahud bir er ile iki hatundur"¹²⁷ şeklindeki kaide hukuk dâvalarındaki nisap miktarının iki kişi olduğunu gösterirken had ve ta'zir gerektiren suçlarda ispat için gerekli kişi sayısı bazı dâvalarda dört iken diğerlerinde iki kişi ile sınırlandırılmıştır. Buradan hareketle hukuk literatüründe şahitlik denildiği zaman şahitlik için gerekli olan asgari kişi sayısının dâvanın konusuna göre farklılık arz ettiğini bilmemiz gerekmektedir.

¹²² Kemal Yıldız, *İslam Yargılama Hukukunda Şahitlik*, İstanbul: Hacegan Akademi Kitaplığı, 2005, s. 58-59.

¹²³ Bakara 2/283.

¹²⁴ Atar, a.g.e., s. 175-176.

¹²⁵ Nisâ 4/135.

¹²⁶ Hayreddin Karaman vd., *Kur'an Yolu Türkçe Meâl ve Tefsir*, C. II, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2006, s. 135.

¹²⁷ Mecelle, md. 1685.

Zinâ suçu ile ilgili olan dâvalarda Nisâ sûresi 15. âyette “Kadınlarınızdan zinâ yapanlara karşı içinizden dört şahit getirin” şeklindeki ifade zinâ suçu için gerekli olan şahitlik nisabını bize bildirmektedir. Zinâ suçunu kanıtlayamayan, yani dört şahit getiremeyen kişilere ise seksener sopa vurulması istenmiştir.¹²⁸ Zinâ suçu için gerekli olan şahitlerin kadın mı erkek mi olacağı hususunda ise cumhur ulema ittifak etmiş ve şahitlerin hür ve erkek olması gerektiğini belirtmişlerdir.¹²⁹ İlk dönem uygulamaları ile ilgili olarak İmam Zühri'den gelen rivâyete göre de kadınların had ve kısas dâvalarındaki şehâdeti kabul edilmemiş olup bu durum Peygamber efendimiz (s.a.v.) zamanında ve kendisinden sonra gelen halifelerin uygulamalarında bu şekilde devam etmiştir.¹³⁰

Zinâ suçu cezasının uygulanması için gerekli görülen şahitlik nisabının diğer ceza hukuku konularından farklı olarak sayısının fazla tutulmasının nedeni insanın yanılabilir olması ve gaflete düşmeye meyilli olmasıdır.¹³¹ Buradan hareketle şahitlerin sayısının fazla tutulmasının temelinde insanı koruyup gözetme amacının bulunduğu söylenebilir.

Zinâ suçu dışında kalan had ve kısas gerektiren suçlarda iki erkeğin şahitliği yeterli görülmüştür.¹³² Zinâ suçunda olduğu gibi burada da kadının şahitliği geçerli görülmemiş ve bu durum Bakara sûresi 282. âyetle izah edilmiştir. Âyette borçların yazılması hususunda şahit tutulacağı zaman iki erkek şahit gerektiği, şayet yeter sayı bulunamazsa bir erkek ve iki kadının şahitliğinin de geçerli olacağı belirtilmiştir. Bunun nedeni, âyetin devamında gelen “biri yanılacak olursa diğeri ona açıklasın” şeklindeki ifadedir. Buradan yola çıkarak kadının şahitliğinin erkeğin şahitliğinden daha zayıf olduğu yorumu getirilmiş ve kadının şahitliğinin şüphe içerdiği ifade edilmiştir. Ancak bu şüphe had ve kısas dâvaları için gerekli görülmüştür. Mali konular bu şüpheden istisna edilmiştir.¹³³

¹²⁸ Nûr 24/4.

¹²⁹ İbn Kudâme, a.g.e., C. X, s. 130.

¹³⁰ İbnü'l Hümmâm, a.g.e., C. VII, s. 369.

¹³¹ El-Kâsâni, a.g.e., C. VI, s. 277.

¹³² Ebü'l-Fazl Mecdüddîn Abdullâh b. Mahmûd b. Mevdûd el-Mevsilî, C. I-II, *el-İhtiyâr li-ta'lîli'l-Muhtâr*, Beyrut: Darü'l Marife, 1975, s. 140.

¹³³ İbn Kudâme, a.g.e., C. X, s. 130.

Hukuki dâvalarda iki erkek veya bir erkek ve iki kadının şahitliği caiz görülmüştür. Bu dâvalar ister mali konular olsun ister mali konular olmasın durum böyledir. Bundan dolayı Hanefilere göre nikâh, boşanma, köle azadı, iddet, havale, vakıf, hibe, nesep tespiti gibi hususlarda bir erkek ve iki kadının şahitliği geçerli sayılmıştır. İmam Şâfiî ise kadın ile birlikte erkeğin şahitliğini ancak mal ve mala tâbi konularda kabul edilebileceğini söylemiştir. Çünkü onlara göre kadın olayları kavramakta noksanlık çekmekte ve yönetici olma konusunda eksiklik yaşamaktadır.¹³⁴ Mali konularda kadının şahitliğinin kabul edilmesinin nedeni ise bu türden dâvaların sayıca çokluğudur. Bundan dolayı Şâfiîlere göre mali konularda hakkın sağlanabilmesi adına erkek ile birlikte kadının şahitliği kabul edilmiştir.¹³⁵ Mali konular dışındaki nikâh akdine bakıldığında ise İmam Şâfiî'ye göre mali konular gibi sürekli gündemde olan meselelerle bir tutulamaz.¹³⁶ İmam Şâfiî'nin açıklamalarından anladığımız kadarı ile kadının şahitliği onda bulunan noksanlık sebebi ile aslen kabul edilmemesi gerekirken hayatı kolaylaştırmak adına mali konularda kadının şahitliğinin erkek ile birlikte kabul edilmesi yönünde böyle bir tercih yapılmıştır. Mâlikî ve Hanbelî mezhebinin görüşü de bu yöndedir.¹³⁷

4. Günümüz Hukuku ve İslam Hukuku Açısından Şahitlik

İslam muhakeme hukukunun önemli ispat vasıtalarından biri olan şahitlik kavramı modern hukuk sistemine kıyasla farklılık arz etmektedir. Bu farklılık her iki hukuk sisteminde nelerin delil olarak kabul edileceği noktasında ortaya çıkmaktadır. Ceza muhakemesi hukukunda serbest delil sistemi olarak isimlendirilen “vicdânî delil sistemi” esastır. Yani bu sistemde her şey delil olarak ileri sürülebilmektedir.¹³⁸ Medeni hukukta ise “kesin deliller” ve “takdirî deliller” olmak üzere iki çeşit ispat vasıtası karşımıza çıkmaktadır. İkrar, kesin hüküm, senet ve yemin kesin delillerden sayılırken; tanık, bilirkişi, keşif ve özel hüküm ise takdirî deliller kapsamında ele alınmaktadır. Hâkim takdirî delillerde kesin delillerden farklı olarak takdir yetkisi

¹³⁴ İbnü'l Hümâm, a.g.e., C. VII, s. 370.

¹³⁵ Serahsî, a.g.e., C. XVI, s. 173.

¹³⁶ Şeyhü'l-İslâm Burhanüddin Ebu'l-Hasan Ali b. Ebû Bekir Merginâni, *el-Hidâye Şerhu Bidayeti'l Mübtedi*, thk. Talal Yusuf, C. III, Beyrut: Dâru'l İhya' il Tûrâsi'l Arabi, ty., s. 114.

¹³⁷ Ebû Muhammed Ali b. Ahmed b. Saîd b. Hazm el-Endelüsî el-Kurtubî, C. VIII, *el-Muhallâ Bi'l Âsar*, Beyrut: Dau'l Fikr, t.y., s. 482; İbn Kudâme, a.g.e., C. X, s. 133.

¹³⁸ Cumhuriyet Şahin, Neslihan Göktürk, *Ceza Muhakemesi Hukuku*, C. II, 4.b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015, s. 25.

kullanabilmektedir.¹³⁹ İslam hukukunda ise deliller temelde ilâhî menşelidir. Hâkim, ispat vasıtalarından birini kullanarak hukuki bir çözüm ortaya koyma yetkisine sahiptir. Ancak hâkim yetki bakımından ispat vasıtalarını aşacak herhangi bir tasarrufta bulunamaz.¹⁴⁰

Sosyal medya ekseninde şahitlik kavramını ele aldığımız zaman medeni hukuk sistemi ile İslam hukuku arasındaki işleyiş farklılığı şahitliğin delil olarak kabul edilmesi noktasında da karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medyanın yeni bir alan olması sosyal medya üzerindeki tasarrufların da ayrı ayrı değerlendirmeye tâbi tutulması ve hükme bağlanmasını gerektirmiştir. Böylece gerek günümüz modern hukuk sisteminde gerek İslam hukukunda sosyal medya üzerindeki tasarruflar yeni birer tartışma alanı olarak işlerlik kazanmıştır.

İnceleme alanımız gereğince modern hukuk sisteminden ziyade İslam hukuku alanında sosyal medya üzerinden paylaşılan gönderilerin delil sayılıp sayılmayacağını şahitliğin şartları ve bu ekseninde oluşturulmuş hükümler doğrultusunda değerlendirerek tahammül ve eda aşamasında sosyal medya paylaşımlarının delil olup olmama noktasında nasıl bir konuma sahip olduğunu ortaya koymaya çalışacağız.

Öncelikle “delil” kavramı üzerinde durarak İslam hukukunda delil kavramının nasıl bir kapsama alanına sahip olduğunu ve bu alanda nasıl işlerlik kazandığını belirlememiz gerekmektedir.

5. Şahitliğin Aşamaları

Bakara sûresi 282. âyette geçen “Şahitler çağrıldıkları zaman kaçınmasınlar” emri gereğince şahitlik farz-ı kifaye olarak kabul edilmiştir.¹⁴¹ Farz-ı kifaye olarak kabul edilen şahitliğin gerçekleşmesi ise “tahammül” ve “eda” olmak üzere iki aşamadan meydana gelmektedir. Bu aşamaların her birisi için şahitlik yapacak kişide aranan belli başlı vasıflar ortaya konulmuştur. Bu şartlar yerine getirilmediği takdirde şahidin şahitliği kabul edilmemiştir. Sosyal medya üzerindeki paylaşımların da delil

¹³⁹ Baki Kuru, Ramazan Arslan, Ejder Yılmaz, *Medeni Usul Hukuku*, 24.b., Ankara: Yetkin Yayınları, 2013, s. 363-364.

¹⁴⁰ Yıldız, a.g.e., s. 21.

¹⁴¹ İbn Kudâme, a.g.e., C. X, s. 128.

olarak kabul edilebilmesi için tahammül ve eda aşamasında sıralayacağımız bu şartların yerine gelmesi gerekmektedir.

a. Şahitlikte Tahammül

Tahammül, şahidin “şahitlik edeceği olayı bilmesi” şeklinde ifade edilmektedir.¹⁴² Tahammülün şartları ise şahidin şahitliği üstlenmesi sırasında sahip olması gereken vasıfları içermektedir.

(1) Akıllı olmak

Şahitlik yapacak kişinin tahammül esnasında akıl sağlığının yerinde olması gerekmektedir. Küçüklük ve akıl hastalığı ise bu duruma engeldir. Çünkü şehâdetin bu aşaması anlamak ve anladığını akılda tutabilmeyi gerektirmektedir. Âkıl bâliğ olmamış küçükler ve akıl hastalarının durumu ise buna mânidir.¹⁴³ Nitekim şahitliğin uygulanmasındaki en önemli aşamalardan birisi, şahidin olay hakkında şüpheye yer vermeyecek derecede yeterli bilgiye sahip olmasıdır. Bu bilgi ise ancak akıl vasıtası ile elde edilebilir.¹⁴⁴

(2) Müşâhede

Mecelle'de müşâhede ile ilgili olarak ispat edilecek hadisenin şahitler tarafından bizzat görülmesi gerektiği, birisinden duyarak yapılan şahitliğin geçersiz olacağı yönünde bir kaide bulunmaktadır.¹⁴⁵ Bu durum, şahitlik esnasında şahidin bizatihi hazır bulunmasını ve olayı müşâhede etmesini gerekli kılmaktadır.

Şahidin “meşhûdun bih”i bizzat kendisinin görmesi (muâyene etmesi) gerektiği yönündeki *Mecelle* kaidesi (md. 1686) kabul görüp benimsense de, şahitliğin sadece görme ile gerçekleşip gerçekleşmeyeceği hususunda mezhepler arasında farklılıklar vardır. *Mecelle*'de de ifade edildiği üzere (md. 1686) Hanefiler müşahedenin yalnız görmek ile olduğunu kabul ederken diğer mezheplerde bu konu ile ilgili olarak farklı görüşler bulunmaktadır. Şâfiî mezhebiyle ilgili olarak klasik kaynaklarda iki farklı görüş karşımıza çıkmıştır. Birincisi İmam Şâfiî'nin görmeyi tahammül ve eda

¹⁴² Yunus Apaydın, “Şahit”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, C. 38, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2010, s. 279.

¹⁴³ Kâsânî, a.g.e., C. VI, s. 266.

¹⁴⁴ Trablusî, a.g.e., s. 68.

¹⁴⁵ *Mecelle*, md. 1688.

aşamasında sıhhat şartı olarak kabul etmediği yönündeki görüştür. Şâfiî'ye göre âmâ olan bir kişinin iyi duyuyor olması tahammül şartı için yeterlidir. Bu görüşe göre meşhudun bih hakkında bilgi sahibi olma sema yolu ile de gerçekleşebilir.¹⁴⁶ Aslen âmânın şehâdeti kabul edilmezken söylenen söze binaen hâkimin karşısında şahitlikte bulunabiliyorsa, şehâdetinin geçerli olacağına hükmedilmiştir.¹⁴⁷ İkincisi ise Ebu Yusuf'un da aynı görüşü paylaştığı şahidin olayı müşahede ettiği esnada gözleri görüyorsa şahitliğinin geçerli sayılması gerektiği yönündeki görüştür. Bu görüşe göre bilgi ancak görme ile hâsıl olabilir.¹⁴⁸ Hanbelî mezhebi ise âmânın şehâdetinin geçerli olduğunu belirtmiştir. Fakat âmâ olan kişi ancak kesin olarak bildiği ses üzerine şahitlik yapabilir.¹⁴⁹ Aynı şekilde Mâlikî mezhebi de âmânın şehâdetini geçerli saymıştır.¹⁵⁰

Müşahede şahitlik için gerekli görülse de müşahedenin mahiyeti hususunda mezhepler arasında görüş ayrılıkları ortaya çıkmıştır. Bizzat gözle görmenin müşahede sayılmasının yanı sıra Hanbelî ve Mâlikî mezhebinde âmânın duymaya dayalı şahitliği de kabul edilmiştir. Mezheplerin müşahede konusunda ortaya koyduğu şartlara bakıldığında asıl olan kişinin bizzat kendi duyu organları ile idrak ettiği olay üzerine şahitlik etmesidir. Bunun dışında istisnâ olarak kişinin kendisinin bulunmadığı, müşâhede etmediği bir olay hakkındaki şahitliği de kabul edilmiştir. Ancak bunun için şahitlik edilecek olayın mütevatir veya mütevatire yakın bilgi içermesi gerekmektedir.¹⁵¹

Tesâmu' insanlar arasında yaygın olan haberlerin kulaktan kulağa duymak sûreti ile meydana gelen bilgi iletişimine denir. Böyle bilgiler ile yapılan şahitliğe de eş-şehâde bi't-tesâmu' veya şehâdetü's-simâ' denir.¹⁵²

Tesâmu' üzere yapılan şahitliği Trablusî şehâdetü's-semâ olarak isimlendirip üç aşamada ele almıştır. Birincisi habere dayalı bilginin tevatür yoluyla yapılan şahitliğidir.

¹⁴⁶ Kâsâni, a.g.e., C. VI, s. 266.

¹⁴⁷ Şemsüddîn Muhammed b. Ahmed el-Hatîb eş-Şirbînî, *Muğni'l Muhtâc İlä Ma'rifeti Me'ânî Elfâzi'l-Minhâc*, C. VI, Daru'l Kütübi'l İlmîyye, 1994, s. 374.

¹⁴⁸ İbnü'l Hümmam, a.g.e., C. VII, s. 397; Bu görüşe ilişkin diğer eserler için bkz. İbn Ferhûn, Ebü'l-Vefâ (Ebü İshâk) Burhânüddîn İbrâhîm b. Alî b. Muhammed el-Ceyyânî el-Medenî, *Tebsiratü'l-Hükkâm fi Usulî'l Akziye ve Menâhici'l-Ahkâm*, C. II, Kahire: Mektebetü'l Külliyyati'l-Ezheriyye, 1986, s. 87; İbn Kudâme, a.g.e., C. X, s. 170.

¹⁴⁹ İbn Kudâme, a.g.e., C. X, s. 170.

¹⁵⁰ İbn Ferhûn, a.g.e., C. II, s. 87.

¹⁵¹ Bilal Esen, "İslam Muhâkeme Hukukunda Yaygın Duyuma Dayalı Şahitliğin (Eş-Şehâde Bi't-Tesâmu') Kabulü", *Marife Dergisi*, C. II, S. 15 (2015), s. 260.

¹⁵² Yıldız, a.g.e., s. 67.

İkincisi *istifâda şehâdeti* olup bu şehâdet kuvvetli zan ifade etmektedir. *İstifâda şahadeti* tevatüre yakın olup *şehâdetü's simâ'dan* daha üst bir mertebededir. Buna misal olarak ramazan orucunda hilalin kalabalık bir grup tarafından görülmesi ile birlikte ramazan orucunun herkese farz kılınmış olması verilebilir. Böyle bir durumda hâkim huzurunda şahitliğe ve ta'dile¹⁵³ gerek yoktur. Üçüncüsü ise *simâ'* ile yapılan şahitliklerdir.¹⁵⁴ Bu şahitlik de *istifâda* gibi zan ifade ediyor olup iki veya dört şahidin şahitliğine gerek duyulmaktadır. İbn Ferhûn simaya dayalı bu şahitliğin zarureten caiz olduğunu belirtmiştir.¹⁵⁵ Bilmen tesamuun şer'an "işihâr" (şöhret) manasına geldiğini söyleyerek bunun hakiki ve hükmi olarak iki çeşit olduğunu ifade etmiştir. Hakiki şöhret tevatüren (İstifâda da bunun içine dâhildir.) gelen ve yalanlanma ihtimali olmayandır. Hükmi şöhret ise adalet vasfı ile sabit iki erkek veya iki kadın ile bir erkeğin şahitlik lafzı üzerine şahitlik etmesiyledir.¹⁵⁶

Haber-i vâhid ya kesinlik ifade eden bir karîneye sahiptir veya değildir. Eğer böyle bir karîneye sahipse haber şehadet menzilesinde kabul edilerek hükme mesned olur. Hatta sahih görüşlere göre mahza şehadet kabul edilir. "Şahitlik ederim" lafzını kullanmasa da bir şeyden haber veren kimse o şeye şahitlik etmiş olur. Netice olarak söyleyebiliriz ki ihbar şehadetin dışında başka bir ispat vasıtasıdır.¹⁵⁷

Müşâhede yerine geçen ve istisnai olarak kabul edilen duymaya dayalı şahitlik hususunda Hanefiler aslen caiz olmadığını söylemekle beraber nesep, ölüm, nikâh, duhul, hâkimin velâyeti, vakıf malları gibi konularda güvenilir bir kimseden duyularak yapılan tesâmu' üzere şahitliği geçerli saymışlardır.¹⁵⁸ Şâfiî mezhebi de aynı şekilde tesâmu'a dayalı şahitliği kabul etmiştir.¹⁵⁹

Fakihler tesâmu' yolu ile yapılan şahitlikte, şahidin mahkeme huzurunda aktardığı bilgiye kalben inanmış olmasını şart koşmuşlardır. Şahitlik tevatüren de

¹⁵³ Şahidin adalet vasfına sahip olup olmadığını anlamaya yönelik yapılan araştırma işlemidir. Bu işlem neticesinde şahidin şahitliğe uygun olduğu yönünde görüş beyan edilmesine "ta'dil" denilmektedir. Tuncay Başoğlu, "Tezkiye", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, C. 41, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1994, s. 77.

¹⁵⁴ Trablusî, a.g.e., s. 108-109.

¹⁵⁵ İbn Ferhun, a.g.e., C. I, s. 427.

¹⁵⁶ Bilmen, a.g.e., C. VIII, s. 120.

¹⁵⁷ Muhammed b. Ebî Bekr b. Eyyûb b. Sad Şemsüddin İbn Kayyim el-Cevziyye, C. I, *Turukul Hükmiyye*, Mektebetü Dar'ul Beyan, t.y., s. 171.

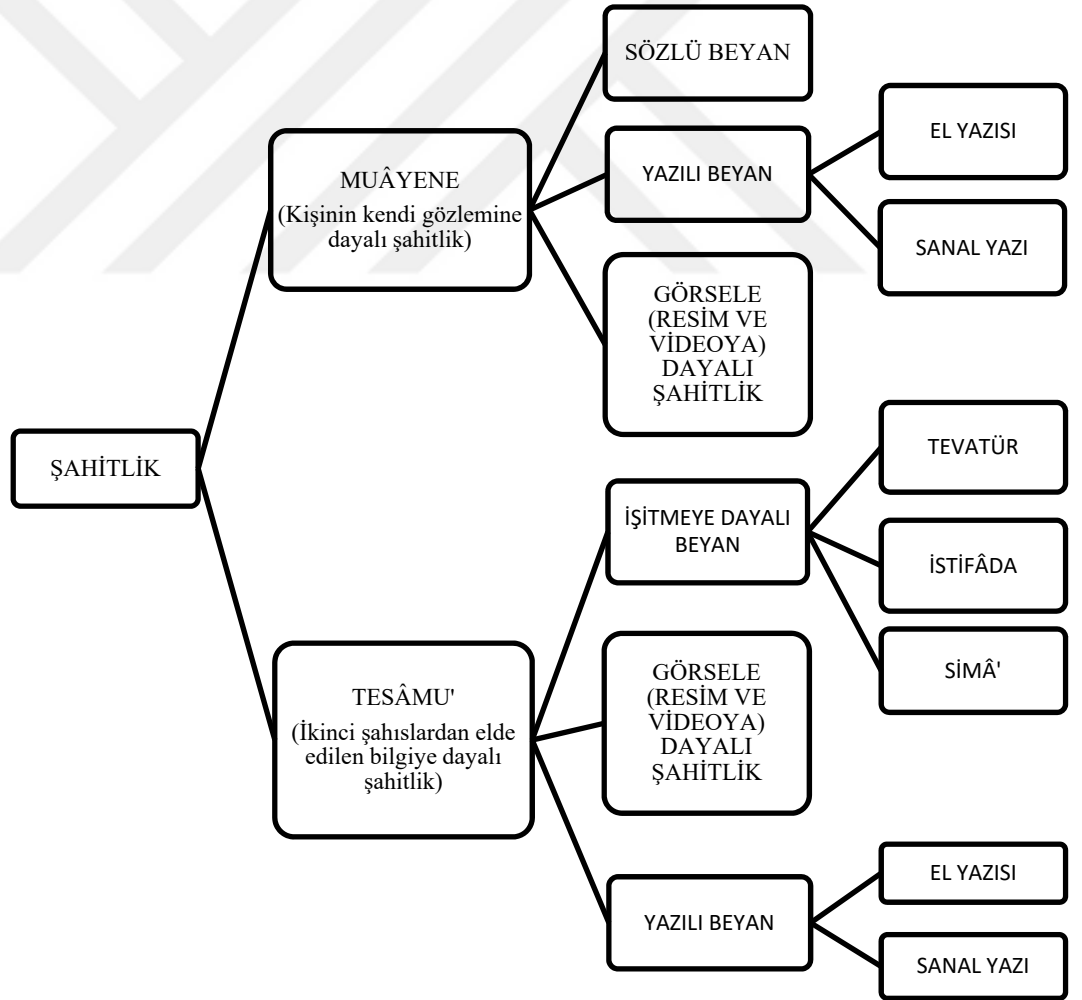
¹⁵⁸ Mevsilî, a.g.e., s. 261.

¹⁵⁹ Şirbînî, a.g.e., C. VI, s. 378.

yapılıyor olsa başkalarının da aynı görüşte olduğunu beyan ederek yapılan şahitlik geçerli sayılmamıştır. Çünkü şahitlik yaparken kişinin önce kendisini şahitlik yaptığı olaya inandırması gerekmektedir.¹⁶⁰

Şahitliğin tahammül aşamasındaki şartlar mezheplerin görüşleri çerçevesinde ele alındıktan sonra konuyu bir de sosyal medya açısından değerlendirmemiz gerekmektedir. Ancak sosyal medya üzerinden şahitlik konusunu değerlendirmeye geçmeden önce şahitliğin kişinin kendi gözlemine dayalı şahitlik (muâyene) ve ikinci şahıslardan elde edilen bilgiye dayalı şahitlik (tesâmu') ayrımını daha iyi kavrayabilmek adına aşağıdaki tabloyu inceleyebilirsiniz. (Bkz: Tablo 1.1)

Tablo 1.1 : Şahitlik çeşitleri



¹⁶⁰ Esen, a.g.e., s. 269.

Şahitliğin tahammül aşaması ile ilgili iki şart öne sürüldüğünü ve bunlardan ilkinin şahitlik yapacak kişinin akıl sahibi olması gerektiğini tahammül aşamasındaki şartlarda ifade etmiştik. Şayet bir kişi akli açıdan mahzurlu değilse, yani şahitlik yapılacak olan meseleyi idrak edebiliyorsa bu şart yerine getirilmiş sayılmaktadır. İkinci şartın ise şahidin olayı müşahede etmesi olduğunu zikrettik. Müşahedededen kasıt Hanefilere göre kişinin bizatihi kendisinin görerek şahitlik etmesi iken, diğer mezhepler bu görüşe katılmakla birlikte belli şartlar altında âmânın şahitliğini de kabul etmişlerdir.

Sosyal medya paylaşımları genellikle yazılı içeriklerden oluşmaktadır. Elektronik ortamda ikinci şahısların yazıyı bizzat kendisinin görerek müşahede etmesi ile Hanefilerin ortaya koyduğu ve diğer mezheplerin de kabul etmiş olduğu görme şartı yerine gelmez. Çünkü yazıyı görmek, olayı görmek kabilinden değildir. “Yalnız hat ve hatm ile amel olunmaz. Fakat şüphe-i tezvir ve tasni'den salim ise ma'mul-un bih yani medar'ı hüküm olur başka vechile sübuta hâcet kalmaz”¹⁶¹ *Mecelle* kaidesi gereğince yazının müellifine aidiyeti konusunda şüphe olmadığı müddetçe yazı bir ispat vasıtası olarak kabul edilebilir.

Tarihte yazının kolaylıkla delil olarak kabul edilemediği veya delil olarak kabul edilmesi noktasında belli şartların öne sürüldüğü görülmektedir.¹⁶² Ancak günümüzde bu durum geçerliliğini yitirmiş olup artık elle yazılan bir yazının dahi kime ait olduğu kolaylıkla tespit edilebilmektedir. Aynı durum sosyal medya için de geçerlidir. Sosyal medya hesabı üzerinde yazılan bir yazının kime ait olduğu IP numaraları vasıtası ile kolaylıkla belirlenebilmektedir. Ancak sıkıntı günümüz sosyal medya araçları üzerinde yapılan paylaşımların her zaman hesabın gerçek sahibi tarafından gerçekleştirilip gerçekleştirilmediğinin bilinmemesinden kaynaklanmaktadır. Hesabın ele geçirilmesi (hacklenmesi) veya kişinin yakın çevresi tarafından bilgisi dışında kullanılmasının yanı sıra sahte hesaplar üzerinden yapılan paylaşımlar bu konudaki tereddütleri arttırmaktadır.

Yazılı içeriklerin tesâmu' üzere şahitlik sayılıp sayılamayacağı ile ilgili olarak öncelikle şunu söylememiz gerekmektedir. Mezhepler tesâmu' üzere şahitliği istihsanen

¹⁶¹ *Mecelle*, md. 1736.

¹⁶² Cevdet Yavuz, “Dâva”, *DİA*, C. 9, 1994, s. 15.

kabul etmişler ve duymaya dayalı bu şahitliği her konuda geçerli saymamışlardır.¹⁶³ Sosyal medya üzerinde yapılan paylaşımlar çoğunlukla diğer kişilerden elde edilmiş bilgilere dayanmaktadır. Tesâmu' şeklindeki şahitliklerde bilgi aktaran kişinin başkasından işittiği bir bilgiyi paylaşması söz konusu iken sosyal medya paylaşımlarında doğrudan işitme söz konusu olmayıp yazılı veya görsel bilgilerin paylaşılması mevzu bahistir. Bu durum ise kişinin dolaylı olarak şahitlik yapması anlamına gelen tesâmu'un yazılı ve görsel bilgi paylaşımı ile daha zayıf bir şahitlik haline gelmesine sebep olmuştur.

Yazılı içerikler dışındaki sosyal medya paylaşımlarından bir diğeri fotoğraf, video gibi görsel içerik paylaşımlarıdır. Fotoğraf veya video üzerinde bir hadiseyi görüyor olmak olayın bizzat kendisine şahitlik edilmesi değildir. Bu, paylaşılan video veya fotoğraftaki görüntüye yapılan şahitlikten ibarettir. Böyle bir durumda müşahede şartı gerçekleşmemiş olup ancak "fotoğrafta böyle gördüm" veya "videoda böyle izledim" şeklinde bir şahitlik gerçekleşmiş olur.¹⁶⁴ Bu ise aslen olayın kendisine yönelik bir şahitlik olmayıp müşahede şartı yerine gelmediğinden dolayı sosyal medya üzerinde yapılan bu tür görsel beyanlar şahitlik bağlamında değerlendirilemez.

b. Şahitlikte Edâ

Şahitliğin edası, şahit olunan hadisenin hâkim huzurunda beyanından ibarettir.¹⁶⁵ Bu beyan şahitliğin üstlenilmesinden sonra gerçekleşip belli başlı şartları içermektedir. Sosyal medyada şahitlik denildiği zaman bizi ilgilendiren kısım daha çok şahitliği üstlenme aşaması olan tahammüldür. Bundan dolayı şahitliğin eda aşamasındaki şartlar ismen zikredilecek olup mezhepler arasındaki farklılıklar tafsilatlı bir şekilde ele alınmayacaktır.

Şahitliğin edası için gerekli şartlar buluş, hürriyet, İslam ve adalet şeklinde sıralanabilir.¹⁶⁶ Şahitliğin şartları tahammül ve eda olarak ikiye ayrılmış olsa da bu ayırım aslında açık değildir. Mezhepler kendi içlerinde farklı ayrımlar yapmışlardır.

¹⁶³ Bilmen, a.g.e., C. VIII, s. 141.

¹⁶⁴ Yıldız, a.g.e., s. 75.

¹⁶⁵ Apaydın, "Şahit", *DİA*, C. 38, s. 279.

¹⁶⁶ Kâsâni a.g.e., C. VI, s. 266.

Özellikle bazı konularda farklı delillere binaen farklı şartlar ileri sürmüşlerdir. Buradaki hikmet ise her bir mezhebin şahitlikten hâsıl olmasını beklediği şeydir.¹⁶⁷

B. İSLAM HUKUKUNDA İSPAT VASITASI OLARAK İKRAR BEYANI VE SOSYAL MEDYA TASARRUFLARI

Sosyal medya hesabı üzerinde kullanıcılar zaman zaman kendi irade beyanlarını dile getiren içerikler paylaşmaktadırlar. Sosyal medyada paylaşılan bu yazılı içeriklerin bir kısmı delil olarak kabul edilip ikrar kapsamında değerlendirilebilir.

İkrar, bir kimsenin diğer bir kimse üzerinde olan hakkını haber vermesi”¹⁶⁸ şeklinde tanımlanmıştır. İkrarda şahitlikte olduğu gibi muâyene, müşâhede şartı aranmamaktadır. Bununla birlikte mukirr, mukarrun leh ve mukarrun bih hakkında çeşitli şartlar ileri sürülmüştür.¹⁶⁹ Aynı zamanda ikrarın yazılı veya sözlü yapıyor olması arasında da bir fark yoktur.¹⁷⁰

İkrarın gerçekleşmesi için ortaya konulan beyanın sarih olması ve belli bir şeye delalet etmesi gerekmektedir.¹⁷¹ Sosyal medya kullanıcılarının hesapları üzerinde yaptıkları paylaşımlar da kendileri üzerinden başkalarına ait bir hakkın haber verilmesi şeklinde olabilmektedir. Bu paylaşımlar fikhî açıdan delil sayılıp hukuki sonuç doğuracak niteliktedir. Nitekim İslam âlimleri ikrarın şahitlikten daha kuvvetli bir delil olduğunu kabul etmişlerdir. Yürütülen dâvalarda dâva taraflarından birisi olayı ikrar etse, şahitliğe gerek kalmadan bu ikrar delil olarak kabul edilip cezai hüküm uygulanabilir.¹⁷² Bundan dolayı Facebook, Twitter gibi sosyal medya araçları üzerinden yapılan ve ikrar niteliği taşıyan, her bir beyan fikhî açıdan delil sayılabilir ve bu beyan kapsamında gerekli hükümler uygulanabilir.

C. İSLAM HUKUKUNDA İSPAT VASITASI OLARAK KARÎNE VE SOSYAL MEDYA TASARRUFLARI

¹⁶⁷ Apaydın, “Şahit”, *DİA*, C. 38, s. 280.

¹⁶⁸ Mecelle, md. 1752; İbn Ferhun, a.g.e., C. II, s. 51.

¹⁶⁹ Mecelle, md. 1573-1578.

¹⁷⁰ Mecelle, md. 1606.

¹⁷¹ Alâüddîn Ebû Bekr b. Mes’ûd b. Ahmed el-Kâsânî, *Bedâiü’s-Sanâî fi Tertibiş-Şerâî*, C. VII, Dâru’l Kütübü’l İlmiyye, 1986, s. 208.

¹⁷² Koca, “İkrar”, *DİA*, C. 22, s. 38.

Ka-ra-ne kökünden türeyen karîne kelimesi sözlük anlamı olarak yaklaştırmak, bağlamak, iki şeyi bir araya getirmek gibi anlamlara gelmektedir.¹⁷³ Bunun yanında bilinmeyen bir şeyi bulmaya yarayan ipucu, işaret anlamında da kullanılmaktadır.¹⁷⁴ *Mecelle*'de ise karîne “kesin bilgiye dayanan emare”¹⁷⁵ şeklinde tanımlanmıştır. Yani başka bir anlam ile karîne bilinen bir olaydan bilinmeyen bir olaya yapılan istidlaldir.¹⁷⁶

Karîne ispat değeri açısından iki farklı kısımda değerlendirilmiştir. Birincisi *Mecelle*'de tarif edildiği şekilde kesin bilgi içeren emaredir.¹⁷⁷ Katî karîne olarak isimlendirilen bu tür emareler tek başına hüküm verilebilecek seviyede yeterli delil içermektedir.¹⁷⁸ Karîne-i kâtiya misal olarak üzeri kanlı ve elinde bıçak bulunan bir kimsenin boş bir mekândan çıkması örnek olarak verilebilir. Böyle bir kişinin ardından çıkmış olduğu yere girildiğinde yerde kanlar içerisinde yatan bir kimsenin görülmesi durumunda elinde bıçakla çıkan bu kişinin katil olabileceği konusunda şüphe meydana gelmez.¹⁷⁹ Böyle bir durumda sadece mevcut delillere binaen hareket edilebilir. Vehme dayalı olarak hüküm verilmez.¹⁸⁰ Ölen kişinin başka bir yolla ölmüş olabileceği karine-i kâtiada ihtimal dâhilinde değildir.

İkincisi tür karîne ise kesin bilgi içermeyen galib-i zanna dayalı olan karînedir. Bu tür karînelerin aksi kolaylıkla ispatlanabilmektedir.¹⁸¹ Yani bu karîneden daha kuvvetli bir delil getirilirse bu karîne dikkate alınmaz. Kuvvetli diğer delillere dayanılarak hüküm verilir.

İspat vasıtalarından biri olarak kabul edilen karine ikrar, şahitlik, yemin kadar güçlü birer delil sayılmamaktadır. Nitekim klasik fıkıh kaynaklarına bakıldığında diğer delillerle alakalı müstakil bölüm başlıkları bulunurken karîne ile ilgili olarak böyle bir

¹⁷³ İbn Manzûr, a.g.e., C. XIII, s. 331; el İsfahânî, a.g.e., s. 667.

¹⁷⁴ Abdullah Yeğin v.dğr., *Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Büyük Lügat*, İstanbul: Türdav Yayınları, 1987, s. 502.

¹⁷⁵ *Mecelle*, md. 1741.

¹⁷⁶ Elmalılı Muhammed Hamdi Yazır, *Alfabetik İslâm Hukuku ve Fıkıh İstilâhları Kâmusu*, C. III, İstanbul: Eser Neşriyat, 1997, s. 76.

¹⁷⁷ *Mecelle*, md., 1741.

¹⁷⁸ Davud Yaylalı, “İslam Hukukunda Karîne”, *İslami Araştırmalar*, C. II, S. 6(1988), s. 55.

¹⁷⁹ Yazır, *Alfabetik İslâm Hukuku ve Fıkıh İstilâhları Kâmusu*, C. III, s. 77.

¹⁸⁰ *Mecelle*, md. 74.

¹⁸¹ Sahip Beroje, *Ceza Muhâkemesi Hukuku Açısından İslâm İspat Hukuku*, Ankara: Fecr Yayınları, 2007, s. 279.

bölüme yer verilmediği görülmektedir. Ancak yine de zaman zaman mezheplerin karineye dayalı olarak hüküm verdikleri görülmektedir.¹⁸²

Karînenin delil oluşu ile ilgili olarak iki olay örnek olarak zikredilmekte ve bu iki olayda da karineye binaen hüküm verildiği görülmektedir.¹⁸³ Bu olaylardan birincisi Yakup (a.s.)'ın oğullarının babalarını Yusuf (a.s.)'ın öldüğüne inandırmak amacı ile başvurdukları hileli yoldur.¹⁸⁴ Diğeri ise Yusuf (a.s.) ile vezirin eşi arasında geçen olaydır.¹⁸⁵ Naslardan da görüldüğü gibi karineye başvurarak buna binaen hükmedilebileceği ortaya konulmuştur. Ancak bu emareler kesin hüküm belirtmediği müddetçe karîneyle hükmedilmeyeceği ve ispat vasıtası olarak kabul edilmeyeceği belirtilmiştir.¹⁸⁶

Sosyal medya açısından karinenin değerlendirilmesi noktasında ise şunları söyleyebiliriz. Sosyal medya hesabında katî karineyi dayalı bilgi paylaşan bir kişi kesin delil içeren bir paylaşımda bulunmuş olur ve hâkim bu delillerden hareketle hüküm verebilir. Örneğin bir kimsenin cinayetin işlendiği saatlerde cinayet mahallinde bulunduğu dair sosyal medya hesabında yazılı veya görsel herhangi bir içerik paylaşımı bulunması durumunda böylesine bir paylaşım hâkim nezdinde delil sayılmaktadır. Zanni karineye dayalı bilgi paylaşımında bulunulması durumunda ise böylesine bir paylaşım kesin delil içermediğinden dolayı bu tür içerik paylaşımları başka delillerle desteklenmesi neticesinde delil olarak kabul edilebilir. Yani hâkim bu delilleri daha güçlü başka delillerle desteklemediği sürece bu gibi zanni delillerden hareketle hüküm veremez.

II. SOSYAL MEDYA VE BİLGİ PAYLAŞIMI

Modern hukuk sisteminde sosyal medya üzerinde mahzurlu görülmeyen pek çok tasarruf İslam hukuku açısından sorunlu görülmektedir. Bu durum gerek zihinlerin gerekse günümüz beşeri hukuk sisteminin İslam hukukuna kıyasla daha özgürlükçü oluşundan ve bunun yanında mahremiyet, kişi dokunulmazlığı gibi temel insan haklarının daha serbest olduğu bir sistem anlayışına sahip olunmasından

¹⁸² Beroje, a.g.e., s. 280.

¹⁸³ İbn Ferhun, a.g.e., C. II, s. 117.

¹⁸⁴ Yusuf, 12/16-18.

¹⁸⁵ Yusuf, 12/18.

¹⁸⁶ Yaylalı, a.g.e., s. 56.

kaynaklanmaktadır. İfade özgürlüğü adı altında yapılan pek çok paylaşım bu bakış açısı ile ele alındığında gıybet ve teccüs içerikli sosyal medya gönderilerin modern hukuk sisteminde bazı istisnalar dışında suç sayılmadığı görülmektedir. Bunun yanında sosyal medya üzerinde devlet menfaatine yönelik içerik paylaşımları yapılabildiği gibi devlet aleyhinde paylaşımların da gerçekleştiği görülmektedir. Modern hukuk sisteminde cezaî yaptırım gerektirmeyen bazı bilgi içerikli paylaşımların İslam hukukunda cezaî yaptırımlarının bulunması da söz konusu olabilmektedir.

A. BİLGİ PAYLAŞIMINDA YAŞANAN DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜM

1. Bilgi Kavramı

Bilgi kavramı günlük hayatta sık sık kullanılan, gerek İslami ilimlerde gerekse diğer ilim dallarında çokça tartışılıp ele alınan ve farklı tanımlarla karşımıza çıkan bir kavramdır.

Kur'an-ı Kerim'de bilgi kavramı üzerinde durulmuş ve bilgi; özne ile nesne arasındaki ilişkiye göre ilahi bilgi¹⁸⁷, gaybın bilgisi¹⁸⁸ şeklinde farklı sınıflara ayrılmıştır.

Terminolojik olarak İslam literatüründe “el-ilm”, “el-ma'rife” gibi kelimelerle ifade edilen bilgi kavramı bilen ile bilinen şey arasındaki ilişkinin neticesi olarak ortaya çıkan farkındalık ve idrak şeklinde tanımlanmıştır.¹⁸⁹

2. Bilgi Edinme Vasıtası Olarak Sosyal Medya

Bir şeyler öğrenme, bilme, haberdar olma isteği insanın içinde bulunan bir duygudur. Bu duygunun bir gereği olarak insan bilgiye ulaşma, haberdar olma ve bu bilgiyi başkalarına ulaştırma yollarının peşine düşmüştür. İnsanın bilgiye ulaşma çabası klasik medya araçları ile başlamış olup sosyal medyanın ortaya çıkışı ile birlikte sanal ortama taşınmıştır. İletişimde sanal ortama geçilmesi ile birlikte insanlar hem görsel hem de yazılı içeriklere kolaylıkla erişme imkânı elde etmişlerdir.

Facebook, Twitter gibi sosyal medya araçları kullanıcıların yalnız boş vakitlerini değerlendirmek amaçlı kullandıkları sanal ortamlar olmayıp aynı zamanda kullanıcıların

¹⁸⁷ Bkz. Fâtır 35/11

¹⁸⁸ Bkz. A'râf 7/187.

¹⁸⁹ Necip Taylan, “Bilgi”, *DİA*, C. 6, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı, 1992, s. 157.

yaptıkları paylaşımlar ile karşılıklı bilgi alışverişinde buldukları, birbirlerini günlük olaylardan haberdar ettikleri çok yönlü paylaşım alanlarıdır.

Sosyal medya, sanal ortamda gerçekleştirilen anlık paylaşımlar ile en hızlı haberleşme araçlarının başında gelmektedir. Bu özelliğinden dolayı geleneksel medyanın yerini yavaş yavaş sosyal medyaya bıraktığını söyleyebiliriz. Artık sosyal medya araçları pek çok kullanıcı tarafından haber kaynağı olarak kullanılmaya başlanmıştır.¹⁹⁰ Sosyal medya üzerinde yapılan araştırmalara göre istatistiksel veriler sosyal medya kullanıcılarının %40,4'ünün sosyal medyayı bilgi edinme ve haber içeriklerine ulaşma amaçlı kullandıklarını göstermektedir.¹⁹¹ Sosyal medya, kullanıcılarına karşılığında çıkan haber postlarını diğer kullanıcılara da göndererek bu içeriklerden onları da haberdar etme imkânı sunmaktadır. Bunun yanında başkalarına ait gönderileri paylaşmak yerine kullanıcıların istediği içeriği oluşturarak bireysel fikirlerini üretip savunabilmesine ve tüm bunları herhangi bir engellemeye maruz kalmadan paylaşabilmesine imkân sağlamaktadır.

B. FIKHÎ AÇIDAN SOSYAL MEDYADA BİLGİ PAYLAŞIMI

Bu başlık altında sosyal medyada paylaşılan bilgi içeriklerini “devlet aleyhinde yapılan paylaşımlar,” “din karşıtı söylemler,” “gıybet, tecessüs içerikli paylaşımlar,” “reklam ve ürün tanıtımı yönündeki paylaşımlar” şeklinde gruplandırarak sosyal medya üzerinde yapılan bu tür bilgi paylaşımlarının İslam hukuku açısından nasıl değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaya çalışacağız.

1.Devlet Aleyhinde Yapılan Paylaşımlar

Sosyal medya üzerinde sıklıkla görmeye alıştığımız paylaşımlardan birisi mevcut sistem aleyhinde yazılan yazılar ve yapılan eleştirilerdir. Sosyal medya geniş bir kullanım alanına sahip olmasından dolayı artık pek çok gazete günlük haberlerini, köşe yazılarını sanal ortama taşımıştır. Bu haberlerin ve yazıların içeriklerine baktığımızda ise zaman zaman toplumun huzurunu bozacak yazılarla karşılaşmaktadır. Kimi zaman dönemin mevcut hükümet sistemine karşı çıkmak adına kaleme alınan bu yazılar devlet menfaatlerinin uyuşmadığı gayrimüslim ve düşman milletleri sevindirecek boyutlara ulaşmaktadır. Sosyal medyada da paylaşılan bu köşe yazılarının ve gazete haberlerinin

¹⁹⁰ Taşkiran, a.g.e., s. 54.

¹⁹¹ Yeniçiktı, a.g.e., s. 218.

altına kullanıcılar istedikleri yorumu yapabilmekte, karşı çıktıkları bir görüş varsa kendi fikirlerini özgürce savunabilmektedirler. Bunun yanında kullanıcılar içeriğini kendilerinin belirlediği her türlü bilgi paylaşımında bulunabilmektedirler. Her konuda yapılabilen bu paylaşımların içerikleri kimi zaman devletin birlik ve bütünlüğünü tehdit eden terör unsurlarını destekleyen yazılara kadar gitmektedir.

Sosyal medyada devlet aleyhinde yazılan bu içerikler fikhî bakış açısı ile “yasal düzene karşı çıkma” veya “isyan” olarak isimlendirilebilir. Bu, fikhî terminolojide “bağy” kelimesi ile ifade edilmektedir. Bağy, kelime anlamı olarak sözlükte “haktan ayrılmak”¹⁹², “serkeşlik”, “ileri gitme” anlamlarına gelirken¹⁹³ fikhî bir terim olarak adil devlet başkanına karşı gelme, ona karşı isyana kalkışma anlamlarında kullanılmaktadır.¹⁹⁴ Devlete isyan suçu ile ilgili olarak suçun kapsamı, şartları ve cezaî hükmü gerek Kur’an ve sünnette gerekse klasik fıkıh kaynaklarında ayrıntılı bir şekilde ele alınmış olup bu suçun cezası ölüm olarak belirlenmiştir. Ayrıca isyana karışan bu kişilerin mallarına da böyle bir durumda el konulmaktadır.¹⁹⁵

Had suçları sayılırken bağy suçu had suçları yanında sıralansa da bağy suçunun had suçları kapsamında ele alınıp alınmayacağı konusu tartışmalıdır.¹⁹⁶ Nitekim klasik fıkıh kitaplarına baktığımız zaman bağy suçu ile ilgili olarak had suçları başlığı altında özel bir başlık açılmamış olup bu konunun genellikle “Kitabu’s Siyer” başlığı altında ele alındığı görülmektedir.¹⁹⁷ Günümüz İslam hukukçularının bir kısmı ise bağy suçunu had suçları kapsamında değerlendirirken¹⁹⁸ bir kısım İslam hukukçusu ise meseleyi ta’zir suçu kapsamında ele almaktadır.¹⁹⁹

¹⁹² İsfahanî, a.g.e., s. 158.

¹⁹³ Ferit Devellioğlu, *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat*, 2. b., Ankara: yy., 1970, s. 80.

¹⁹⁴ Ali Şafak, “Bağy”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, C. 4, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1991, s. 451.

¹⁹⁵ Kâsânî, a.g.e., C. VII, s. 140.

¹⁹⁶ Yaşar Yiğit, *İslam Ceza Hukuku Hükümlerin Yürürlüğü*, 1. b., Ankara: Sistem Ofset Yayıncılık, 2012, s. 96.

¹⁹⁷ Örnek başlıklar için bkz. Kâsânî, a.g.e., C. VII, s. 141; Ebü’l-Hüseyn Ahmed b. Ebi Bekr Muhammed b. Ahmed el-Kudûri, *Muhtasar’ul Kudûri*, thk. Kamil Muhammed Muhammed Avide, Daru’l Kütübî’l İlmiyye, 1997, s. 239; İbn Hümâm; a.g.e., C. VI, s. 99.

¹⁹⁸ Örnek için bkz. Abdülkâdir Üdeh, *et-Teşri’ul-Cinâ’iyyül İslâmî*, C. II, Beyrut: Dâru’l-Kâtibü’l-Arabî, t.y, s. 671.

¹⁹⁹ Bkz. Mehmet Âkif Aydın, *Türk Hukuk Tarihi*, 13. b., İstanbul: Beta Yayınları, 2015, s. 190; Yiğit, a.g.e., s. 96.

Bağy suçunun cezai hüküm gerektirmesi için belli şartların hâsıl olması gerekmektedir. Bu şartlara geçmeden önce bağy suçunun hangi naslardan hareketle delil sayılıp cezai müeyyide gerektirdiğine değinecek olursak Kur'an-ı Kerim'de mümin iki grubun birbirine düşmesi durumunda bunların aralarının bulunması, şâyet biri diğeri üzerinde haddi aşacak olursa bu durumda onlarla savaşılmaması gerektiği hususundaki âyet²⁰⁰ bağy suçunun cezai müeyyidesini oluşturmaktadır. Âyet, halk arasında çıkan anlaşmazlıklara çözüm olmak amacı ile onlarla savaşılmaması gerektiğini belirtmektedir. Devlete başkaldıran isyancı gruplar da hem devlete hem de halka zarar verdiklerinden dolayı bu âyet kapsamında değerlendirmeye tâbi tutulmuşlardır.²⁰¹ Bir kısım ilim ehli Peygamber efendimiz (s.a.v.)'in müminlerle savaşılmamasının küfür olduğu yönündeki hadisinden yola çıkarak müminlerle savaşılmaması gerektiğini ifade etseler de âyet isyancı gruplarla savaşılmaması gerektiğini açıkça belirtmektedir.²⁰² Cumhur da naslardan hareketle meşru imama karşı isyan eden ehli bağy ile savaşılmaması gerektiğini ortaya koymuştur.²⁰³

Bağy suçunun suç teşkil etmesi için belli şartların hâsıl olması gerekmektedir. Bunlar üç başlık altında toplanmıştır. Bu şartlardan ilki devlet başkanına karşı gelme eyleminin gerçekleşmiş olmasıdır. Karşı çıkmaktan kasıt ise mevcut devlet başkanına ve onun amellerine görevden uzaklaştırmak adına muhalefet etmektir.²⁰⁴ Yani isyan mevcut devlet başkanına karşı yapılmaktadır. Bu devlet başkanının Müslüman, akıllı, mükellefiyet sahibi ve âdil olması gerekmektedir. Devlet başkanının adalet vasfına sahip olması gerektiği dört mezhep tarafından ittifakla kabul edilmiştir. Devlet başkanı adalet vasfına sahip olmayıp fâsık bile olsa fâsık devlet başkanına isyan caiz değildir. Çünkü her ne kadar bu karşı çıkma iyiliği emredip kötülüğü nehy etmek adına yapılıyor olsa da isyan daha büyük bir fitneye sebebiyet verebilir.²⁰⁵ Bağy suçu için gerekli bir diğer unsur da isyan edenlerin kuvvet kullanması²⁰⁶ ve suç kastının bulunmasıdır. Yani

²⁰⁰ Hucurât, 49/9.

²⁰¹ Hayreddin Karaman vd., *Kur'an Yolu Türkçe Meâl ve Tefsir*, C. V, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2008, s. 93.

²⁰² Muhammed Ali Sâbûnî, *Revâi'ü'l-Beyân fî Tefsîr-i Âyâtî'l-Ahkâm min el-Kur'an*, C. II, İstanbul: Dersaadet Yayınları, ty., s. 406-407.

²⁰³ Deliller için bkz. a.g.e., s. 407.

²⁰⁴ Üdeh, a.g.e., C. II, s. 675.

²⁰⁵ a.g.e., s. 676-677.

²⁰⁶ a.g.e., s. ٦٧٧.

isyan edenlerin mevcut yönetimi değiştirme, devlet başkanını görevden uzaklaştırma gibi amaçlar doğrultusunda hareket etmeleri gerekmektedir.²⁰⁷

Görüldüğü üzere devlet başkanı aleyhinde yapılan isyan hareketleri bağy suçu kapsamında ele alınarak onlarla savaşılması gerektiğine hükmedilmiştir. Nitekim Allah meşru yönetime karşı çikılmaması konusunda “ülü’l-emre itaat edin”²⁰⁸ şeklinde buyurmaktadır. Peygamber efendimiz (s.a.v.) de bu konuda “Habeşli bir köle dahi olsa ona itaat edin, onu dinleyin”²⁰⁹ şeklinde buyurarak devlet yöneticilerine itaati emretmektedir.

Delillerden yola çikarak ifade etmeye çalıştığımız devlet başkanına itaat konusu başta da ifade etmiş olduğumuz gibi sosyal medya üzerinde çokça ihlal edilen bir husus olmuştur. Tıpkı klasik bağy suçunda olduğu gibi sosyal medya üzerinde yapılan karşı çikışlar da yasal devlet başkanına yönelik gerçekte ve bu karşı çikış eylemi düzeni değiştirme, devlet başkanının görevine son verme amacı taşımaktadır. Fiili bir kuvvet kullanma gerçekte de sosyal medya üzerinden yapılan propagandalar toplumu harekete geçirebilme gücüne sahiptir.

Sosyal medya üzerinden devlet başkanına yapılan bu propagandalar bağy suçu ile ilişkilendirilebileceği gibi yol kesme suçu kapsamında da değerlendirilebilir. Yol kesme suçu “Allah ve Resül’üne karşı savaşanlar ve yeryüzünde bozgunculuk yapmaya çalışanlar”²¹⁰ şeklindeki ifade ile âyet-i kerimede tanımlanmış ve devamında ise hükmü belirtilmiştir. Yeryüzünde bozgunculuk çikaranlar halkı kışkırtıp fesada sebebiyet verdiklerinden dolayı cezaya çarptırılmışlardır.²¹¹ Sosyal medya üzerinde doğruluğu araştırılmadan yazılan yazılar, devlet başkanlarına karşı yapılan haksız söylemler, ülke menfaatine zarar verecek ifadeler kullananlar da toplumda fesada sebebiyet vermektedirler. Bundan dolayı sosyal medyada bu gibi ifadelerle halkı kışkırtanlar âyet-i kerimede ki “bozguncular” kapsamına dâhil edilebilir.

Devlet başkanına karşı yapılan her muhalefetin bağy kapsamında değerlendirilemeyeceğini belirtmemiz gerekmektedir. Devlet başkanının sahip olması

²⁰⁷ a.g.e., s. 697.

²⁰⁸ Nisâ, 4/59.

²⁰⁹ Buhârî, Ahkâm, 4.

²¹⁰ Mâide 5/33.

²¹¹ Âyetin ayrıntılı tefsiri için bkz. Karaman, *Kur’an Yolu Türkçe Meâl ve Tefsir*, C. II, s. 259-263.

gereken vasıflar arasında kısaca değindiğimiz adalet sıfatı, bir isyanın bağı olarak isimlendirilebilmesinin asıl sebebidir. Nitekim zulüm yapan devlet başkanına karşı gelme bağı değildir.²¹² Devlet başkanının görev süresi için belli bir zaman tayin edilmemiş olsa da adalet sıfatını kaybeden devlet başkanının “ehl-i hal” tarafından azledilmesi gerektiğine karar verilmiştir.²¹³ Adalet sıfatından kasıt ise sadece hukuki anlamda âdil olmak değildir. Yasaklardan ve günahlardan el çekme ve Allah’ın farz kıldığı emirleri yerine getirmek adalet sıfatına dâhil edilen vasıflardandır.²¹⁴

Meseleyi sosyal medya merkezli düşündüğümüzde ise devlet başkanına karşı gelme, devlet aleyhinde milletin bütünlüğünü tehdit edecek seviyede yazılar paylaşmak sağlıklı değildir. Nitekim bu paylaşımların pek çoğu siyasi açıdan aynı fikirde olmamanın neticesi olarak karşı çıkma, eleştirme amaçlı yazılan yazıları oluşturmaktadır. İslam tarihine baktığımız zaman da Peygamber efendimiz (s.a.v.)’in vefatı sonrasında yaşanan savaşların bir kısmının siyasi içerikli olduğu bilinmektedir. Bu savaşlar neticesinde İslam âleminin birlik ve bütünlüğü bozulmuş, Müslüman halk birbirine düşmüştür. Bu türden hadiselerin yaşanmaması adına sanal ortamda yazılan yazılardaki her bir cümle kaosa yol açmamak ve herhangi bir fitne unsuruna sebebiyet vermemek adına önem arz etmektedir.

2. Din Karşıtı Söylemler

Sosyal medyada zaman zaman karşımıza çıkan görsel ve yazılı içeriklerden birisi de İslam dini aleyhinde yapılan paylaşımlardır. Sanal âlemde manevi değerlere hakaret boyutuna varan bu paylaşımlar kullanıcıların bir kısmı tarafından tepki ile karşılanırken birçok kişi tarafından normalleşmiş sıradan birer içerik paylaşımları haline gelmiştir. İslam’ın temel değerlerinin yadırgandığı, bunları ifâ edenlerin küçük görüldüğü bu türden paylaşımların İslam hukukunda nasıl değerlendirileceği konumuz açısından önem arz etmektedir.

İslam dini insanlara inanç hürriyeti konusunda herhangi bir zorlamada bulunmamıştır. Nitekim Allah “Dinde zorlama yoktur”²¹⁵ âyet-i kerimesi ile kullarına

²¹² Ömer Nasuhi Bilmen, *Hukukî İslâmiyye ve İstılatı Fıkhîyye Kamusu*, C. III, İstanbul: Bilmen Yayınevi, 1985, s. 411.

²¹³ Fahrettin Atar, “Azil”, *DİA*, C. 4, s. 326.

²¹⁴ Mehmet Âkif Aydın, “Hal”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, C. 15, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1995, s. 219.

²¹⁵ Bakara 2/256.

inanç konusunda serbestlik tanıdığını açık bir şekilde belirtmiştir. Bu durum Peygamber efendimiz (s.a.v.) zamanından beri böyle süregelmiş, iman konusu insanların kendi hür iradelerine bırakılmıştır. Allah dilediği takdirde herkesi imana getirebileceğini beyan etmişken²¹⁶ bunu yapmayarak insanlara inanç noktasında tam bir serbestlik sunduğunu göstermektedir. İslam tarihine bakıldığında da Müslüman topraklarda yaşayan gayrimüslim tebâyâ din ve vicdan hürriyeti verildiği, her türlü dini ritüelleri yerine getirmeleri sağlandığı ve herhangi bir baskıya maruz bırakılmadığı görülmektedir.²¹⁷

Allah, Müslüman olmayan kullarına karşı inanç hürriyeti sağlayıp iman ile küfür noktası arasında serbestlik tanırken sosyal medya üzerinde inanç konusunda zorlanmadıkları bir dine ve o dine mensup milyonlarca Müslüman'a hakaret ediyor olmak tezat bir durumdur. Meseleyi İslam hukuku açısından değerlendirmek gerekirse konuyu irtidâd suçu kapsamında ele almak yerinde olacaktır.

Mürted, bir şeyden uzaklaşmak, dönmek, rücu' etmek²¹⁸ anlamlarına gelmektedir. Fıkhî bir terim olarak mürted, imanı terk etmek manasındadır.²¹⁹ İrtidâd eden kişi artık kendisini İslam dininden küfre yöneltmiştir. Kişinin bu durumu naslarla da sabittir.²²⁰ Bakara sûresinde “Sizden kim dinden döner ve kâfir olarak ölürse dünyada ve ahirette yaptıkları boşa gitmiştir”²²¹ şeklindeki âyet-i kerime ve Peygamber efendimiz (s.a.v.)'in “Kim dinini değiştirirse öldürünüz”²²² şeklindeki hadis-i şerifi irtidâd suçu için delil teşkil etmektedir.

İslam ceza hukukunda irtidâdın suç olduğu ve ölüme varan cezalar gerektirdiği İslam hukukçularının ittifak ettiği bir konudur. Dinden dönme; fiilî, sözlü veya kalbi olarak üç şekilde gerçekleşmektedir. Fiilî irtidâd, İslam'ın yasakladığı bir şeyi dinde var sayarak onu mübâh kılmak şeklinde gerçekleşir. İslam'da olmayan bir şeyin getirilip mübâh sayılmasının kasten yapılıyor olması veya İslami değerleri alaya alarak ya da İslam'ı küçük görerek yapılıyor olması arasında bir fark yoktur. Fiilî irtidâd putlara, güneşe ya da herhangi bir yıldız tapmak, Mushaf'ı, hadis kitaplarını uygun olmayan,

²¹⁶ Yûnus 10/99.

²¹⁷ Ayrıntılı bilgi için bkz. Mehmet Âkif Aydın, “Din”, *DİA*, C. 9, s. 325-329.

²¹⁸ İbn Manzûr, a.g.e., “rdd” md., C. III, s. 172.

²¹⁹ Kasanî, a.g.e., C. VII, s. 134.

²²⁰ Ebû Muhammed Muvaffakuddîn Abdullâh b. Ahmed b. Muhammed İbn Kudame, *el-Muğnî*, C. IX, Mektebetü'l Kahire, 1968, s. 3.

²²¹ Bakara 2/217.

²²² Buhârî, Cihad, 149.

çirkin yerlere atmak, Allah'ın haram kıldığı şeyleri helal kılmak gibidir.²²³ Sözlü irtidâd, kişinin küfür kelimesini beyan etmesi ile gerçekleşir.²²⁴ Kalbi veya itikâdi irtidâd ise İslam'ın temel inanç esaslarını inkâr etmek ile olur. Kişinin kalbinden geçenlerin başka bir kişinin bilmesi imkânsız olduğundan dolayı cezai bir yaptırım gerekmesi için bu inkârın kavli veya fiili gerçekleşmesi gerekmektedir.²²⁵

Dinden dönme suçunun uygulanmasının altında yatan belli temel esaslar vardır. Öncelikle Müslüman bir kişi Allah'ın belirlediği esaslara uymayarak mükellefiyetlerini yerine getirmemiş olur. Bu kişi mükellefiyetlerini yerine getirmediği gibi başkalarını da kötülüğe sevk ederek toplumda fesada sebebiyet vermektedir. Çünkü dinden dönen bir kişinin irtidâd ettiği biliniyorsa bunun âlenen gerçekleşmesi gerekmektedir. Mürted çoğu zaman Müslümanların dini değerlerini, inançlarını alaya alarak toplumda kargaşaya sebebiyet verebilmektedir. Bu durum ise İslam devletinin birlik ve bütünlüğünün zarar görmesine sebep olabilir. Bunların önüne geçmek adına caydırıcı bir yaptırım olması açısından İslam hukukunda irtidâd cezası uygulanmıştır.²²⁶

Modern dönem araştırmacıları dinden dönme ile ilgili olarak iki ayrı görüş ortaya koymuşlardır. Bu görüşlerden ilki dinden dönmenin suç sayılmaması gerektiğidir. Bu görüş sahipleri, konu ile ilgili hadislerin zayıf olduğunu, İslam'ın ilk dönemlerindeki din değiştirmelerin daha çok siyasi içerikli olduğu, günümüzde ise bu mahiyette olmamasından dolayı inanç özgürlüğü çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiğini savunmuşlardır.²²⁷ İkinci görüş ise Peygamber efendimiz (s.a.v.)'in dinden dönen bazı kişilere ölüm cezası uygulamamasını gerekçe göstererek irtidâdın had suçu değil ta'zir suçu kapsamında değerlendirilmesi gerektiği yönündedir. Bu görüş sahipleri dinden dönmenin suç teşkil ettiğini kabul ederek cezanın devlet başkanının uygun gördüğü bir şekilde verilmesi gerektiğini savunmuşlardır.²²⁸

İrtidâd suçunu genel hatları ile ortaya koymaya çalıştıktan sonra konuyu sosyal medya ekseninde değerlendirecek olursak irtidâd eden kişiye cezaî yaptırım

²²³ Üdeh, a.g.e., C. II, s. 707.

²²⁴ Ebu Ebû Zekeriyâ Yahyâ b. Şeref b. Mürî en-Nevevî, *Ravzatü't Tâlibîn ve Umdetü'l Müttakin*, C. X, Beyrut: Mektebetü'l İslami, 1991, s. 64.

²²⁵ Üdeh, a.g.e., C. II, s. 710-711.

²²⁶ Abdülkerim Zeydan, *İslam Hukuku'na Giriş*, çev. Ali Şafak, İstanbul: Kayıhan Yayınları, 1985, s. 96.

²²⁷ İrfan İnce, "Ridde", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, C. 35, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2008, s. 90-91.

²²⁸ Aydın, *Türk Ceza Hukuku*, s. 191.

uygulanabilmesi için bunun sözlü olarak ikrar edilmesi veya eyleme dökülmesi gerekmektedir. Çünkü Allah katında insan iç dünyasında geçirdiklerinden dolayı mesul tutulmamıştır.²²⁹ İkrarda bulunup eyleme döken kişilere cezanın gerekli görülmesinin nedeni ise İslam devletinin bütünlüğünü sağlamak ve bunu gerçekleştirebilmek adına ortaya çıkması muhtemel karışıklıkların önlenmesidir.²³⁰ Sosyal medya üzerinde yapılan paylaşımlar ise insanın iç dünyasındaki düşüncelerinin dışarı vurulmuş hali olduğu için din karşıtı yazılan her bir yazı, paylaşılan videolar, resimler, yapılan yorumlar irtidâd suçu ile ilişkilendirilebilir. Din karşıtı olarak yapılan tüm bu söylemler ise halkın huzurunu bozmakta ve fitneye kapı aralamaktadır. Bundan dolayı sosyal medya üzerinde yazılan bu tür yazıların ve paylaşılan resimlerin İslam hukuku açısından uygun olmadığını söyleyebiliriz. İnsan iç dünyasında istediğini düşünmekte özgürken bunu eyleme geçirdiğinde başkalarına zarar veriyorsa İslam dini buna müsaade etmemiş ve bu yolun önünü kapama gayretinde olmuştur.

3. Gıybet ve Tecessüs İçerikli Paylaşımlar

Sosyal medya yeni bir sorumluluk alanı olarak hayatımıza girmiş olsa da günlük hayatta dini açıdan uyulması gereken kurallar sosyal medya için de geçerliliğini korumaktadır. Yani Allah'ın yasaklamış olduğu ve yapılmasını istemediği her bir davranış ve bu konudaki hükümler bu sanal mecradaki tasarruflar için de varlığını korumaktadır.

Sosyal medyaya magazinsel içeriklerin dâhil olması ile birlikte son zamanlarda görmeye alışkın olduğumuz şeylerden birisinin de başkaları hakkında yazılan, iddia edilen şeylerdir. İzinsiz bir şekilde paylaşılan ve çoğu zaman delilsiz kulaktan dolma bilgilere dayalı olarak yapılan bu paylaşımların fikhî boyutu bizim için önem arz etmektedir.

Bir insanın arkasından gizlice kötü bir şekilde konuşmak şeklinde tarif edilen gıybeti²³¹ Peygamber efendimiz (s.a.v.) “Kardeşini hoşlanmadığı bir şeyle anmak” şeklinde tanımlamış olup konuşulan şeylerin o kişide bulunması durumunda ne olacağı sorulduğunda ise bunun gıybet olduğunu, konuşulan hususların o kişide bulunmaması

²²⁹ Buhârî, İmân, 15.

²³⁰ Zeydan, a.g.e., s. 96.

²³¹ İbn Manzûr, a.g.e., “gyb” md., C. I, s. 656.

durumunda ise bunun iftira olacağını bildirmiştir.²³² Klasik fıkıh eserlerinde de gıybet konusu üzerinde durularak gıybetten kaçınmak gerektiği naslardan yola çıkarak ifade edilmeye çalışılmıştır.²³³

Kişiyi gıybeteye sevk eden belli başlı sebepler vardır. Gazali bunları sekiz başlık altında toplamıştır ve bunlar arasında çekememezlik, kendini üstün görme, üste çıkıp kendini haklı gösterme önde gelen sebeplerdendir.²³⁴ Gıybet sözle olabileceği gibi bunun yazıyla veya işaret yolu ile yapılması da mümkündür.²³⁵ Bundan dolayı sosyal medyada bilgi paylaşımı adı altında yapılan bu türden tasarruflar fikhî açıdan uygun değildir.

Gıybetin konusu kişinin bedeni, kullandığı eşyası, nesebi, dini veya ahlaki yaşantısı, bireysel tercihleri hakkında olabilir.²³⁶ Bunların her türlü tasarrufları yasaklanmıştır.²³⁷ Bu yasaklamadaki hikmet ise kişinin onurunu koruyabilmektir.²³⁸

Allah Hucurât sûresi 12. âyette gıybeti yasaklarken bununla birlikte zanna dayalı hüküm vermekten ve tecessüseye yönelmekten de kaçınılması gerektiğini bildirmiştir.²³⁹ Gizli durumları soruşturmak anlamına gelen tecessüs²⁴⁰ kavramı için sosyal medya oldukça müsait bir ortam olsa da âyet bir meselenin gerçek durumunu öğrenmek amaçlı yapılan her türlü araştırmanın yasaklandığını bize göstermektedir.

4. Ürün Tanıtımı ve Reklam İçerikli Paylaşımlar

Bilgisayar ve internet teknolojisindeki gelişmeler pek çok ticari faaliyetin sanal ortama taşınmasına olanak sağlamıştır. Ürün tanıtım ve satış işlemleri internet sitelerinin yanında artık sosyal medya hesapları üzerinden de gerçekleştirilmektedir. Ürün tanıtımı ürünün Facebook, Instagram gibi sosyal medya araçları üzerinde açılan resmî sayfalardan yapılabildiği gibi ürünün imalatında veya piyasaya sürülmesinde herhangi bir katkısı bulunmayan aracı kişiler tarafından da gerçekleştirilebilmektedir.

²³² Müslim, *Birr ve Sıla*, 70.

²³³ Ebü'l-Abbâs Şihâbüddîn Ahmed b. İdrîs b. Abdîrahmân el-Mısrî el-Karâfî, *Envâru'l-Burûk fî Envâi'l-Furûk*, C. IV, Âlemu'l Kutub, t.y., s. 229.

²³⁴ İmam Gazâlî, *İhyâ'u Ulûmi'd-Dîn*, çev. Ahmet Serdaroglu, C. III, İstanbul: Bedir Yayınları, 1974, s. 327-328.

²³⁵ a.g.e., s. 324.

²³⁶ a.g.e., s. 322.

²³⁷ Bkz. Hucurât, 49/12.

²³⁸ El-Karâfî, a.g.e., C. IV, s. 229.

²³⁹ Karaman vd., *Kur'an Yolu Türkçe Meâl ve Tefsir*, C. V, s. 96.

²⁴⁰ İbn Manzûr, a.g.e., "css" md., C. III, s. 38.

Tüm bunlar yapılırken ticari tasarrufların İslam hukukuna uygunluğu ve başkalarının menfaatine zarar vermeyecek şekilde gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Ticari alanda rekabet kabul edilmiş bir hak iken, bunun hukuka uygunluğu ancak meşru zeminde gerçekleşmesi ve ahlaki ilkelerin gözetilmesi ile mümkündür. Yoksa bu rekabet hukuki olma özelliğini kaybederek haksız rekabet şekline dönüşür.²⁴¹ Sosyal medya üzerinde de haksız rekabete sebebiyet veren durumlar karşımıza çıkmaktadır. Bunlar ise sanal âlemde daha çok ürün tanıtımı şeklinde yapılan paylaşımlar ile kendisini göstermektedir. Bu hususta Türk Ticaret Kanunu'nun 55. Maddesinde ilgili konuya yer verilerek çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. Kötüleme, aldatıcı bilgilere yer verme, ürünleri karşılaştırma gibi durumlar belli başlı haksız rekabet halleri olarak sıralanmıştır.²⁴² Bu kanun gereğince bir kişi sosyal medya hesabı üzerinden başka bir markayı kötüleyerek, gerçekte olmayan beyanlar sunarak ve diğer markaların aleyhinde paylaşımlar yaparak tüketicilerin kafasını karıştıran abartılı ifadeler kullanmamalıdır. Örneğin A firması sosyal medya hesabından kendisinin ne kadar iyi bir deterjan markası olduğu yönünde reklam yaparken diğer markaları kötüleyemez. Diğer markaların renkleri soldurduğunu veya kıyafetleri temizlemediğini iddia edemez. “Çamaşır makinası firmalarının %90'ı A deterjanını öneriyor” gibi bir iddia ortaya attıktan sonra bu oranın gerçek olmadığı ortaya çıktığında bu durum haksız rekabettir. Çünkü bu gibi iddialar diğer deterjanların kötü olduğu izlenimi vererek tüketiciyi yanıltmayı amaçlamaktadır.

Deterjan markası örneği üzerinden haksız rekabeti somutlaştırmaya çalışırken konu ile alakalı olarak şunu da söyleyebiliriz. A markası kendisinin en iyi olduğunu açıkça beyan etmeden yalnızca sahip olduğu sertifikaları sunarak veya ürünün içeriğinde bulunan organik veya sağlığa zararlı olmayan karışımlar hakkında tüketiciye bilgi vererek bunu somut bir şekilde gösterebilir. Yani marka sadece kendisini öne çıkarabilir. Ancak bunu yaparken bir başka markayı kötüleyemez. İslam hukuku açısından haksız rekabet konusuna baktığımızda ise Türk Ticaret Kanunu'ndaki hükümlerin İslam hukuku için de geçerli olduğunu görüyoruz. İslam hukukunda haksız rekabet başkasının haklarına, menfaatlerine aykırı bir durum ortaya koyduğundan dolayı

²⁴¹ Rıza Ayhan, Mehmet Özdamar, Hayrettin Çağlar, *6102 Sayılı Ticaret Kanunu Hükümlerine Göre Ticaret İşletme Hukuku Genel Esaslar*, 6. b., Ankara: Yetkin Yayınları, 2013, s. 275.

²⁴² Ayrıntılı bilgi için bkz. Ayhan, Özdamar, Çağlar, a.g.e., s. 283-291.

yasaklanmıştır.²⁴³ Nitekim İslam dininde esas olan temel gaye iyiliği emredip kötülükten sakındırmaktır.²⁴⁴ Buna karşılık haksız rekabet ise kendimiz dışındaki kişilerin veya kurumların aleyhinde ve bunların çıkarlarına aykırı bir beyanda bulunmayı gerektirmektedir. Bu ise İslam'ın ruhuna aykırı bir husustur.

Sosyal medyada haksız rekabet kasıtlı veya kasıtsız şekilde gerçekleşebilir. Haksız rekabet türlerinden daha çok karşımıza çıkan kendi ürününü ön plana çıkarmak adına başka ürünleri kötileyici tarzda yapılan kasti paylaşımlardır. Bu paylaşımlarda görmeye alışkın olduğumuz ifadeler ise daha çok “en iyi”, “bir numaralı” gibi sıfatlardır. Bu türden paylaşımların haksız rekabet kapsamında değerlendirilmesinin nedeni ise bu sıfatların belli bir ürünün kalitesini ortaya koymak adına diğer benzer ürünleri kötülemeyi amaçlamasıdır. Hiç kimse kendi ürünü aleyhinde reklam yapılmasına ve bu sayede başka kişilerin menfaat sağlamasına razı olmaz.²⁴⁵ Nitekim İslam dini gıybeti yasaklarken neyi amaçlamışsa başkasının ürününü kötüleme de aynı gerekçe ile yasak kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir.

İslam hukuku açısından değerlendirmesi gereken bir diğer mesele ise gerçeğe aykırı beyanlarda bulunarak güven kazanmak amaçlı yapılan sosyal medya paylaşımlarıdır. Konu ile ilgili olarak yukarıda verdiğimiz deterjan markası örneği üzerinden değerlendirmeye devam edebiliriz. Şâyet çamaşır makinesi üreticilerinin %90'ı gerçekten tanıtımı yapılan ürünü tavsiye ediyorsa bu gerçeğe uygun bir beyan olmakla beraber bir kişinin kendisini övmesi, faydalı, üstün yanlarını göstermesi olduğu için böylesine bir durum da İslam hukuku açısından uygun görülmemiştir.²⁴⁶ Şâyet böyle bir haber doğru bir bilgi değilse aldatıcı ürün tanıtımı olacağı için fikhî açıdan rahatlıkla haksız iktisap kapsamında değerlendirilebilir.²⁴⁷

Sosyal medyada haksız kazanç veya hileli kazanç kapsamında değerlendirmesi gereken bir diğer mesele reklam şirketlerinin sosyal medya kuruluşları ile sağladığı anlaşmalar hususundadır. Tıklanan reklam oranında komisyon elde eden sosyal medya

²⁴³ Mustafa Cevat Akşit, *İslam'da Ticâret Prensipleri*, 4. b., İstanbul: Gaye Vakfı Yayınları, 2004, s. 60-62.

²⁴⁴ Âl-i İmrân, 3/104.

²⁴⁵ Akşit, *İslam'da Ticâret Prensipleri*, s. 62.

²⁴⁶ Bkz. Necm, 53/32; Âyetin tefsiri için bkz. Karaman vd., *Kur'an Yolu Türkçe Meâl ve Tefsir*, C. V, s. 172-173.

²⁴⁷ Mustafa Cevat Akşit, *Modern Ticaret Hukuku ve İslam Ticaret Hukukunda Haksız Rekabet*, İstanbul: Gaye Vakfı Yayınları, 2004, s. 3334.

şirketleri bu kazancı sağlayabilmek adına kullanıcıların karşısına her fırsatta anlaşma kapsamınca uygun görülen reklam çıkarmakta ve bir şekilde kullanıcıları ilgili reklama yönlendirmektedir. İslam hukuku açısından bu durum hileli iktisap olarak değerlendirilmesi gereken bir meseledir.²⁴⁸ Nitekim hile, fikhî terminolojideki isimlendirme ile tağrir²⁴⁹ karşılıklı menfaatin varlığı yönünde bir izlenim vermek sûreti ile yapılan akitten ibaret olsa da burada tek taraflı bir menfaat²⁵⁰ ve kasti bir hataya sebebiyet verme söz konusudur.²⁵¹ Sosyal medya üzerinde maruz kalınan bu durum da kullanıcıları rahatlıkla kasti bir hataya sürüklemektir. Örneğin kullanıcılar Facebook üzerinde bir linki izlemek üzere tıkladıklarında çoğu zaman karşılıklarına izlemek istedikleri içerik ile ilgisi olmayan reklamlar çıkmaktadır. Bu reklamları atlayabilmek içinse kullanıcıların bir müddet beklemeleri gerekmektedir. Bu durum reklam şirketlerinin hileli yollara başvurarak kullanıcılara iradeleri dışında pek çok içeriği izletmesine sebep olmaktadır. Bu ise ikinci, üçüncü kişilere hileli kazanç kapısı açmaktadır. Oysaki İslam'ın emrettiği şey bu değildir. Bu hususta Hz. Peygamber (s.a.v.)'in ashabına telkini aldatmadan, hileli iktisaptan beri olmaları yönündedir.²⁵² Bundan dolayı hilenin sözlü, fiili veya yalan beyan ile yapılması İslam hukuku açısından mahzurlu görülen yollardan biridir.²⁵³

²⁴⁸ M. Raşit Akpınar, “Sosyal Ağların Fikhî Boyutu”, *Çevre ve Ahlak Sempozyumu Bildiri Metinleri*, ed. M. Doğan Karacoşkun, Gaziantep, 2014, s. 233-234.

²⁴⁹ Mecelle, md. 164.

²⁵⁰ Zeydan, a.g.e., s. 520.

²⁵¹ Hayrettin Karaman, *Mukayeseli İslam Hukuku*, C. II, İstanbul: İrfan Yayınevi, 1982, s. 142.

²⁵² İlgili hadis için bkz. Müslim, İman 164.

²⁵³ Bkz. Karaman, *Mukayeseli İslam Hukuku* C. II, s. 142-146.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA KULLANIMININ SEBEP OLDUĞU SORUNLAR VE FIKHÎ AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

I. SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ İRADELERİ DIŞINDA GERÇEKLEŞEN HUKUK İHLALLERİ

Gelişen teknolojik imkânlarla beraber sosyal medyanın hayatımıza hızla dâhil olması bazı ihlallerin yaşanmasını kaçınılmaz kılmıştır. Bu ihlallerin başında ise kişisel verilerin gerektiği gibi korunamaması gelmektedir. Sosyal medya üzerinde gerçekleşen tasarrufların daha çok kişi merkezli olması bazı kişilik hakkı ihlallerine sebep olmaktadır.

Kişilik hakkı kavramı Türk Medeni Kanunu'nda tanımlanmamıştır. Ancak konu ile ilgili yapılan çalışmalarda kişilik hakkı ile ilgili olarak farklı tanımlamalar ve değişik sınıflandırmalar yapılmıştır. Bu tasniflerde dikkat çeken husus ise belli kişisel değerler zikredilirken kişilik hakkı kavramının kişisel değerlerin korunması hususunda temel bir hak olduğudur.²⁵⁴ Bu kişisel değerler arasında ise konumuzla bağlantılı olan mesele “özel hayatın gizliliği”dir.

Kişilik hakkı kavramı Türk Medeni Kanunu'nda 23. madde ve devamında düzenlenen hükümlerde ele alınmış olup bu hakkın vazgeçilmez haklardan olduğu (md. 23) belirtilerek bu haklara saldırı durumunda uygulanacak yöntemler hakkında (md. 24-25) bilgi verilmiştir. Türk Borçlar hukukunda ise kişilik hakkının ihlali durumunda uygulanacak yaptırımın (md. 58) belirlenmesiyle birlikte kişisel haklara yönelik temel hükümlere netlik kazandırılmıştır.

Sosyal medyada kullanıcıların iradeleri dışındaki ihlaller farklı şekillerde gerçekleşmekle beraber bu ihlallerin genellikle birinci ve ikinci kişiler dışındaki şahıslar tarafından ortaya konulduğu görülmektedir. Bu ihlaller genellikle içerik paylaşımları, bilişim suçları ve sosyal medya üzerindeki güvenlik ihlallerinden kaynaklı olarak ortaya çıkmaktadır.²⁵⁵ Bu ihlaller neticesinde ise şahısların maddi ve manevi kişisel değerleri zarar görmektedir. Maddi kişisel değer dediğimiz husus kişinin vücut bütünlüğünü içerdiğinden dolayı aslında sosyal medyanın direkt olarak kişinin maddi yönünü oluşturan vücut bütünlüğüne zarar verdiği söylenemez. Ancak bunun gerçekleşmesi

²⁵⁴ Mehmet Beşir Acabey, “Basın Özgürlüğü ve Bu Hakkın Bir Sınırı Olarak Kişilik Hakkı”, *Journal of Yaşar Üniversitesi*, C. VIII, Özel Sayı (2013), s. 10-11.

²⁵⁵ Mine Kaya, “Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlalleri”, *TBB Dergisi*, S. 291 (2015), s. 291.

dolaylı yoldan meydana gelen psikolojik etkiler şeklinde karşımıza çıkabilir.²⁵⁶ Nitekim yapılan araştırmalar da gerçeğin bu yönde olduğunu göstermektedir. Buna göre sosyal medya kullanıcılarının kişilik değerlerinde bozulmalar yaşandığı ve kullanıcıların narsist bireyler olma yolunda ilerlediği ortaya çıkmıştır.²⁵⁷

Manevi kişisel değerlerin ihlaline gelince bu değerlerin kapsamına giren noktaların yukarıda zikretmiş olduğumuz içerik paylaşımları, bilişim suçları ve sosyal medya üzerindeki güvenlik ihlallerinden kaynaklandığını rahatlıkla söyleyebiliriz. Kişinin manevi değerlerini oluşturan durumların sır alanını da kapsayan aile ilişkilerini, kişinin saygınlığını, fotoğraflar üzerinde bulunan haklarını kapsadığı tespit edilmiş olup²⁵⁸ bu haklar medeni kanunda zikretmiş bulunduğumuz maddeler çerçevesince koruma altına alınmıştır.

Sosyal medya üzerinde karşılaşılan hukuk ihlallerinin başında kişinin saygınlığı ve haysiyeti üzerine yapılan kişilik hakkı ihlalleri gelmektedir. Bu yolla yapılan ve kişinin iradesi dışında gerçekleştirilen sosyal medya paylaşımlarında amaç kişinin itibarına zarar vererek onun manevi değerini düşürecek paylaşımlar yapmak ve bu sayede halk nezdinde değer kaybı oluşturmaktır.²⁵⁹ Bu ihlaller yazılı içeriklerle yapılabileceği gibi görsel veya sesli içerik paylaşımlarıyla da yapılabilmektedir. Nitekim bu şekilde gerçekleşen paylaşımların kişinin rızası dışında oluşan hukuk ihlallerinden sayılmasının nedeni gerek kişinin fotoğraflarının gerekse sesinin aslen kişinin rızası dışında kullanılmaması ve üzerinde değişiklik yapılamamasındandır. Kişi ancak açık rıza beyanı ile bu haklarından vazgeçebilir.²⁶⁰ Bundan dolayı bir kimse sesinin kaydedilmesini ve bunun sosyal medya üzerinde paylaşılmasına izin vermediği takdirde veya kendisi kamuya açık bir alanda paylaşmadığı sürece kimsenin başka birinin sesi üzerinde tasarrufta bulunma yetkisi yoktur. Aynı durum fotoğraf üzerindeki tasarruflar için de geçerlidir.

²⁵⁶ Murat Tümerdem, *İnternette Kişilik Hakkı İhlâlinde Kaynaklanan Manevi Tazminat (Yüksek Lisans Tezi)*, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk (Medeni Hukuk) Anabilim Dalı, 2013, s. 6.

²⁵⁷ Sanlav, a.g.e., s. 90-91.

²⁵⁸ <http://www.fatihhukukburosusu.com/makaleler/kisilik-hakki-ve-basin.html> , (01.06.18).

²⁵⁹ Sinan Sami Akkurt, "Kişilik Hakkının Sosyal Medya Kullanıcıları Tarafından İhlâli Halinde Ortaya Çıkacak Cezaî Sorumluluğa Medeni Hukuk Bağlamında Bir Bakış", *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. XXV, S. 2 (2017), s. 347-348.

²⁶⁰ Tümerdem, a.g.e., s. 12.

Meseleyi kısaca ele aldıktan sonra manevi değerlerin ihlali konusunda kilit noktanın bir kişinin *özel hayatının* paylaşılmasının hak sahibinin rızası dâhilinde gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği olduğunu söyleyebiliriz. Bundan dolayı *özel hayat* dediğimiz zaman bu alanın neleri kapsadığının, hangi hususlarda kişinin rızası gerektiğinin, hangi hususlarda rıza beyanı gerekmeden bir başkasının ses ve görüntüsünün kayıt altına alınabileceğinin veya üçüncü kişilerin sosyal medya üzerinde paylaşım yapma yetkisinin bulunduğu bilinmesi gerekmektedir. Hangi tasarrufların ortak alana dâhil edilebileceği özel hayat alanına sahip olan kişinin kendi iradesine bırakılmıştır.

Anayasanın 20. maddesinde herkesin özel hayatına saygı duyulması gerektiği belirtilerek²⁶¹ kimsenin bir başkasının *özel hayat alanına* müdahale edemeyeceği hususu kanunen güvence altına alınmıştır. Anayasada da belirtilmiş olan *özel hayat alanının* kapsamı, ne ifade ettiği sosyal medya tasarruflarında hangi hususların kişilik hakkı ihlaline girdiğinin tespit edilebilmesi adına önem arz etmektedir.

Özel hayata müdahale özel hayat olarak isimlendirilebilecek alana dâhil olan yani başkalarının haberdar olması istenmeyen, haberdar olması durumunda ise bir başkasına aktarılması istenmeyen veya sınırlı sayıda insan tarafından bilinmesine izin verilen durumları içermektedir. Bu haller dikkate alınarak bir kişinin hayat alanı üç ayrı başlık altında ele alınmıştır: *Kamusal alan, özel alan ve sır alanı*.²⁶²

Kamusal alan, kişilik haklarının korunması meselesinden ve irade dışı kişilik hakkı ihlali konusundan ayrı değerlendirilmesi gereken bir husustur. Çünkü her ne kadar gizlenmeye çalışılsa da kamuya açılmış bir alanın gizli kalması zordur. Sosyal bir varlık olarak insanın yaşamsal faaliyetlerini sürdürdüğü ve diğer insanların muttali olmasının önüne geçilemediği bu alanın her türlü müdahaleye açık olması durumu kişinin manevi değerlerinin zarar görmesi halinde meşruiyetini kaybeder.²⁶³ Sosyal medya boyutunda düşünüldüğünde ise normal şartlarda kamusal alana ait olsa bile manevi kişisel değerlerin kasti bir şekilde ihlal edilmesi mağdur olan kişinin iradesi dışında gerçekleşen ve kişilik haklarını ihlal eden bir durumdur.

²⁶¹ Bkz. md. 20.

²⁶² Ömer Faik Çetiner, *Kişilik Hakkının Basın Yolu İle İhlalinde Manevi Tazminat (Yüksek Lisans Tezi)*, İstanbul: Marmara Üniversitesi Özel Hukuk Anabilim Dalı, 1997, s. 55-56.

²⁶³ Tümerdem, a.g.e., s. 15.

Özel yaşam alanı olarak isimlendirilen alanda ise kişi kendisine ait bilgilerin sadece bir kısmını kendisinin belirlediği yakın çevresi ile paylaşmaktadır. Kamusal alanla kıyaslandığında özel yaşam alanı kapsamına giren kişi sayısının sınırlandırıldığı görülmektedir. Bu alana dâhil olan bu kişilerin elde etmiş olduğu bilgilerin kamusal alana açılması ise kişilik hakları ihlali olarak değerlendirilmektedir.²⁶⁴ Bu noktada sosyal medya üzerinde üçüncü kişilerin başkalarının özel hayat alanlarına dair paylaştıkları yazılar, fotoğraflar gerçekten özel hayat alanına dâhil ise hakkın ihlali kapsamına girmektedir. Çünkü bu bilgiler aslen kamuya açılmaması şartı ile yakın çevre ile paylaşılmışken izin alınmadan bu bilgilerin sosyal medya araçları üzerinde paylaşılması hukuka aykırıdır.

Sır alanı olarak isimlendirilen ve özel hayat alanına kıyasla kişi sayısı oldukça sınırlı tutulan bu alan üçüncü kişilerin bilgisinden uzaktır. Bu alanın içine başkalarının öğrenmesinin istenmediği her türlü bilgi girmektedir.²⁶⁵ Sır alanı, özel yaşam alanı ile birlikte bilginin kamuya paylaşılmaması noktasında benzerlik gösterse de sır alanında sırlara vakıf olan kişilerin bunları üçüncü kişilerle paylaşması yasaklanmıştır. Özel yaşam alanında ise bu bilgiler kamuya açılmadığı müddetçe ve şahsın manevi kişilik haklarına zarar verilmediği sürece üçüncü kişilerle paylaşılmasında sakınca görülmemiştir.²⁶⁶

Türk ceza hukuk sisteminde özel hayat alanının gizli olan yönüne karşı işlenen suçlar iki başlık altında ele alınmıştır. Bunlar: “Özel hayata ve hayatın gizli alanına karşı suçlar”²⁶⁷ ve “bilişim suçları”.²⁶⁸ Nitekim sosyal medyada kişilik haklarının ihlali paylaşılan içeriklerle ortaya çıktığı gibi kimi zaman da güvenlik önlemlerine rağmen şifrelerin kırılması ve bu sayede bireysel hesapların, ikinci ve üçüncü kişilerin eline geçmesi yoluyla da gerçekleşebilmektedir. Böyle durumlarda kişisel bilgiler ele geçirilerek kötü amaçlarla kullanılabilir ve bu durum kişilerin özellikle manevi kişisel haklarının zarar görmesine sebep olabilir.²⁶⁹

²⁶⁴ Halil İbrahim Acar, “Özel Hayatın Gizliliği ve Korunması”, *Türkiye Günlüğü*, Ankara, S. 62 (2000), s. 100.

²⁶⁵ Çetiner, a.g.e., s. 60.

²⁶⁶ Acar, a.g.e., s. 101.

²⁶⁷ Bkz. md. 132-140.

²⁶⁸ Bkz. md. 243-246.

²⁶⁹ Kaya, a.g.e., s. 296-298.

Bilişim suçlarının bizim için önemi ve konu ile ilişkilendirilmesi gereken asıl noktası özel hayat alanının gizli olan yönünün kullanıcıların iradeleri dışında kamuya açılmış olmasıdır.

Bilişim suçları ve özel hayata yönelik işlenen suçlar kanun maddelerinde ayrı başlıklar altında ele alınmıştır. TCK'da 132.²⁷⁰ madde ve devamında düzenlenen hükümlerde özel hayat alanı üçüncü kişilerle paylaşılan kişilerin özel hayat alanına dair bilgilerinin iradeleri dışında kamuya açılması söz konusudur. Bilişim suçları başlığı altında TCK'da 243.²⁷¹ madde ve devamında düzenlenen hükümlerde ise üçüncü kişiler mağdur bırakılan kişinin iradesi dışında hesaplarına dâhil olarak onların kişisel verilerini ele geçirmektedirler. Bu ise çeşitli yöntemlerle meydana gelebilir: Ağa dâhil olup gizlice dinleme, veri aldatmacası yöntemi ile verileri tahrif etme, turuva atı yöntemi ile zararsız gibi gözükten bir programı açmak sûreti ile gerçekleşen ve sonrasında belleğe yerleşerek ilgili kişilere veri aktarma, birçok kişinin verilerinin güvenliğini sağlamak amaçlı kullandığı tarama programları ile, ağ solucanları, virüsler, spamlar, olta saldırıları olarak isimlendirilen bilgisayar korsanlarının (hackerların) kişisel verileri ve şifreleri ele geçirmeye yönelik saldırıları bu yöntemlerden bazılarıdır.²⁷²

Netice itibari ile kişinin rızası olmadan ve iradesi dışında sosyal medya üzerindeki bilgilerin hukuki olmayan yollardan ele geçirilmesi sûreti ile gerçekleşen

²⁷⁰ Madde 132- (1) Kişiler arasındaki haberleşmenin gizliliğini ihlal eden kimse, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. Bu gizlilik ihlali haberleşme içeriklerinin kaydı sûretiyle gerçekleşirse, verilecek ceza bir kat artırılır.

(2) Kişiler arasındaki haberleşme içeriklerini hukuka aykırı olarak ifşa eden kimse, iki yıldan beş yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır.

(3) Kendisiyle yapılan haberleşmelerin içeriğini diğer tarafın rızası olmaksızın hukuka aykırı olarak alenen ifşa eden kişi, bir yıldan üç yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. İfşa edilen bu verilerin basın ve yayın yoluyla yayımlanması halinde de aynı cezaya hükmolunur.

²⁷¹ Madde 243- (1) Bir bilişim sisteminin bütününe veya bir kısmına, hukuka aykırı olarak giren veya orada kalmaya devam eden kimseye bir yıla kadar hapis veya adli para cezası verilir.

(2) Yukarıdaki fıkrada tanımlanan fiillerin bedeli karşılığı yararlanılabilen sistemler hakkında işlenmesi halinde, verilecek ceza yarı oranına kadar indirilir.

(3) Bu fiil nedeniyle sistemin içerdiği veriler yok olur veya değişirse, altı aydan iki yıla kadar hapis cezasına hükmolunur.

²⁷² Bahaddin Alaca, *Ülkemizde Bilişim Suçları ve Suça Etkisi (Yüksek Lisans Tezi)*, Ankara: T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Antrpoloji (Sosyal Antropoloji) Anabilim Dalı, 2008, s. 56-69.

veya kişinin özel hayat ve sır alanını paylaştığı kimselerin bu bilgileri kamuya mal etmeleri kişilik hakkı ihlali kapsamında değerlendirilmesi gereken bir meseledir.²⁷³

II. SOSYAL MEDYA KULLANICILARININ İRADELERİ DÂHİLİNDE GERÇEKLEŞEN HUKUK İHLALLERİ

Sosyal medya üzerinde meydana gelen hukuk ihlallerinin önemli bir kısmı sosyal medya kullanıcılarının kendi iradeleri dâhilinde vuku bulmaktadır. Bu tür ihlaller hem Türk hukuk sistemi hem de İslam hukuku açısından bir suç olarak değerlendirilmektedir. Bu bölümde öncelikle Türk hukuk sistemi açısından kullanıcıların kendi iradeleri dâhilinde sebep oldukları hukuk ihlallerine kısaca değinildikten sonra mesele İslam hukuku açısından ele alınacaktır.

Kullanıcıların iradeleri dâhilinde meydana gelen hukuk ihlallerini bir önceki başlıkta olduğu gibi *sır alan*, *özel alan* ve *kamusal alan* şeklindeki tasniften hareketle değerlendireceğiz.

Sosyal medya kuruluşları kullanıcılarına çeşitli gizlilik ilkeleri sunmakta ve bu ilkeler dâhilinde verilerin gizliliğinin nasıl korunacağını belirtmektedirler. Sosyal medya araçlarını kullanan herkesin bu gizlilik ilkelerini prensip olarak onayladığı kabul edilmektedir. Bu ilkeler kapsamında sosyal medya üzerinde paylaşılan verilerin nasıl saklandığı ve gerektiğinde nasıl kullanılacağı belirtilmektedir. Kullanıcılar bu ilkelerden hareketle gizlilik ayarlarında değişiklik yapabilmekte ve bu yetki her kullanıcı için bireysel olmaktadır. Yani her kullanıcı paylaştığı içeriklerin kimler tarafından görüleceğine kendisi karar vermektedir. Bu yetki kapsamında bir kullanıcı gönderilerini “herkese açık”, “arkadaşlarına açık”, “belli kişiler hariç arkadaşlarına açık” veya “sadece belli arkadaşlarına açık” şeklinde ayarlayabilir.

Türk hukuk sisteminde gizlilik ayarları herkese açık bulunmayan bir sosyal medya aracında paylaşılan içeriklerin hesapta ekli bulunan kişiler tarafından kamuya açılması veya kullanıcının rızası dışında ve hukuka aykırı şekilde kullanılması özel hayatın gizliliğine zarar verdiği gibi bu durum kişilik hakkı ihlallerini de beraberinde

²⁷³ Kemal Atasoy, “Kişilik Hakkı Kapsamında Sosyal Medyada Kişisel Verilerin Korunması ve Veri Sahibinin Rızası”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, C. XXII, S. 3 (2016), s. 277.

getirmektedir.²⁷⁴ Aynı şekilde sosyal medya kuruluşu bu özellikte bir hesabın verilerini depolama yetkisine sahip olduğu halde istediği şekilde tasarrufta bulunma yetkisine sahip değildir. Ancak herkese açık gönderiler kamuya açık sayıldığından dolayı bazı istisnalar bulunmakla birlikte diğer kullanıcılara hukuk sınırları dâhilinde tasarrufta bulunma yetkisi verilmektedir.

Meselenin İslam hukuku açısından değerlendirilmesi ise modern hukuk sistemine kıyasla daha farklıdır. Modern hukuk sisteminde kamusal alana açılan veriler üzerindeki bazı tasarruflar suç sayılmazken İslam hukukunda kişinin iradesi bulunsa bile hukuk ihlali kapsamında değerlendirilebilmektedir. Yani modern hukuk sisteminde herkese açık olmayan bir hesap üzerinde kullanıcının paylaştığı fotoğraf, video veya yazılı içerikler herhangi bir şekilde özel alanının ifşası veya kullanıcının iradesi dâhilinde gerçekleşen bir hukuk ihlali sayılmazken meselenin İslam hukuku açısından değerlendirilmesi daha farklı şekilde olmaktadır.

Biz bundan sonraki kısımda kullanıcılarının iradeleri dâhilinde gerçekleşen hukuk ihlallerini fikhî açıdan ele alıp konuyu “mahremiyet ihlali” ve “halvet” başlıkları altında değerlendirmeye çalışacağız.

A. MAHREMİYET İHLALİ

1. Mahremiyet Kavramı

Haram kelimesinden türemiş olan “mahrem” lûgatta evlenilmesi yasak olan ve nikâhlanılması kendisine haram kılınan kişiler anlamına gelmektedir.²⁷⁵ Mahrem kelimesi ayrıca “hürmet”, “ihtiram” gibi anlamlarda da kullanılmaktadır.²⁷⁶ Mahremiyet de yine aynı kökten türemiş olup “gizlilik” anlamı vermektedir.²⁷⁷

Mahremiyet kelimesinin anlamına ilişkin temelde iki farklı isimlendirme söz konusudur. Klasik kaynaklara bakıldığında zaman mahremiyet kavramına ilişkin özel bir

²⁷⁴ Akkurt, a.g.e., s. 361.

²⁷⁵ Devellioğlu, a.g.e., s.680.

²⁷⁶ Erdoğan, a.g.e., s. 336.

²⁷⁷ Safa Kılıçoğlu, Nezihe Araz, Hakkı Devrim, *Büyük Lûgat ve Ansiklopedi*, C. VIII, İstanbul: Meydan, 1972, s. 248.

isimlendirme söz konusu değilken²⁷⁸ günümüz İslam hukukunda bu kavramın bazen “mahremiyet” kelimesi ile ifade edildiği görülürken bazense “özel hayatın gizliliği ve korunması” şeklinde isimlendirildiği görülmektedir.²⁷⁹

Mahremiyet kavramının tam bir tanımı yapılamasa da bu kavram başkalarının ulaşması istenmeyen bilgiler ve hususen özel hayatın gizliliğini ifade etmek için kullanılmaktadır. Tanımdaki bu zorluk, mahremiyet kavramının Türkçe karşılığının bulunmasındaki zorlukta olduğu gibi özel hayat kavramının sınır ve kapsamındaki belirsizlikten kaynaklanmaktadır. Bu hususta kişinin başkalarından gizlediği hayat alanının bulunması ve başkalarından gizlemeyip üçüncü kişilerle de paylaştığı hayat alanının varlığı bu tanımı zorlaştırmaktadır.²⁸⁰

Mahremiyet ya da özel hayatın gizliliği dediğimiz kavram Kur'an ve sünnette çeşitli âyet ve hadisler bağlamında ele alınmış ve buradan yola çıkılarak çeşitli hükümler ortaya konulmuştur. Biz de İslam hukukunun genel ilkelerinden hareketle sosyal medya üzerinde nasıl bir mahremiyet çizgisine sahip olmamız gerektiğini ve yine sosyal medya üzerinde ne tür mahremiyet ihlalleriyle karşılaştığımızı ortaya koymaya çalışacağız.

2. Sosyal Medyada Mahremiyet İhlalleri

İnsan yaratılış itibari ile iki yapıdan meydana gelmiştir. Birincisi insanın görünen kısmını oluşturan maddi varlığı iken ikincisi manevi varlığını oluşturan onuru ve şerefidir. Mahremiyet kavramının meydana gelmesi ve bununla birlikte korunması adına gayret gösterilmesinin altında yatan temel gaye insanın manevi varlığının bozulmadan sürdürülebilmesidir.²⁸¹

Modern anlayışa göre mahremiyet kişinin istediği gibi hareket etmesine imkân tanıyan bir hak iken İslam hukukunda mahremiyet “Şari'in başkalarının ulaşmasına

²⁷⁸ Abdullah Kahraman, “Mahremiyetin Tanımı ve Sınırı”, *Din Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Alguları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal vd., C. I, Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayını, 2015, s. 34.

²⁷⁹ Abdullah Kahraman, *İslam Hukuk ve Ahlak İlkeleri Işığında Özel Hayatın Gizliliği (Mahremiyet)*, Ankara: Ebabil Yayınları, 2008, s. 58.

²⁸⁰ Cemalettin Şen, “İslam Hukuku Açısından Mahremiyet-Zaman İlişkisine Mukayeseli Bir Bakış”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.VII, S.1 (2016), s. 930-931.

²⁸¹ Tuba Öztürk, “Mahremiyet Sınırlarının Değişimi: Hz. Peygamber'in Özel Hayat Örneği”, *Türkiye'de Tüm Yönleri ile Sıyer Çalışmaları Sempozyum Tebliğler Kitabı I*, (ed.) Hatice Sarı Tan, C. I, İstanbul: Meridyen Derneği Yayınları, 2016, s. 153.

sınır koyduğu hak” şeklinde tanımlanmıştır. Yani İslam hukukunda bu hak başkalarıyla ilişkilerde dikkat edilmesi gereken sınırları ve dolaylı açıdan kişiye yüklenen sorumlulukları ifade etmektedir. Bu iki tanım arasında önemli ölçüde fark vardır. Nitekim modern hukuk sisteminde mahremiyet alanlarını belirleyen, kişinin kendisi iken İslam hukukunda bu sınırları belirleyen şeriat koyucusudur.²⁸²

Modern hukuk sistemi ile İslam hukuku arasında mahremiyetin kapsamı konusunda farklılık söz konusu olsa da her iki hukuk sistemi temelde kişinin birtakım özel bilgilerini başkalarından uzak tutmayı amaçladığı görülmektedir. Modern hukukta anayasa hukuku ile medeni hukukun üzerinde durduğu mahremiyet kavramının, üç temel alanla yakından ilişkilendirildiği görülmektedir. Bunlar: “Konut dokunulmazlığı”, “haberleşme hürriyeti ve haberleşmenin gizliliği” ve “özel eşyaların gizliliğidir”.²⁸³

İslam hukukuna göre mahremiyetin ne şekilde oluşacağı başlığımızın temel noktasını oluşturmaktadır. Ancak İslam hukukunda mahremiyetin tasnifi ve bununla bağlantılı olarak hayat alanlarına göre ele alacağımız sosyal medya konusuna geçmeden önce konu ile ilgili olarak belirtmemiz gereken husus İslam hukuku kitaplarında *sır alan*, *özel alan* ve *kamusal alan* şeklinde üçlü bir tasnifin bulunmadığıdır. Bu ayırım ancak modern hukuk sisteminde karşımıza çıkmaktadır. İslam hukukunda bu üçlü tasnife bağlı olarak mesele ayrı bir başlık altında ismen ele alınıp irdelenmemiş olsa da İslam hukuku bu konu ile bağlantılı hükümleri bünyesinde barındırmakta ve buradan hareketle hayat alanlarına dair kaideler ortaya koymaktadır.²⁸⁴

Kullanıcıların iradeleri dâhilinde sosyal medya üzerinde ortaya çıkan mahremiyet ihlalleri beden mahremiyeti, mesken mahremiyeti ve bilgi mahremiyeti ihlali olarak üç başlık altında ele alınacaktır.

a. Beden Mahremiyeti

Sosyal medyanın en önemli malzemesini çoğu kez kişinin kendisi oluşturmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyanın temel işlevi paylaşmak ve veri elde etmektir. Bu paylaşımların büyük bir kısmını fotoğraf ve video paylaşımları

²⁸² İsmail Güllük, “Avret Mahremiyeti Prensipleri Açısından Görüntü Gerçeklik, Sanal Âlem ve Cinsellik Üzerine Fıkhî Bir Analiz” *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, S. 23 (2014), s. 105-107.

²⁸³ Servet Armağan, “İslam Hukukunda Özel Hayatın Gizliliği (Mahfuziyeti)”, *İslam Teknik Enstitüsü Dergisi*, ed. Tayyip Gökbilgin, İstanbul: Edebiyat Fakültesi Basımevi, C. VI (1976), s. 142-143.

²⁸⁴ Kahraman, “Mahremiyetin Tanımı ve Sınırı”, s. 39.

oluşturmaktadır. Bu durum ise mahremiyete zarar verip kişinin hayat alanının daha çok göz önünde tutulmasına sebep olmaktadır. Bu özelliklerinden dolayı sosyal medyanın “görme”, “görünme” ve “gösterme” üzerine kurulu yeni bir medya aracı olduğunu söyleyebiliriz.²⁸⁵ İslam hukuku açısından konu değerlendirilmeye alındığında ise tartışmanın temelde bu üç ana özellikten kaynaklandığı ifade edilebilir.

Beden ve mahremiyet ilişkisi gözetilerek sosyal medya ekseninde konuya baktığımız zaman fikhî açıdan ifade edilmesi gereken en temel husus beden mahremiyetinin korunması gerektiğidir. Allah beden mahremiyetini tesis ederken bunu sosyal medyanın görme, görünme ve gösterme şeklindeki temel özelliklerinden farklı olarak ortaya koymuştur. *Avret* kelimesi ile ifade edilen bu özellik insanın görülmesi veya dışarıya açılması uygun olmayan, başkaları üzerinde bakışların saklanması gereken yerlerini ifade etmektedir.²⁸⁶ Yani sosyal medyanın kullanım amacının aksine mahremiyet kavramı bünyesinde insanı muhafaza etmeye çalışan, onu dış etkilerden ve bakışlardan koruyan bir anlayış barındırmaktadır.

Müslüman kimliğine sahip olan bir kişinin “gören” ve “görülen” olarak iki tür sorumluluk alanı bulunmaktadır.²⁸⁷ Bu durum sosyal medya hesapları için de geçerlidir. Her sosyal medya kullanıcısı yaptığı paylaşımları ile kullanıcıların gözünde görülen konumda iken diğer kullanıcıların yaptığı paylaşımları takip edebiliyor olması onu sosyal medya üzerinde gören konumuna sokmaktadır. İşte bundan dolayı bedenin bütün halde mahremiyeti olduğu gibi gözün, kulağın ve diğer organların her birinin de mahremiyeti vardır. Zira sanal âlemde en fazla ihmal edilen mahremiyet izlediğimiz ve dinlediğimiz şeyler ile gözün ve kulağın mahremiyeti olmaktadır. Bu ise bir takım hukuk ihlallerine sebebiyet verebilmektedir.²⁸⁸

Beden mahremiyeti şeklinde isimlendirmiş olduğumuz konu Nûr sûresi 30. âyette “Mümin erkeklere söyle gözlerini haramdan korusunlar” şeklindeki ifade ile ve devamında gelen 31. âyette “Mümin kadınlara söyle ırzlarını korusunlar. Görünen

²⁸⁵ Emine Gümüş Böke, “İslam Hukukunda Süt Kardeşliği ve Mahremiyet”, *Din Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal vd., C. I, Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayını, 2015, s. 539-540.

²⁸⁶ Mehmet Şener, “Avret”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, C. 4, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1991, s. 125.

²⁸⁷ Huriye Martı, “Hz. Peygamber’in Hadislerinde Beden ve Mahremiyeti”, *Marife Dergisi*, yıl: 9, S. 2 (2009), s. 10.

²⁸⁸ Güllük, a.g.e., s. 109.

kısımlar müstesna, ziynet yerlerini göstermesinler” şeklindeki âyet-i kerime ile anlaşılmaktadır. Böylece âyette hem gözleri mahremiyete zarar verecek sakıncalı şeylerden sakındırmak gerektiği hem de ziynet yerlerini örtmek gerektiği ifade edilmiştir.

Beden mahremiyeti çerçevesinde ele alınan konunun önemi âyet-i kerimelerin²⁸⁹ tahlili ile ortaya çıkmaktadır. “Ziynet” kelime anlamı olarak süs eşyası olarak bilinse de burada geçen anlamı ile “tesettür” manasındadır. Yani gerek kadın için gerekse erkek için Allah’ın belirlediği sınırlar dâhilinde örtünmeleri gereken yerleri ifade etmektedir.²⁹⁰ Nitekim bu konuda İslam uleması örtünmesi gereken bu yerlerin gizli olan yerlerden sayıldığını ve bunların aslen bilezik, boyunluk gibi süs eşyalarının takıldığı yerler olduğunu belirtmiştir.²⁹¹ Ayrıca âyet-i kerimede konumuz ile bağlantılı olmasa da normal şartlarda elbisenin de ziynet sayılabileceği ama burada bu anlamın istisna edildiği belirtilmiştir.²⁹² Tüm bunlardan hareketle kadının vücudunun güzelliği âyetten yola çıkılarak ziynet kabul edilirken giydiği kıyafet ve takıları ile meydana gelen yani insanın dıştan görünen bütün hâli de ziynet kapsamında değerlendirilmektedir.²⁹³

Sosyal medya üzerindeki tasarrufları beden mahremiyetinin delillerinden hareketle değerlendirecek olursak, sosyal medya üzerinde bu tasarruflar genellikle fotoğraf ve video paylaşımları şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya hesapları her ne kadar kişinin kendi özel hayat alanını oluşturuyor olsa da ve yine bu özel hayat alanını kimlerle ne şekilde paylaşacağına kişi kendisi karar verse de bir kimsenin özgürlüğü başkasının haklarına ve hayat alanına zarar verdiği durumlarda sınırlandırılmaktadır. Nitekim bu noktada bir kimsenin kendi sosyal medya hesabı üzerinden başkasına ait bir fotoğrafı paylaşıyor olması o kişinin özel hayat alanına veya mahremiyetine zarar verme ihtimali içermektedir.

²⁸⁹ Nûr, 24/30-31.

²⁹⁰ H. Yunus Apaydın, “Tesettür”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, C. 40, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2011, s. 539.

²⁹¹ Ebû İshâk İbrâhîm b. es-Serî b. Sehl ez-Zeccâc el-Bağdâdî, *Me’ani’l Kur’an ve İrabüh*, thk. Abdulcelil Abduhu Şelbî, C. IV, Beyrut: Âlemü’l Kutub, 1988, s.39.

²⁹² Ebû Muhammed Abdülhak b. Gâlib b. Abdîrahmân b. Gâlib el-Muhâribî el-Gırnâtî İbn Atıyye el-Endelüsî, *el Muharrerü’l Veciz fi Tefsiril Kitâbi’l Azîz*, thk. Abdüsselâm Abdüşşâfi Muhammed C. III, Beyrut: Daru’l Kutubi’l-İlmiyye, t.y., s. 293.

²⁹³ Sâbûnî, a.g.e., C. II, s. 149.

Sosyal medya kullanıcılarının kendilerine ait fotoğrafları hesaplarında paylaşmaları hakkında ise şunu diyebiliriz: Modern hukuk sisteminde dışarıya kapalı olarak ayarlanmış bir profile sahip olan sosyal medya aracı üzerindeki kişisel sayfalar her bir kullanıcının kendi özel hayat alanını oluşturmaktadır. Herhangi bir hak ihlalinde bulunulmadığı takdirde bu sayfalar üzerinde her türlü tasarrufta bulunma konusunda kullanıcılara serbestlik tanınmaktadır. İslam hukuku açısından bakıldığında ise mahremiyetin tesisi noktasında bu alanlar modern hukuk sisteminin aksine *kamusal alan* hükmündedir. Çünkü mahremiyet veya özel hayatın gizliliği temelde gizli olma, özel olma, bir bilgiyi başka birisinin bilgisi dışında tutmayı amaçlamaktadır.²⁹⁴ Paylaşılan fotoğraf ve video içerikleri ise İslam hukukunun sağlamaya çalıştığı bu gayeden oldukça uzaktır. Zira paylaşılan bu kişisel içerikli gönderiler her ne kadar herkese açık bir şekilde paylaşılmıyor olsa da özel hayat alanının sır olarak kalması ve gizli tutulması ilkesine aykırıdır. Nitekim ilk aşamada kişinin kendi iradesi dâhilinde gerçekleştirmiş olduğu bu ihlaller sonraki aşamalarda kişinin iradesi dâhilinden çıkarak kişisel verilerin korunamamasını, beraberinde ise mahremiyet ihlallerini getirebilir.

Sosyal medya kullanıcılarının bir kısmının kendi fotoğraflarını paylaşırken emoji adı verilen şekiller yardımı ile kendilerini sosyal medya üzerinde kamuflej etmeye çalıştıkları görülmektedir. Bu da beden mahremiyetinin ihlali kapsamında değerlendirilmesi gereken bir meseledir. Nitekim Nûr sûresi 30 ve 31. âyetlerde ifade etmeye çalıştığımız gibi ziynet, vücut güzelliği ile birlikte giyilen elbiseleri de içermektedir.²⁹⁵ Bu durumda sosyal medya üzerinde beden mahremiyetinin sağlanabilmesi kişilerin bu ağlar üzerinde “görünür olma” hususunda İslam hukukunun çizdiği sınırlar dâhilinde hareket etmelerine ve bununla birlikte *kamusal alan* ve *özel alan* ayrımının farkında olmalarına bağlıdır.

İslam hukukçularının fikhın temel ilkelerinden hareketle belirlemiş oldukları bazı hükümler vardır. Buna göre Allah ortaya koyduğu her bir hükümle belli temel gayeler gütmekte ve bu gayeler merkezinde yaratılanlar için birer fayda sağlamaktadır.²⁹⁶ Bu durumda beden mahremiyetinin altında yatan temel gayeyi yani

²⁹⁴ Armağan, a.g.e., s. 146.

²⁹⁵ Sâbûnî, a.g.e., C. II, s. 149.

²⁹⁶ Zekiyüddin Şa'bân, *İslam Hukuk İlminin Esasları (Usûl'ül Fıkh)*, çev. İbrahim Kâfi Dönmez, 18. b., Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2013, s. 413.

insanın şeref ve haysiyetinin korumasını sağlayabilmek adına²⁹⁷ sosyal medya üzerinde mahremiyetin korunması ve bunun kamusal alanda ifşa edilmemesi gerekmektedir.

b. Mesken Mahremiyeti

Mesken ve mahremiyet ilişkisi açısından özel hayat alanının sınırlarını koruyabilmek için mesken dokunulmazlığı ilkesi ortaya konulmuştur. Mesken mahremiyeti tıpkı beden mahremiyetinde olduğu gibi sosyal medya üzerinde kullanıcıların kendi iradeleri dâhilinde ihlal edilmektedir. Bu durum ise bazı hukuk ihlallerini meydana getirmektedir. Bu tür ihlaller temelde mesken mahremiyetine zarar veriyor gözükse de bireysel mahremiyetin ve aile mahremiyetinin korunmasını da güçleştirmektedir.

“Ey iman edenler! Kendi evinizden başka evlere geldiğinizi hissettirip ev sahiplerine selam vermedikçe girmeyin”²⁹⁸ âyet-i kerimesi ve devamındaki “Eğer evde kimseyi bulamazsanız, size izin verilinceye kadar oraya girmeyin. Eğer size geri dönün denirse hemen dönün”²⁹⁹ meâlindeki âyet-i kerime ile Allah bir kimsenin kendi evi dışındaki evlere girerken izin istenmesi gerektiğini ve izin verilmemesi durumunda bu kişilerin geri dönmesi gerektiğini bildirmiştir. Bu âyetlerdeki hikmetin gözü sakındırmak ve bu sayede gözün muttali olunması istenmeyen bilgilerden uzak tutmak olduğu ilgili hadislerden yola çıkılarak anlaşılmaktadır.³⁰⁰

İslam hukukunda Nur sûresi 27. ve 28. âyetlerden hareketle mesken dokunulmazlığı tesis edilerek bir kimsenin başkalarına ait özel mekânlara ve evlere girerken nasıl hareket etmesi gerektiği ortaya konulmuştur. Devamında gelen “Size ait eşyası olan, oturanı bulunmayan evlere girmenizde günah yoktur”³⁰¹ şeklindeki âyetten anlaşılan ise bir önceki âyetlerde ortaya konulan mekânlardan farklı olarak korunaklı, belli kişilere ait özel meskenler değil herkesin kullanımına olanak sağlanan ve herhangi bir kimsenin girip çıkmasında mahzur bulunmayan otel, han, dükkân, mağaza, kahvehane, lokanta gibi umuma açık yerlerdir. Bunun dışında yıkık dökük harabeler de

²⁹⁷ Said Nuri Akgündüz, “İslam Hukuku Açısından Hukukun Koruyucu İşlevi”, *Din Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal vd., C. I, Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayını, 2015, s. 463.

²⁹⁸ Nûr 24/27.

²⁹⁹ Nûr 24/28.

³⁰⁰ İlgili hadisler için bkz. Müslim, Edeb, 41; Buhârî, İsti’zân, 11.

³⁰¹ Nur, 24/29.

kullanıma açık alanlar kapsamında değerlendirilmiş ve bu yerlere girerken izin almaya gerek görülmediği bildirilmiştir.³⁰²

Nûr sûresi 58.³⁰³ ve 59.³⁰⁴ âyetlerde de mesken dokunulmazlığı ele alınmış olup bu âyetlerin daha çok aile içi özel hayat alanı ile ilgili olduğu görülmektedir. Mesken dokunulmazlığını içeren âyetlerden Nûr sûresi 29. âyetin diğer âyetlere kıyasla *kamusal alanı* ifade ettiği söylenebilir.³⁰⁵ Böylelikle mesken dokunulmazlığı ile alakalı âyetlerden yola çıkılarak bir kimsenin herkesten gizlemek zorunda olduğu *sır alanının* varlığı ve bunun dışında herkese açık tutulan *kamusal hayat alanının* var olduğu gerçeği ortaya konulmaktadır.

Günümüzde teknolojik anlamda yaşanan gelişmeler ve özellikle sosyal medya kullanımının hızla artması ile birlikte *özel alan* ve *kamusal alan* ayrımı ortadan kalkmış ve böylece kişisel alanın çerçevesi daraltılmıştır.³⁰⁶ Zira günümüz toplumlarında evin mahrem olma anlayışı değişmiş³⁰⁷ ve bu durum sosyal medya hesaplarına da yansımıştır. Naslarda vurgulanan evlere izinsiz girme yasağı mesken mahremiyetini korumaya matuftur. Meskenlere izinsiz olarak girilmesi halinde istenmeyen durumlarla karşılaşabilme durumu buradaki hikmeti açıkça ortaya koymaktadır.

Mesken dokunulmazlığı kapsamında değerlendirilen sır alan ve özel hayat alanlarının sosyal medya üzerinde paylaşıyor olması fikhî açıdan çeşitli sorunları ve bazı hukuk ihlallerini meydana getirebilmektedir. Nitekim Allah'ın meskenlere girilirken izin istenmesini emretmesi evlerin özel alan, sır alanı olarak kabul

³⁰² Ebû Bekr Ahmed b. Alî er-Râzî el Cessâs, *Ahkâmü'l-Kur'an*, C. V, Beyrut: Dâru İhyâi't Turâsî'l-Arabî, 1405, s. 170; Ebû Cafer Muhammed b. Cerir et-Taberi, *Taberi Tefsiri*, çev. Hasan Karakaya, Kerim Aytekin, C. VI, İstanbul: Hisar Yayınları, 1996, s. 135-136; Muhammed Hamdi Yazır, *Hak Dîni Kur'an Dili*, C. VI, İstanbul: Huzur Yayınları, 2003, s. 188; Hayreddin Karaman vd., *Kur'an Yolu Türkçe Meâl ve Tefsir*, C. IV, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2008, s. 66.

³⁰³ "Ey iman edenler! Ellerinizi altında bulunanlar (köleleriniz) ve sizden henüz bulûğ çağına ermemiş olanlar, günde üç defa; sabah namazından önce, öğleyin elbiselerinizi çıkardığınız vakit ve yatsı namazından sonra (yanınıza girecekleri zaman) sizden izin istesinler. Bu üç vakit sizin soyunup dökündüğünüz vakitlerdir. Bu vakitlerin dışında (izinsiz girme konusunda) ne size, ne onlara bir günah vardır. Birbirinizin yanına girip çıkabilirsiniz. Allah, âyetlerini size işte böylece açıklar. Allah, hakkıyla bilendir, hüküm ve hikmet sahibidir". (Nûr 24/58)

³⁰⁴ "Çocuklarınız erginlik çağına geldiklerinde, kendilerinden öncekilerin izin istedikleri gibi izin istesinler. İşte Allah âyetlerini size böyle açıklar. Allah, hakkıyla bilendir, hüküm ve hikmet sahibidir." (Nûr 24/59)

³⁰⁵ Kahraman, "Mahremiyetin Tanımı ve Sınırı", s. 48.

³⁰⁶ Nazife Şişman, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 3.b., İstanbul: İnsan Yayınları, 2017, s. 61.

³⁰⁷ Nevzat Aydın, "Hadislerde Mesken Mahremiyetini Tehdit Eden Unsurlara Karşı Alınan Önlemler", *EKEV Akademi Dergisi*, S.63, 2005, s. 288.

edilmesindedir. Sosyal medya üzerinde ise özellikle paylaşılan fotoğraflar ile evlerin âdeta kamusal alan haline getirildiği görülmektedir. Bu durum mesken mahremiyeti ile ilgili âyetlerin gerektiği gibi iyi anlaşılmasından kaynaklanmaktadır. Nitekim Allah evlere girerken son derece temkinli davranılmasını isterken kullanıcılar sosyal medya hesapları üzerinde kendi mahrem alanlarını, aile hayatlarını kolaylıkla paylaşarak gizliliklerini ihlal etmektedirler.

c. Bilgi Mahremiyeti

İslam hukukunda kulların mahremiyeti temin edilirken beden ve mesken mahremiyeti yanında kişisel bilgilerin yayılmasını önlemek adına bilgi mahremiyetine vurgu yapılarak gizliliği korumak adına bazı önlemler alınmıştır.

Sosyal medyada bilgi mahremiyetine yönelik yapılan bireysel ihlallerden birisi iki kişi arasında geçen bir meselenin paylaşılmasıdır. Bu durum özel hayatın gizliliğinin ihlali sayılmaktadır. Nitekim bu konuda Peygamber efendimiz (s.a.v.) “Şüphesiz ki kıyamet gününde Allah indinde mevkii en kötü olacak insanlardan biri, karısı ile haşır neşir olup da sonra onun sırrını yayandır” buyurmuştur.³⁰⁸ Bu hadis meselenin anlaşılması açısından yol gösterici olmaktadır. Buradaki amaç kişinin mahremiyetini temin etmek sûreti ile özel hayat alanını ve sır alanını korumaktır.

Sosyal medya üzerindeki paylaşımlar sadece dar kapsamlı düşünülerek kişinin eşi ile başından geçen olayları yaymak olarak değerlendirilmemelidir. Bir kimse ile yaşadığı sorunu, aralarında geçen bir konuşmayı sosyal medya hesabı üzerinden paylaşan bir kişi kendisine ait bir bilgiyi açıkça ifşa etmesi sebebi ile kendi iradesi dâhilinde bir hukuk ihlaline sebep olduğu gibi arasında husumetin geçtiği diğer kişi açısından ise onun iradesi dışında gerçekleşen hukuk ihlaline sebep olmaktadır.

Sosyal medyaya kaydolurken girdiğimiz ve sonrasında da sosyal medya üzerinde kendimiz ile alakalı olarak paylaştığımız her türlü kişisel bilgiler de bu kapsamda değerlendirilmesi gereken ihlallerdendir.

B. HALVET

“Yalnız kalma”, “baş başa kalma” gibi anlamlar içeren halvet, İslam hukukunda kadın ve erkeğin nikâh akdi sonrasında üçüncü kişilerin izin almadan giremeyeceği bir

³⁰⁸ Müslim, Nikâh 123.

ortamda yalnız başlarına kalmalarını ifade etmektedir.³⁰⁹ Bu şekilde gerçekleşen halvet sonucunda kadının hangi durumda ne tür haklara sahip olacağı İslam hukukçuları tarafından ayrıntılı şekilde ele alınmış olup bunun yanında halvet-i sahihanın gerçekleşmemesi durumunda iddet, mehir gibi hususların da ne ölçüde uygulanacağı belirlenmiştir.³¹⁰ Aralarında nikâh akdi bulunmayan kimselerin ise kapalı bir ortamda yalnız başına kalmaları harama giden yolları önlemek adına uygun görülmemiştir.³¹¹

Sosyal medyanın halvet kapsamında değerlendirilmesinin nedeni kullanıcıların kendileri dışında üçüncü bir şahsın müdâhil olamayacağı bir ortamda yani dışarıdan başka bir kimsenin giremeyeceği kapalı bir sistem üzerinde çeşitli tasarruflarda bulunuyor olmalarıdır. Konunun sosyal medyadaki mahremiyet ihlallerinden ayrı bir başlık altında ele alınmasının sebebi, mahremiyet ihlallerinin hayat alanlarından *kamusal alan*, *özel alan* veya *sır alanı* üzerinde gerçekleşme ihtimali bulunurken halvetin özel alana ait olması ve kamusal alanda gerçekleşmemesindedir. Tanımda da ifade edildiği üzere halvetin sadece “baş başa kalma” durumu içermesi onu konu olarak mahremiyet ihlallerinden ayırmaktadır.

Sosyal medya hesapları üzerinden gönderilen mesajlar kamusal alandan farklı olarak özel alan üzerinden gerçekleşmektedir. Bu özel alanda kadın ve erkek birbiri dışında kimsenin olmadığı yani baş başa kaldıkları bir ortamda mesajlaşmaktadırlar. Bu mesajlaşmalar “sanal halvet” olarak değerlendirilebilir ve sedd-i zerâi kapsamında ele alınabilir.

Allah Teâlâ “zinâyâ yaklaşmayın”³¹² derken zinâ fiili ile birlikte zinâyâ sevk edecek her türlü durumdan kullarını uzak tutmayı istemiştir.³¹³ Bu hususta kadın ve erkeğin karşılıklı mesajlaşması sınırlara riâyet etmek şartı ile sorunlu gözükme de tahrik edici bir sözün kullanılması veya sanal ortamdaki yazışmalarda kullanılan ve emoji olarak isimlendirilen sanal şekillerin kullanılması hasebi ile uygun görülmemiştir.

³⁰⁹ Orhan Çeker, “Halvet”, *DİA*, C. 15, s. 384.

³¹⁰ Bkz. Alâüddîn Ebû Bekr b. Mes'ûd b. Ahmed el-Kâsânî, *Bedaiu's-Sanâi' fi Tertibi's-Şerâ'i*, C. II, Daru'l Kutubi'l-İlmiyye, ١٩٧٦, s. 291-292; Ebü'l-Hüseyn Ahmed b. Ebî Bekr Muhammed b. Ahmed el-Kudûrî, *et-Tecrid (Kudûrî)* thk. Merkezi el-Dirasati'l Fikhîyye ve'l İktisadiyye, C.. X, Kahire: Daru's-Salam, 2006, s. 5303.

³¹¹ Çeker, “Halvet”, *DİA*, C. 15, s. 384.

³¹² İsrâ, 17/32.

³¹³ Hayreddin Karaman v. dğr., *Kur'an Yolu Türkçe Meâl ve Tefsir*, C. III, Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2007, s.480.

Zira böylesi durumlar karşı cinsin duygularını kolaylıkla harekete geçirebilir. Bu gibi sözlerin sarf edilmesi veya bu türden sanal şekillerin kullanılması ahlaki açıdan olduğu gibi fikhî açıdan da uygun gözükmemektedir. Çünkü bu türden yazışmalar kolaylıkla karşı cinsi tahrik ederek harama götüren yolların önünü açabilir. Konunun sedd-i zerâ-i kapsamında değerlendirilmesi de bundandır. Çünkü asıl olan fesada giden yolların önünü kapamaktır.³¹⁴ Bundan dolayı sosyal medya üzerinden mesajlaşmak aslen sakıncalı gözükmemekle birlikte kadın ve erkeğin mesajlaşması istenmeyen neticeler doğurabileceğinden dolayı bunların önüne geçmek adına uygun görülmemektedir.

İslam dini faydasız olarak herhangi bir şeyi kulları için yasaklamamıştır. Bundan dolayı sosyal medya üzerinde tıpkı sosyal hayatta olduğu gibi kadın ve erkeğin bilgi paylaşımında bulunma, fetva isteyip fikir danışma gibi makul sebeplere binaen iletişim halinde bulunmalarında bir sakınca gözükmemektedir. Ancak günümüzde sanal âlem üzerinde yapılan sohbetler bu amaçların çok dışında kalmaktadır. Karşılıklı güzel vakit geçirmek, karşı cinsi tanımak amaçlı yapılan bu türden yazışmalar evli olmayan kişilerin gelecekteki aile yaşantılarını olumsuz etkileyerek ilişkileri üzerinde bozulmalara sebebiyet verebileceği gibi bu kimselerin evli olması durumunda ise aile saadetlerinin bozulmasına yol açabilir.³¹⁵ Bu yazışmalar tıpkı sosyal hayatın sanal âleme taşınmış olması gibi günlük hayatta yapılan flörtlerin de sanallaşması olarak görülebilir. Bu yazışmalar sırasında ise kadın ve erkek sanal ortamda halvet halinde bulunmasından dolayı karşılıklı iki kişinin bulunduğu böyle bir yazışma ortamında kullanılan latifeli ifadeler kolaylıkla ahlaki bozulmalara sebebiyet verebilir. Tüm bu delillerden hareketle sosyal medya üzerinde neslin korunması kaidesi gereğince kadın ve erkeğin yazışması, fotoğraf paylaşması ve arkadaşlık kurmasına cevaz verilirken temkinli davranılması gerekmektedir.

Sosyal medya kullanıcılarına yazılı mesajlaşmalar dışında web kamera (webcam) ile görüntülü ve sesli mesajlaşma imkânı da sağlamaktadır. Bu tür mesajlaşma ortamları da tıpkı klasik yöntemle gerçekleştirilen yazılı mesajlaşmalarda

³¹⁴Ebü'l-Abbâs Şihâbüddîn Ahmed b. İdrîs b. Abdirrahmân el-Mısırî el-Karâfî, *ez-Zahîre*, C. I, Beyrut: Daru'l Garbi'l İslamiyye, 1994, s. 102.

³¹⁵Hamdi Döndüren, *Kur'an ve Sünnete Göre Güncel Fikhî Meseleler*, İstanbul: Işık Yayınları, 2011, s. 345.

olduğu gibi kadın ve erkeğin yalnız başına kalmış olduğu sanal mesajlaşma ortamlarıdır.

Sosyal medya üzerindeki tasarruflarda karşımıza çıkan kişilik hakkı ihlalleri ve buna bağlı olarak gerçekleşen mahremiyet ihlalleri sanal ağlar üzerinde en çok karşılaşılan sorunlar olarak görülmektedir. Halvet kavramı çerçevesinde ele almış olduğumuz sosyal medya tasarruflarının her ne kadar kamusal alanda gerçekleşmediğini ifade etmiş olsak da görüntülü ve yazılı mesajlaşmalar da kişilik hakkı ihlali ve mahremiyet çerçevesinde ele alınabilecek, fikhî açıdan mahzurlu bazı neticeler doğurmaktadır.

Mahremiyet kavramı altında ele almış olduğumuz beden mahremiyeti konusu gizli olma, bir Şeylerden sakınma hallerini içermekle birlikte temelde örtünmeyi de gerekli kılmaktadır. Ancak rtnmeden kasıt kişinin görünen yerlerini örtmesi Şeklinde gerçekleşen ve sadece fiziksel anlamdaki bir rtnmeden ibaret değildir. Bu durum kişinin kendisini gözden uzak kılması ve bununla birlikte muttali olması istenmeyen bilgilerden uzak tutmasıyla gerçekleşen bir rtnmedir.³¹⁶ Buradan hareketle sosyal medyadaki görüntülü mesajlaşmaları değerlendirecek olursak bir kimse her ne kadar beden mahremiyetine dikkat ederek sosyal medya üzerinde kamera karşısında iletişim kuruyor olsa da bu, fikhî açıdan mahzurlu bazı durumları içermektedir. Öncelikle böyle bir ortam baş başa kalınan bir mesajlaşma alanı olması hasebi ile yazılı mesajlaşmalar için sakıncalı olarak saymış olduğumuz durumlar web kamera yöntemiyle kurulan iletişim için de geçerliliğini korumaktadır. Bunun dışında beden mahremiyeti hususunda ise asıl olanın fiziksel örtünme olmayıp kişinin kendisini gözden uzak kılması olduğunu söyledikten sonra mahremi olmayan kişilerle bu gibi ortamlarda bulunma hususunda temkinli davranmak gerektiğini ifade etmemiz gerekmektedir.

³¹⁶ Martı, a.g.e., s. 10.

SONUÇ

Günümüzde en çok kullanılan iletişim araçlarının başında sosyal medya gelmektedir. Sosyal medyanın hayatımızda önemli bir yer tutmasıyla birlikte tartışmalı yeni meseleleri gündemimize getirmiştir. Birçok disiplinin çok sayıda ve ayrıntılı bilimsel çalışmalar yürüttüğü sosyal medya konusu maalesef İslam hukuku alanında yeterince ele alınabilmiş değildir. İslam hukukunu yakından ilgilendiren yönleri olmasına rağmen şimdiye kadar konu ile ilgili olarak derinlikli ve çok boyutlu çalışmalar yapılmamış, sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen tasarruflara dair tafsilatlı ilke ve hükümler ortaya konulabilmiş değildir.

Kullanıcıları peşinden sürükleyerek dünya görüşlerini değiştirebilecek güce sahip olan sosyal medyanın fikhî açıdan ele alınırken sosyolojik, ekonomik, psikolojik ve etik boyutlarının da dikkate alınması gerektiğini belirtmek gerekmektedir. Çalışmamızda yeni bir varlık alanı olan sosyal medyanın fikhî açıdan değerlendirilmesi yapılırken kullanıcılar üzerine bazı yeni mesuliyetler yüklediğinin farkında olarak sosyal medyanın kullanım amaçlarının dikkate alınması gerekmektedir. Sosyal medya kullanımı prensip olarak helal olmakla beraber bazı tasarrufların helal dairesinden çıktığı görülmektedir.

Çalışmamızda sosyal medya paylaşımları, hukuktaki ispat vasıtalarından hareketle değerlendirilerek bazı neticelere varılmıştır. Yapılan paylaşımların paylaşımın içeriğine göre farklı ispat vasıtalarına dâhil edilerek bu kapsamda delil kabul edilebileceği ortaya konulmuştur.

Fikhî açıdan ispat vasıtası kabul edilen şahitlik müessesesi belli açılardan modern hukuktan farklılık gösterse de sosyal medyadaki bazı tasarrufların şahitlik kapsamında değerlendirilmesinin mümkün olduğu görülmüştür. Nitekim klasik şahitlik anlayışından farklı olarak hâkim huzurunda bir hakkın beyanı gerçekleşmese dahi sosyal medya üzerinde üçüncü bir şahsın başkasına ait bir hakkı haber verilmesi söz konusu olabilmektedir. Ancak sosyal medya üzerinde yapılan her içerik paylaşımının şahitlik kapsamında değerlendirilebileceği yönünde bir iddiamız yoktur. Nitekim bu durum sosyal medya üzerinde paylaşılan fotoğrafların, yapılan yorumların delil olarak

kabul edilmesi noktasında şahitlikte bulunan kişinin bilgiyi nasıl elde ettiğine bağlı olarak değişmektedir.

Bir başkasına ait hakkı haber vermeye dayalı ikrar beyanı içeren sosyal medya paylaşımlarının hâkim huzurunda delil kabul edilebileceği ve karîne teşkil eden paylaşımların ise katî olması durumunda yine hâkim tarafından delil sayılabileceği çalışmamızda ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Sosyal medyadaki içerik paylaşımları çalışmamızda devlet aleyhinde yapılan paylaşımlar, din karşıtı söylemler, gıybet ve tecessüs içerikli paylaşımlar ve reklam içerikli paylaşımlar olarak sınıflandırılmıştır. Bu paylaşımların değerlendirilmesinde izlenen yöntem her bir suçun İslam hukukunda nasıl bir ceza-i yaptırımını olduğu yönündeki tespitlerden hareketle olmuştur. Böylece İslam'ın asli kaynaklarından hareketle sosyal medya üzerindeki bu gibi paylaşımlara yönelik çözümler ortaya konulmuştur.

Sosyal medya kullanımının bazı sorunlara yol açtığı ve bu sorunların bir kısmının kullanıcıların iradeleri dâhilinde gerçekleştiği, bir kısmının ise kullanıcıların iradeleri dışında meydana geldiği görülmektedir. Yaptığımız bu tasnif ile sosyal medya kullanıcılarının bazı paylaşımlar ile kendi iradeleri dâhilinde *sır alan*, *özel alan* ve *kamusal alan* dediğimiz hayat alanlarını ihlal ettikleri tespit edilmiştir.

Hukuk ihlalleri ile ilgili tespit ettiğimiz bir başka husus da modern hukuk sistemi ile İslam hukukunun kamusal alan anlayışının farklılık göstermesidir. Sosyal medya üzerindeki tasarruflarda modern hukuk sistemi daha esnek davranırken, kişilik haklarının korunması ve mahremiyetin muhafazası konusunda İslam hukukunun daha fazla hassasiyet gösterdiği görülmektedir. Ayrıca çalışmamızda halvet kavramına eğilerek sosyal medya üzerinden yapılan yazılı ve sözlü mesajlaşmalar üzerinde durulmuştur.

Çalışmamızda genellikle sedd-i zerîa kaidesi gereğince olası kötülükleri önleme gayretinde olunmuş ve bu noktada sosyal medyanın fikhî açıdan bazı sakıncaları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Sonuç olarak sosyal medya kullanmanın bizzat kendisi sakıncalı olmasa da bu ortamlarda gıybet, tecessüs, iftira, mahremiyet ihlali, halvet gibi İslam dininin yasakladığı fiillerin çok yaygın bir şekilde yapıldığı görülmüştür. Bu sınırların gözetilmesi halinde sosyal medyanın hayatın bir gerçeği olduğu ve birçok faydasının bulunduğu bir gerçektir. Bunun yanında sosyal medyada paylaşılan içeriklerin ispat vasıtalarından birisinin kapsamına girerek delil teşkil edebileceği görülmüştür. Bu durumda içerik paylaşımında bulunulurken bu hususların göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Sosyal medya giderek güncel bir konu olarak varlığını sürdürdüğünden dolayı bu kapsamda suçlar da yavaş yavaş dijital ortama kaymaktadır. Bu ise yargılamaların dijital alan üzerinde nasıl gerçekleşeceğine yönelik yeni çalışmaların yapılmasını gerekli kılmaktadır. Biz bu kapsamda sosyal medya konusunun yeni çalışmalara ihtiyaç duyduğunu düşünmekteyiz.

KAYNAKÇA

- ACABEY Mehmet Beşir, “Basın Özgürlüğü ve Bu Hakkın Bir Sınırı Olarak Kişilik Hakkı”, *Journal of Yaşar Üniversitesi*, C. VIII, Özel Sayı (2013), ss.1-54.
- ACAR Halil İbrahim, “Özel Hayatın Gizliliği ve Korunması”, *Türkiye Günlüğü*, Ankara, S. 62 (2000), ss. 93-110.
- AKÇAY Habibe, “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Üzerine Bir Araştırma”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S. 33 (2011), ss. 137-162.
- AKGÜNDÜZ Said Nuri, “İslam Hukuku Açısından Hukukun Koruyucu İşlevi”, *Din Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal vd., C. I, Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayını, 2015.
- AKKURT Sinan Sami, “Kişilik Hakkının Sosyal Medya Kullanıcıları Tarafından İhlâli Halinde Ortaya Çıkacak Cezaî Sorumluluğa Medeni Hukuk Bağlamında Bir Bakış”, *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. XXV, S. 2 (2017), ss. 329-373.
- AKPINAR M. Raşit, “Sosyal Ağların Fıkhî Boyutu”, *Çevre ve Ahlak Sempozyumu Bildiri Metinleri*, ed. M. Doğan Karacoşkun, Gaziantep, 2014.
- AKŞİT Mustafa Cevat, *İslam’da Ticâret Prensipleri*, 4. b., İstanbul: Gaye Vakfı Yayınları, 2004.
- _____, *Modern Ticaret Hukuku ve İslam Ticaret Hukukunda Haksız Rekabet*, İstanbul: Gaye Vakfı Yayınları, 2004.
- AKYOL Canan, *Sosyal Ağlar*, ed. Ayfer Alper, Ankara: Pelikan Yayınları, 2012.
- ALACA Bahaddin, *Ülkemizde Bilişim Suçları ve Suça Etkisi (Yüksek Lisans Tezi)*, Ankara: T.C. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Antrapoloji (Sosyal Antropoloji) Anabilim Dalı, 2008.

- APAYDIN H. Yunus, “Tesettür”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2011, C. 40.
- _____, “Şahit”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2010, C. 38.
- ARMAĞAN Servet, “İslam Hukukunda Özel Hayatın Gizliliği (Mahfuziyeti)”, *İslam Teknik Enstitüsü Dergisi*, ed. Tayyip Gökbilgin, İstanbul: Edebiyat Fakültesi Basımevi, C. VI (1976), ss. 141-168.
- ASLAN Alev, Derya Gül ÜNLÜ, “Instagram Fenomenleri ve Reklam İlişkisi: Instagram Fenomenlerinin Gözünden Bir Değerlendirme”, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, C. III, S.2 (2016), ss. 41-65.
- ASLAN Nasi, *İslam Hukukunda Yargılama Etiği ve İlkeleri*, Ankara: Avrasya Yayınları, 2005.
- ATAR Fahrettin, “Azil”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1991, C. 4.
- _____, *İslam Yargılama Hukukunun Esasları*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Vakfı Yayınları, 2013.
- ATASOY Kemal, “Kişilik Hakkı Kapsamında Sosyal Medyada Kişisel Verilerin Korunması ve Veri Sahibinin Rızası”, *Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Hukuk Araştırmaları Dergisi*, C. XXII, S.3 (2016), ss. 269-301.
- AYDIN Mehmet Âkif, “Din”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1994, C. 9.
- _____, “Hal”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1995, C. 15.
- AYDIN Mehmet Âkif, *Türk Hukuk Tarihi*, 13. b., İstanbul: Beta Yayınları, 2015.

- AYDIN Nevzat, “Hadislerde Mesken Mahremiyetini Tehdit Eden Unsurlara Karşı Alınan Önlemler”, *EKEV Akademi Dergisi*, S. 63, 2005, ss. 287-314.
- AYHAN Rıza , Mehmet ÖZDAMAR, Hayrettin ÇAĞLAR, *6102 Sayılı Ticaret Kanunu Hükümlerine Göre Ticaret İşletme Hukuku Genel Esaslar*, 6. b., Ankara: Yetkin Yayınları, 2013.
- BABACAN Mehmet Emin, İrfan HAŞLAK, İsmail HARA, “Sosyal Medya ve Arap Baharı”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, C. 6, S. 2 (2011), ss. 63-92.
- BAĞDÂDÎ Ebû İshâk İbrâhîm b. es-Serî b. Sehl ez-Zeccâc, *Me’ani’l Kur’an ve İrabüh*, thk. Abdulcelil Abduhu Şelbî, C. IV, Beyrut: Âlemü’l Kutub, 1988.
- BARDAKOĞLU Ali, “Delil”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1994, C. 9.
- _____, “İspat”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2000, C. 22.
- BAŞOĞLU Tuncay, “Tezkiye”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1994, C. 41.
- BAYTAK Ahmet, “Dünden Bugüne Web Teknolojileri ve Eğitim”, *Eğitimde Web Teknolojilerinin Kullanımı*, ed. Ahmet Baytak, Ankara: Pegem Yayınları, 2014.
- BEROJE Sahip, *Ceza Muhâkemesi Hukuku Açısından İslâm İspat Hukuku*, Ankara: Fecr Yayınları, 2007.
- BİLGİN Altay, “Foursquare Nedir? Ne İşe Yarar? Nasıl Kullanılır?”, <http://altaybilgin.blogspot.com.tr/2014/12/foursquare-nedir-ne-ise-yarar-nasl.html> (30.12.2017).
- BİLMEN Ömer Nasuhi, *Hukukî İslâmiyye ve Istılatı Fıkhîyye Kamusu*, C. III, VIII, İstanbul: Bilmen Yayınevi, 1985.

- BÖKE Emine Gümüş, “İslam Hukukunda Süt Kardeşliği ve Mahremiyet”, *Din Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal vd., C. I, Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayını, 2015.
- BÖRÇETİN Ege, “İnternet Nasıl Çalışıyor?”, *Bilim ve Teknik Dergisi*, Ekim 2013. ss. 66-71.
- BUHÂRÎ Ebû Abdillâh Muhammed İbn İsmâîl, *Sahih-i Buhârî*, C. I, III, VII, VIII, İstanbul: Mektebetül İslamiyye, t.y..
- BURÇ Ayberk, “Web 1.0, 2.0, 3.0 Nedir?”, <http://www.ayberkburc.com/internet/web-1-0-2-0-3-0-nedir.html> (15.12.2017).
- CESSÂS Ebû Bekr Ahmed b. Alî er-Râzî, *Ahkâmü'l-Kur'ân*, C. V, Beyrut: Dâru İhyâi't Turâsi'l-Arabî, 1405.
- CEVZİYYE Muhammed b. Ebi Bekr b. Eyyûb b. Sad Şemsüddin İbn Kayyim, C. I, *Turukul Hükmiyye*, Mektebetü Dar'ul Beyan, t.y..
- ÇAĞLAR Şebnem, *Şovalyelik Mesleği Gazeteciliğe Sosyal Medya Etkisi*, Konya: Literatük Akademia, 2017.
- ÇEKER Orhan, “Halvet”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2011, C. 15.
- ÇETİNER Ömer Faik, *Kişilik Hakkının Basın Yolu İle İhlalinde Manevi Tazminat (Yüksek Lisans Tezi)*, İstanbul: Marmara Üniversitesi Özel Hukuk Anabilim Dalı, 1997.
- DAĞITMAÇ Murat, *Sosyal Medya Bizi Neden Kullanır*, İstanbul: Metafoz Yayınları, 2015.
- DEMİRLİ Cihad, Ömer Faruk KÜTÜK, “Anlamsal Web (Web 3.0.) ve Ontolojilerine Genel Bir Bakış”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, S.18 (2010), ss. 95-105.
- DEVELLİOĞLU Ferit, *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat*, 2. b., Ankara: y.y. 1970.

- DİLMEN Necmi Emel, “Yeni Medya Kavramı Çerçevesinde İnternet Günlükleri – Bloglar ve Gazeteciliğe Yansımaları”, *Marmara İletişim Dergisi*, S. 12 (2007), ss. 113-122.
- DÖNDÜREN Hamdi, *Kur’an ve Sünnete Göre Güncel Fikhî Meseleler*, İstanbul: Işık Yayınları, 2011.
- DURMUŞ İsmail, “İhbâr”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2000, C. 21.
- ERDAL Ekin, “İnstagram’ın Aylık Kullanıcı Sayısı 800 Milyona Erişti”, <http://www.webtekno.com/instagram-in-aylik-aktif-kullanici-sayisi-800-milyon-a-eristi-h34097.html> (01.01.2018).
- ERDOĞAN Mehmet, *Fıkıh ve Hukuk Terimleri Sözlüğü*, 4. b., İstanbul: Ensar Yayınları, 2013.
- ESEN Bilal, “İslam Muhâkeme Hukukunda Yaygın Duyuma Dayalı Şahitliğin (Eş-Şehâde Bi’t-Tesâmu’) Kabulü”, *Marife Dergisi*, C. II, S. 15 (2015), ss. 257-281.
- FIRAT Mehmet, Nilgün ÖZDAMAR KESKİN, “İnternet Teknolojileri”, *Temel Bilgi Teknolojileri I*, ed. T. Volkan Yüzer, M. Recep Okur, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2015.
- GAZÂLÎ, Muhammed b. Ahmed, *İhyâ’u Ulûmi’-d-Dîn*, çev. Ahmet Serdaroğlu, C. III, İstanbul: Bedir Yayınları, 1974.
- GÖNENÇ E. Özgür, “İletişimin Tarihi”, *İletişim Fakültesi Dergisi*, S. 18 (2003), ss. 57-72.
- _____, “İletişimin Tarihsel Süreci” *İletişim Fakültesi Dergisi*, S.28 (2007), ss. 87-102.
- _____, “İnternet ve Türkiye’deki Gelişimi”, *İletişim Fakültesi Dergisi*, S.16 (2003), ss. 87-98.

- GÜLLÜK İsmail, “Avret Mahremiyeti Prensipleri Açısından Görüntü Gerçeklik, Sanal Âlem ve Cinsellik Üzerine Fikhî Bir Analiz” *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, S. 23 (2014), ss. 105-128.
- GÜRÜZ Demet, Ayşen Temel EĞİNLİ, *Kişiler Arası İletişim Bilgiler - Etkiler – Engeller*, 4. b., Ankara: Nobel Yayınları, 2014.
- HABERLİ Mehmet, *Sanal Din -Tarihsel, Kuramsal ve Pratik Boyutlarıyla İnternet ve Din-*, İstanbul: Açılım Yayınları, 2014.
- HAREKÂT İbrahim, “Berid”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1992, C. 5.
- HAZAR Murat, “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, S. 32 (2012), ss. 151-172.
- HEYTEMÎ İbn Hacer, *Tuhfetü'l-Muhtac fi Şerhi'l Minhâc*, C. X, Mısır: el-Mektebetü't Ticariyyetü'l-Kübra, 1983.
- İBN ATIYYE Ebû Muhammed Abdülhak b. Gâlib b. Abdirrahmân b. Gâlib el-Muhâribî el-Gırnâtî el-Endelüsî, *el Muharrerü'l Veciz fi Tefsiril Kitâbi'l Azîz*, thk. Abdüsselâm Abdüşşâfi Muhammed C. III, Beyrut: Daru'l Kutubi'l-İlmiyye, t.y..
- İBN FERHÛN, Ebü'l-Vefâ (Ebû İshâk) Burhânüddîn İbrâhîm b. Alî b. Muhammed el-Ceyyânî el-Medenî, *Tebziratü'l-Hükkâm fi Usulî'l Akziye ve Menâhici'l-Ahkâm*, C. I-II, Kahire: Mektebetü'l Külliyyati'l-Ezheriyye, 1986.
- İBN HAZM Ebû Muhammed Alî b. Ahmed b. Saîd b. Hazm el-Endelüsî el-Kurtubî, *el-Muhallâ Bi'l Âsar*, C. VIII, Beyrut: Dau'l Fikr, t.y..
- İBN HÛMÂM Kemâlüddîn Muhammed b. Abdilvâhid b. Abdilhamîd es-Sivâsî el-İskenderî, *Fethi'l Kadîr*, C. VII, Dâru'l Fikr, t.y..
- İBN KUDAME Ebû Muhammed Muvaffakuddîn Abdullâh b. Ahmed b. Muhammed, *el-Muğnî*, C. IX, X, Mektebetü'l Kahire, 1968.

- İBN MANZÛR, Ebü'l-Fazl Cemâlüddîn Muhammed b. Mükerrerem b. Alî b. Ahmed el-Ensârî er-Rüveyfî, *Lisânü'l-Arab*, C. III, XIII, Beyrut: Darus-Sadr, 1419/1999.
- İNCE İrfan, “Ridde”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2008, C. 35.
- İSFAHÂNÎ Ragıb, *el-Müfredât fi Garîbi'l-Kur'an*, thk. Safvân Adnân Davûdî, Beyrut: Daru'l Kalem, ed-Daru's-Şamiyye, h. 1412.
- KAHRAMAN Abdullah, “Mahremiyetin Tanımı ve Sınırı”, *Din Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal vd., C. I, Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayını, 2015.
- _____, *İslam Hukuk ve Ahlak İlkeleri Işığında Özel Hayatın Gizliliği (Mahremiyet)*, Ankara: Ebabil Yayınları, 2008.
- KARA Tolga, *Sosyal Medya Endüstrisi*, 1. b., İstanbul: Beta Yayınları, 2013.
- KARAFÎ Ebü'l-Abbâs Şihâbüddîn Ahmed b. İdrîs b. Abdirrahmân el-Mısrî, *Envâru'l-Burûk fi Envâi'l-Furûk*, C. IV, Âlemu'l Kutub, t.y..
- KARÂFÎ Ebü'l-Abbâs Şihâbüddîn Ahmed b. İdrîs b. Abdirrahmân el-Mısrî, *ez-Zahîre*, C. I, Beyrut: Daru'l Garbî'l İslamiyye, 1994.
- KARAKOÇ Enderhan, Onur TAYDAŞ, “Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı”, “*Sosyalleşen Birey*” *Sosyal Medya Araştırmaları I*, ed. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık, 2.b., Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 2017.
- KARAMAN Hayreddin vd., *Kur'an Yolu Türkçe Meâl ve Tefsir*, C. II-V Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2006-2008.
- _____, *Mukayeseli İslam Hukuku*, C. II, İstanbul: İrfan Yayınevi, 1982.
- KÂSÂNÎ Alâüddîn Ebû Bekr b. Mes'ûd b. Ahmed, *Bedâiü's-Sanâi fi Tertibiş-Şerâi*, C. II, VI, VII, Dâru'l Kütübü'l İlmiyye, 1986.

- KAYA Mine, “Sosyal Medya ve Sosyal Medyada Üçüncü Kişilerin Kişilik Haklarının İhlalleri”, *TBB Dergisi*, S. 291 (2015), ss. 277-306.
- KILIÇOĞLU Safa, Nezihe ARAZ, Hakkı DEVRİM, *Büyük Lûgat ve Ansiklopedi*, C. VIII, İstanbul: Meydan Yayınları, 1972.
- KIRANŞAL Abdülaziz, *Gençler İçin Sosyal Medya İlmihali*, 5. b., Ankara: MGV Yayınları, 2016.
- KIRIK Ali Murat, “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”, “*Sosyalleşen Birey*” *Sosyal Medya Araştırmaları I*, ed. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık, 2.b., Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 2017.
- KOCA Ferhat, “İkrar”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2000, C. 22.
- KORKMAZ İlhan, “Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek”, *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 5 (Ekim 2012 - Mart 2013), ss. 107-122.
- KÖSEOĞLU Ögür, “Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, C. VII, S. 2 (2012), ss. 58-81.
- KUDÛRÎ Ebü'l-Hüseyin Ahmed b. Ebî Bekr Muhammed b. Ahmed, *Muhtasar'ul Kudûrî*, thk. Kamil Muhammed Muhammed Avide, Daru'l Kütübi'l İlmiyye, 1997.
- KUDÛRÎ Ebü'l-Hüseyin Ahmed b. Ebî Bekr Muhammed, *et-Tecrid (Kudûrî)* thk. Merkezi el-Dirasati'l Fıkhîyye ve'l İktisadiyye, C. X, Kahire: Daru's-Selam, 2006.
- KURU Baki, Ramazan Arslan, Ejder Yılmaz, *Medeni Usul Hukuku*, 24.b., Ankara: Yetkin Yayınları, 2013.
- MARTI Huriye, “Hz. Peygamber'in Hadislerinde Beden ve Mahremiyeti”, *Marife Dergisi*, yıl: 9, S. 2 (2009), ss. 9-23.

- MERGİNÂNÎ Şeyhü'l-İslâm Burhanüddin Ebu'l-Hasan Ali b. Ebû Bekir, *el-Hidâye Şerhu Bidayeti'l Mübtedi*, thk. Talal Yusuf, C. III, Beyrut: Dârul İhya'il Tûrâsi'l Arabi, ty..
- MEVSİLÎ Ebü'l-Fazl Mecdüddîn Abdullâh b. Mahmûd b. Mevdûd, *el-İhtiyâr li-ta'lîli'l-Muhtâr*, C. II, Kahire: Matbaatü'l Halebî, ١٩٣٧.
- MEVSİLÎ, Ebü'l-Fazl Mecdüddîn Abdullâh b. Mahmûd b. Mevdûd, C. I-II, *el-İhtiyâr li-ta'lîli'l-Muhtâr*, Beyrut: Darü'l Marife, 1975.
- MÜSLİM Ebü'l-Hüseyn Müslim b. el-Haccâc, *Sahih Müslim*, C. I-III, İstanbul: Çağrı Yayınları, 1981.
- NEVEVÎ Ebu Ebû Zekeriyâ Yahyâ b. Şeref b. Mürî, *Ravzatü't Tâlibîn ve Umdetü'l Müttakin*, C. X, Beyrut: Mektebetü'l İslami, 1991.
- ÖYMEN Edip Emil , “İnternete Erişim İnsan Hakkı Mıdır?”, <https://www.dunya.com/kose-yazisi/internete-erisim-insan-hakki-midir/29094> (12.12.2017).
- ÖZBAY Murat, “Bilim Kültür Aktarıcısı Olarak Yazı”, *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü*, S. 2 (2015), ss. 67-74.
- ÖZGEN Murat, “İnternet ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliği”, *İletişim Fakültesi Dergisi*, S. 10 (2000), ss. 57-64.
- ÖZTÜRK Tuba, “Mahremiyet Sınırlarının Değişimi: Hz. Peygamber’in Özel Hayat Örneği”, *Türkiye’de Tüm Yönleri ile Siyer Çalışmaları Sempozyum Tebliğler Kitabı I*, (ed.) Hatice Sarı Tan, C. I, İstanbul: Meridyen Derneği Yayınları, 2016.
- ÖZUTKU Fatih, *Sosyal Medyanın ABC’si*, İstanbul: Alfa Yayınları, 2014.
- SÂBÛNÎ Muhammed Ali, *Revâi’ü'l-Beyân fi Tefsîr-i Âyâti'l-Ahkâm min el-Kur’ân*, C. II, İstanbul: Dersaadet Yayınları, ty.,
- SALKIM Ali, “İnternetin Gelişim Süreci”, <http://www.ansiklopedica.org/internetin-gelisim-sureci/> (12.12.2017).

- SANLAV Ümit, *Sosyal Medya Savaşları*, İstanbul: Hayat Yayınları, 2014.
- SARIÇAM İbrahim, ERŞAHİN Seyfettin, *İslam Medeniyeti Tarihi*, 4. b., Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı, 2014.
- SERAHSÎ, Ebû Bekr Şemsü'l-eimme Muhammed b. Ebî Sehl Ahmed, *el-Mebsût*, C. XVI, Beyrut: Darü'l Ma'rife, 1993.
- ŞA'BÂN Zekiyüddin, *İslam Hukuk İlminin Esasları (Usûl'ül Fıkh)*, çev. İbrahim Kâfi Dönmez, 18. b., Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları, 2013.
- ŞAFAK Ali, "Bağy", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1991, C. 4.
- ŞAHİN Cumhur, Neslihan GÖKTÜRK, *Ceza Muhakemesi Hukuku*, C. II, 4.b., Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2015.
- ŞEN Cemalettin, "İslam Hukuku Açısından Mahremiyet-Zaman İlişkinine Mukayeseli Bir Bakış", *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C. VII, S.1 (2016), ss. 927-946.
- ŞENER Mehmet, "Avret", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1991, C. 4.
- ŞİRBİNÎ Şemsüddîn Muhammed b. Ahmed el-Hatîb, *Muğni'l-Muhtâc ilâ Ma'rifeti Me'ânî Elfâzi'l-Minhâc*, C. VI, Daru'l Kütübi'l İlmiyye, 1994.
- ŞİŞMAN Nazife, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 3.b., İstanbul: İnsan Yayınları, 2017.
- TABERÎ Ebû Cafer Muhammed b. Cerir, *Taberi Tefsiri*, çev. Hasan Karakaya, Kerim Aytekin, C. VI, İstanbul: Hisar Yayınları, 1996.
- TANERİ Gökhan, "Sosyal Medyada Paylaşım Sorumluluğu", *Türkiye Adalet Akademi Dergisi*, S. 24 (2016), ss. 433-460.
- TAŞKIRAN İzzet, "Gazetecilik ve Sosyal Medya İlişkisi" *Sosyal Medyada Haber Var*, İstanbul: Der Yayınları, 2017.

- TAYLAN Necip, “Bilgi”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1992, C. 6.
- TİRYAKİ Salih, *Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı*, Konya: Literatürk Academia, 2015.
- TOPRAK Elif, Esra Pınar Uça GÜNEŞ, “Sosyal Ağlar”, *Temel Bilgi Teknolojileri - I*, ed. T. Volkan Yüzer, M. Recep Okur, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2015.
- TRABLUSÎ Ebü'l-Hasen Alâüddîn Alî b. Halîl, *Muînü'l-Hükkâm*, Daru'l Fikr, t.y..
- TURAN Zeynep, Yüksel GÖKTAŞ, “Çevrimiçi Sosyal Ağlar: Öğrenciler Neden Facebook Kullanmıyor?”, *5. International Computer & Instructional Technologies Symposium*, ed. Zülfü Genç, Eleziğ: Fırat Üniversitesi, 2012.
- TÜİK Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862> (13.12.2017).
- TÜMERDEM Murat, *İnternette Kişilik Hakkı İhlâlinden Kaynaklanan Manevi Tazminat (Yüksek Lisans Tezi)*, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk (Medeni Hukuk) Anabilim Dalı, 2013.
- ÛDEH Abdülkâdir, *et-Teşri 'ul-Cinâ 'iyyül İslâmî*, C. II, Beyrut: Dâru'l-Kâtibü'l-Arabî, t.y..
- VURAL Z. Beril Akıncı, Mikail BAT, “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yaşar University*, C. V, S. 20 (2010), ss. 3348-3382.
- YAVUZ Cevdet, “Dâva”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1994, C. 9.
- YAYLALI Davud, “İslam Hukukunda Karîne”, *İslami Araştırmalar*, C. II, S. 6(1988), ss. 54-60.
- YAZIR Elmalılı Muhammed Hamdi, *Alfabetik İslâm Hukuku ve Fıkah Istılâhları Kâmusu*, C. III, İstanbul: Eser Neşriyat, 1997.

_____, *Hak Dîni Kur'an Dili*, C. VI, İstanbul: Huzur Yayınları, 2003.

YEĞİN Abdullah v.dğr., *Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Büyük Lügat*, İstanbul: Türdav Yayınları, 1987.

YENİÇIKTI Nagihan Tufan, *Sosyal Medya Facebook ve Twitter Motivasyonları*, Konya: Literatürk Academia, 2017.

YILDIRIM Arzu, "İnternetin Görünen Yüzü", *KMÜ Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, S. 16 (Özel Sayı 1) (2014), ss. 51-59.

YILDIZ Kemal, *İslam Yargılama Hukukunda Şahitlik*, İstanbul: Hacegan Akademi Kitaplığı, 2005.

YİĞİT Yaşar, *İslam Ceza Hukuku Hükümlerin Yürürlülüğü*, 1. b., Ankara: Sistem Ofset Yayıncılık, 2012.

ZEYDAN Abdulkerim, *İslam Hukuku'na Giriş*, çev. Ali Şafak, İstanbul: Kayıhan Yayınları, 1985.

"140 Karakter sınırı kalktı!", <http://www.mynet.com/haber/teknoloji/140-karakter-siniri-kalkti-3286798-1> (31.12.2017).

"Facebook Fake Profil Sayısını Açıkladı!", <https://shiftdelete.net/facebook-fake-profil-sayisini-acikladi> (31.12.2017).

"Sosyal Medya Nedir?", <http://www.trendweek.com/sosyal-medya-nedir/> (17.12.2017).

"Sosyal Medyanın Tarihi", <http://badbaz.com/sosyal-medyanin-tarihi/> (17.12.2017).

"Sosyal Paylaşım Sitelerinin Tanımları", <http://www.socialmediatr.com/blog/sosyal-paylasim-sitelerinin-tanimi/> (29.12.2017).

<http://www.bik.gov.tr/internet-2020de-dunya-nufusunun-yuzde-60ina-ulasacak/> (01.01.2018).

<http://www.fatihhukukburosusu.com/makaleler/kisilik-hakki-ve-basin.html>
(01.06.18).

<https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview>
(01.01.2018).

<https://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2017-global-overview>
(01.01.2018).

<https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/> (31.12.2017).

<https://www.socialbakers.com/statistics/twitter/> (31.12.2017).

<http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/> (01.01.2018).

ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ

TEZ ÇOĞALTMA VE ELEKTRONİK YAYIMLAMA İZİN FORMU

Yazar Adı Soyadı	Nilüfer Sena Çalık
Tez Adı	Sosyal Medyaya Dair Fıkhî Hükümler
Enstitü	Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı	Temel İslam Bilimleri
Bilim Dalı	İslam Hukuku
Tez Türü	Yüksek Lisans
Tez Danışmanı	Dr. Öğretim Üyesi Mehmet Salih Kumaş
Çoğaltma (Fotokopi Çekim) İzni	<input type="checkbox"/> Tezimden fotokopi çekilmesine izin veriyorum <input checked="" type="checkbox"/> Tezimin sadece içindekiler, özet, kaynakça ve içeriğinin % 10 bölümünün fotokopi çekilmesine izin veriyorum <input type="checkbox"/> Tezimden fotokopi çekilmesine izin vermiyorum
Yayımlama İzni	<input type="checkbox"/> Tezimin elektronik ortamda yayımlanmasına izin veriyorum <input type="checkbox"/> Tezimin elektronik ortamda yayımlanmasının ertelenmesini istiyorum 1 yıl <input type="checkbox"/> 2 yıl <input type="checkbox"/> 3 yıl <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Tezimin elektronik ortamda yayımlanmasına izin vermiyorum

Hazırlamış olduğum tezimin yukarıda belirttiğim hususlar dikkate alınarak, fikri mülkiyet haklarım saklı kalmak üzere Uludağ Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı tarafından hizmete sunulmasına izin verdiğimi beyan ederim.

Tarih: 04.06.2018

İmza:

