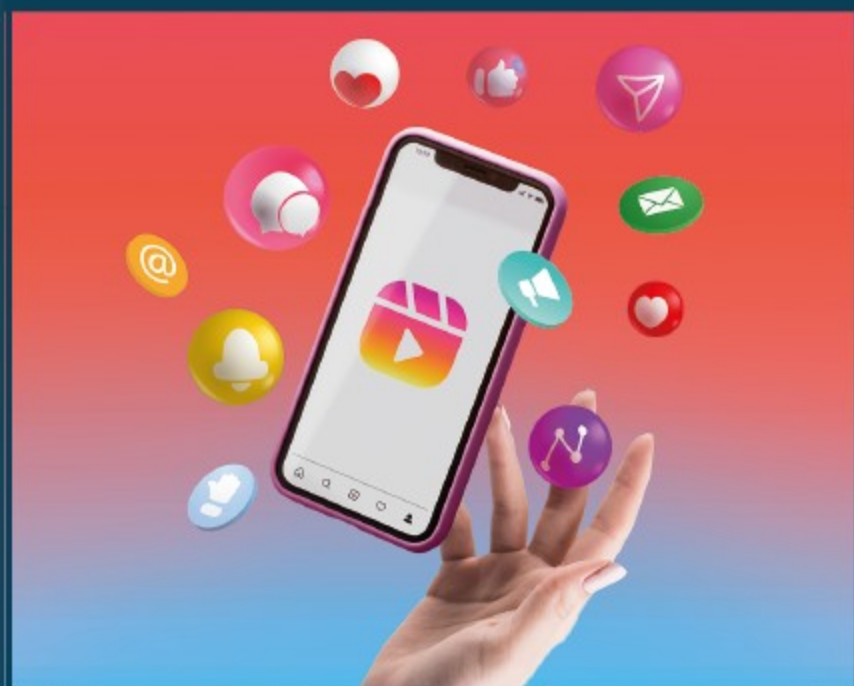


SOSYAL MEDYAYA DAİR FIKHÎ HÜKÜMLER



Nilüfer Sena ÇALIK BADIN



kitâbî

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

**SOSYAL MEDYAYA DAİR FIKHÎ
HÜKÜMLER**

Kitabın Adı
SOSYAL MEDYAYA DAİR FİKHÎ HÜKÜMLER

Yazar
Nilüfer Sena ÇALIK BADIN

Editör
Doç. Dr. Mehmet Salih KUMAŞ

Sayfa ve Kapak Düzeni
A. Azzam ÖZEL

E-ISBN
978-625-93861-7-1

KASIM - 2025 / 1. BASKI

kitâbî

Ziya Gökalp Mahallesi, Abdullah Paşa Caddesi, No:28
Başakşehir/İstanbul

Telefon/Faks: 0212 512 45 43 - 512 51 66 - 512 90 40

WhatsApp Hattı: 0212 909 80 86 Web: www.bekakitap.com

Eposta: bekayay@hotmail.com

Yayıncılık Sertifika No: 50128

kitâbî Beka Araştırma Danışmanlık Reklamcılık Eğitim
Yayıncılık ve Tic. Ltd. Şirketi'nin tescilli markasıdır.

Nilüfer Sena ÇALIK BADIN

**SOSYAL MEDYAYA DAİR FIKHÎ
HÜKÜMLER**

kitâbî

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	7
ÖNSÖZ	9
GİRİŞ.....	11
I. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	11
II. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE SINIRLARI	11

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ	15
A. Geçmişten Günümüze İletişim ve İnternetin Ortaya Çıkışı.....	15
a. İletişim ve Haberleşme	16
b. İnternet Teknolojisi.....	17
b.a. İnternetin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi.....	18
b.b. Türkiye’de İnternetin Gelişim Süreci	20
b.c. Web Teknolojileri	20
B. Sosyal Medya Dünyası.....	23
a. Kavramsal Açıdan Yeni Medya ve Sosyal Medya	23
b. Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi	24
c. Sosyal Medyanın Özellikleri.....	25
d. Sosyal Medyanın Geleneksel Medyadan Farkı	27
e. Sosyal Medya Araçları.....	29
e.a. Sosyal Ağlar.....	30
e.a.a. Facebook	32
e.b. Blog.....	33
e.c. Mikroblog.....	34
e.c.a. Twitter/ X	34
e.d. Wiki	35

e.e. İçerik Paylaşım Siteleri.....	36
e.e.a. Instagram	36
e.e.b. Youtube.....	37
f. Türkiye’de ve Dünyada Sosyal Medya Kullanımı.....	37

İKİNCİ BÖLÜM

İSLAM HUKUKUNDA İSPAT VASITALARI VE BİLGİ PAYLAŞIMI BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA TASARRUFLARI	40
A. İspat Vasıtaları Bağlamında Sosyal Medya Tasarrufları	40
a. İslam Hukukunda İspat Vasıtası Olarak Şahitlik Müessesesi ve Sosyal Medya Tasarrufları	42
a.a. Şahitliğin Tarifi	42
a.b. Şahitliğin Hukukî Dayanağı ve Önemi.....	45
a.c. Şahitlikte Nisap Miktarı.....	47
a.d. Günümüz Hukuku ve İslam Hukuku Açısından Şahitlik.....	50
a.e. Şahitliğin Aşamaları.....	51
a.e.a. Şahitlikte Tahammül.....	51
a.e.a.a. Akıllı Olmak.....	52
a.e.a.b. Müşâhede	52
a.e.b. Şahitlikte Edâ.....	58
b. İslam Hukukunda İspat Vasıtası Olarak İkrar Beyanı ve Sosyal Medya Tasarrufları	59
c. İslam Hukukunda İspat Vasıtası Olarak Karîne ve Sosyal Medya Tasarrufları	60
B. Sosyal Medya ve Bilgi Paylaşımı.....	62
a. Bilgi Paylaşımında Yaşanan Değişim Ve Dönüşüm	63
a.a. Bilgi Kavramı	63
a.b. Bilgi Edinme Vasıtası Olarak Sosyal Medya	63
b. Fikhî Açından Sosyal Medyada Bilgi Paylaşımı.....	64
b.a. Devlet Aleyhinde Yapılan Paylaşımlar.....	64

b.b. Din Karşıtı Söylemler	69
b.c. Şahıslar Aleyhine Yönelik Paylaşımlar (Gıybet, İftira, Tecessüs).....	73
b.d. Ürün Tanıtımı ve Reklam İçerikli Paylaşımlar	75

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA KULLANIMININ SEBEP OLDUĞU SORUNLAR VE FIKHÎ AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ..... 79

A. Sosyal Medya Kullanıcılarının İradeleri Dışında Gerçekleşen
Hukuk İhlalleri..... 79

B. Sosyal Medya Kullanıcılarının İradeleri Dâhilinde Gerçekleşen
Hukuk İhlalleri..... 86

a. Mahremiyet İhlali..... 87

a.a. Mahremiyet Kavramı..... 87

a.b. Sosyal Medyada Mahremiyet İhlalleri..... 89

a.b.a. Beden Mahremiyeti..... 90

a.b.b. Mesken Mahremiyeti..... 95

a.b.c. Bilgi Mahremiyeti..... 97

b. Halvet..... 98

SONUÇ..... 103

KAYNAKÇA..... 106

KISALTMALAR

a.g.e.	:Adı Geçen Eser
ARPANET	:Advance Researce Programme Agency
b.	:Baskı/Basım
Bkz. /bkz.	:Bakınız
C.	:Cilt
çev.	:Çeviren
ed.	:Editör
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

Nilüfer Sena ÇALIK BADIN

1993 yılında Edirne’de doğdu. 2011 yılında Metin Nuran Çakkallıklı Anadolu Lisesi’nden, 2016 yılında İstanbul Üniversitesi İlahiyat Fakültesi’nden mezun oldu. 2018 yılında Uludağ Üniversitesi “*Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde Sosyal Medyaya Dair Fıkhi Hükümler*” başlıklı tezi ile yüksek lisansını, 2025 yılında Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde “*İllyet Bağlı Açısından İslam Hukukunda Hukuki Sorumluluk*” başlıklı teziyle doktorasını tamamladı. 2019 yılından bu yana Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi’nde araştırma görevlisi olarak görev yapmaktadır.

ÖNSÖZ

Rahman ve Rahîm olan Allah'ın adı ile.

Sosyal medya, yeni bir iletişim aracı olarak hayatımıza girmiş olsa da kısa sürede kullanıcılar tarafından benimsenmiş ve kullanım alanı hızla genişlemiştir. Günümüzde sosyal medya, yalnızca boş vakitlerin geçirildiği bir mecra olmaktan çıkmış; haberleşme, bilgi edinme, ticaret ve iş tecrübelerinin paylaşımı gibi çok yönlü amaçlara hizmet eden bir alan hâline gelmiştir.

Sosyal medyanın hızla gelişmesi ve geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşması, beraberinde ahlakî, hukukî ve fikhî yönden tartışılması gereken yeni meseleleri gündeme getirmiştir. Dijitalleşen dünyada bireylerin tutum ve davranışları klasik ilişkilerden farklı bir nitelik kazanmış; bu da mahremiyet, kişilik hakları ve bilgi paylaşımı gibi konuların yeniden değerlendirilmesini gerekli kılmıştır. Bu çerçevede, sosyal medya olgusu İslam hukuku açısından da yeni yorum ve çözüm arayışlarını zorunlu hâle getirmiştir.

Bu çalışma, sosyal medya kullanımının İslam hukuku açısından doğurabileceği fikhî sonuçları tespit etmeyi ve bu konuda sedd-i zerâî, mahremiyet, gıybet, tecessüs ve şahitlik gibi klasik fıkıh kavramlarının dijital çağ bağlamında nasıl değerlendirilebileceğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Böylece çağdaş teknolojik gelişmeler karşısında İslam hukukunun esneklik ve uygulanabilirlik gücü gösterilmektedir.

Çalışma giriş ve üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, sosyal medya kavramı ve araçları ele alınmıştır. İkinci bölümde, sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen paylaşımların “şahitlik” kavramı çerçevesinde değerlendirilmesi yapılmıştır. Üçüncü

bölümde ise sosyal medya kullanımının yol açtığı sorunlar fikhî açıdan incelenmiştir.

Bu çalışmanın her aşamasında bilgi, tecrübe ve rehberliğiyle bana yol gösteren; ilmî birikimiyle çalışmama yön veren değerli hocam ve danışmanım Doç. Dr. Mehmet Salih Kumaş'a, ilim yolunda desteğini her daim hissettiğim kıymetli hocam Prof. Dr. Abdullah Durmuş'a teşekkür ederim. Ayrıca tez sürecinde sabır, anlayış ve dualarıyla bana daima güç veren aileme en derin şükranlarımı sunarım.

Nilüfer Sena ÇALIK BADIN

Kilis / 2025

GİRİŞ

I. ARAŞTIRMANIN AMACI

Güncel fikhî meselelere dair İslam hukuku alanında pek çok çalışma yapılmış olmakla birlikte, sosyal medya konusunun henüz ayrıntılı biçimde ele alınmadığı görülmektedir. Bu çalışma, İslam hukuku literatüründe yeterince incelenmemiş bu alanda ilk adımları atmayı, sosyal medya olgusunu fikhî bir perspektiften sistematik biçimde değerlendirmeyi ve bu alandaki boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Nitekim sosyal medya kullanımı günümüzde hızla artmakta; bu durum, bireysel ve toplumsal düzeyde çeşitli ahlaki, hukuki ve dinî sorunları beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla çalışmanın temel amacı, dijital çağın ortaya çıkardığı bu yeni sorunları İslam hukukunun genel ilkeleri ve gayeleri (makâsıdü’ş-şerîa) ışığında yeniden değerlendirmek ve uygulanabilir çözüm önerileri ortaya koymaktır.

II. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE SINIRLARI

Bu tezde sosyal medya olgusu, sosyal bilimler literatüründeki yaklaşımlar esas alınarak kavramsal bir çerçeveye oturtulmuştur. İnternet öncesi iletişim araçları ve web teknolojilerinin gelişimine yalnızca sosyal medyanın mahiyetini açıklamaya hizmet edecek ölçüde değinilmiş, böylece konunun fikhî analizine geçiş için gerekli teorik zemin oluşturulmuştur.

Bu çalışmada sosyal medya olgusu İslam hukukunun klasik kaynakları temel alınarak fikhî bakımdan incelenmiştir. Yöntem olarak furû-ı fikhî esaslarına dayalı normatif analiz yöntemi benimsenmiştir. Klasik fikhî literatürü ile modern sosyal bilim araştırmalarından elde edilen veriler karşılaştırmalı biçimde değerlendirilmiştir. Araştırmada nass merkezli bir yaklaşım izlenmiştir. Kur'an ve sünnet verileri yanında sahabe uygulamaları, fukahanın içtihatları ve mezheplerin görüşlerinden yararlanılmıştır. Bununla birlikte konunun günümüz hukuk sistemindeki karşılıklarını ortaya koymak amacıyla modern hukuk normlarıyla da mukayeseli bir inceleme yapılmıştır.

Çalışmanın temel amacı, sosyal medya kullanımının doğurduğu yeni durumları İslam hukukunun kavram dünyası içinde yeniden anlamlandırmak ve çağdaş gelişmelere fikhî bir perspektif kazandırmaktır. Bu doğrultuda klasik fikhî mahremiyet, halvet, tecessüs, giybet ve sedd-i zerâi gibi temel kavramları dijital çağın pratikleriyle ilişkilendirilerek yeniden yorumlanmıştır.

Araştırma, sosyal medyanın teknik ve teknolojik yönlerine değil, esasen fikhî boyutuna odaklanmaktadır. Bu nedenle çalışmanın kapsamı, sosyal medya kullanımına ilişkin ahlakî, hukukî ve dinî sorumluluklarla sınırlıdır. Teknolojik altyapı, algoritmalar ve yazılım sistemleri gibi teknik meseleler inceleme dışında bırakılmıştır. Çalışmanın fikhî zemini İslam hukukunun klasik kaynakları esas alınarak oluşturulmuş; konu, furû-ı fikhî ilkeleri üzerine inşa edilip makâsüdüş-şerîa perspektifinden değerlendirilmiştir.

Çalışmamız üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm "Sosyal Medyanın Gelişimi" başlığını taşımaktadır. Bu bölümde öncelikle iletişim kavramına kısaca değinilmiş, ardından internetin ortaya çıkışı ve internet teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ele alınmıştır. Devamında sosyal medyanın doğuş süreci, gelişim aşamaları ve temel özellikleri incelenmiş; sosyal medya ile geleneksel medya arasındaki farklar ortaya konulmuştur. Ayrıca başlıca sosyal medya

platformlarının yapısal özelliklerine yer verilmiş ve Türkiye ile dünyada sosyal medya kullanım oranları değerlendirilmiştir.

İkinci bölüm “İslam Hukukunda İspat Vasıtaları ve Bilgi Paylaşımı Bağlamında Sosyal Medya Tasarrufları” başlığını taşımaktadır. Bu bölümde sosyal medyada yapılan paylaşımlar medenî hukukla karşılaştırmalı biçimde incelenmiş ve klasik fıkıh kaynaklarından hareketle “şahitlik” çerçevesinde değerlendirilmiştir. Böylece şahitliğin delil olarak kabul edilmesi noktasında İslam hukuku ile modern hukuk sistemi arasındaki temel farklılıklar ortaya konulmuştur. Konu İslam hukukundaki muâyene (görme) ve tesâmu‘a (işitme) dayalı şahitlik türleri bağlamında ele alınarak sosyal medya üzerinde hangi tür paylaşımların delil niteliği taşıyabileceği tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca bilgi paylaşımı bağlamında sosyal medya ortamında yapılan din karşıtı söylemler, devlet aleyhinde paylaşımlar ve ürün tanıtımları fikhî açıdan değerlendirilmiştir.

Üçüncü ve son bölüm “Sosyal Medya Kullanımının Sebep Olduğu Sorunların Fikhî Açıdan Değerlendirilmesi” başlığını taşımaktadır. Bu bölümde sosyal medya kullanıcılarının iradeleri dâhilinde ve iradeleri dışında meydana gelen hukuk ihlalleri ele alınmıştır. İlk olarak kullanıcıların iradeleri dışında gerçekleşen ihlaller incelenmiş; modern hukuk sistemiyle karşılaştırmalı bir yaklaşım benimsenerek sosyal medya hesapları üzerinde hangi durumlarda sır alan, özel alan veya kamusal alan ihlallerinin meydana geldiği tespit edilmeye çalışılmıştır. Sonraki kısımda ise kullanıcıların iradeleri dâhilinde meydana gelen hukuk ihlalleri aynı tasniften (sır alan, özel alan ve kamusal alan) hareketle değerlendirilmiştir. Bu çerçevede kullanıcıların kendi tasarruflarından doğan ihlaller “mahremiyet ihlalleri” ve “halvet” başlıkları altında incelenmiştir. Öncelikle mahremiyet ihlalleri üzerinde durulmuş; beden, mesken ve bilgi mahremiyeti kavramları esas alınarak kullanıcıların sosyal medya üzerindeki davranışları değerlendirilmiştir. Ardından halvet kavramı, sosyal medya kullanıcılarının iradeleri dâhilinde gerçekleşen hukuk ihlallerinde merkeze alınarak incelenmiş. Özellikle

mesajlaşma ve çevrim içi etkileşimler yine sır alan, özel alan ve kamusal alan bağlamında fikhî açıdan analiz edilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYANIN GELİŞİMİ

A. Geçmişten Günümüze İletişim ve İnternetin Ortaya Çıkışı

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 Peygamberiz (s.a.v.) vefatından sonra ise Hulefâ-yi Râşidîn döneminde posta sistemi daha da geliştirilmiş böylece iletişim sadece devlet başkanları arasında sağlanmakla sınırlı kalmamış aynı zamanda halkın da kullanabileceği bir sistem hâline dönüştürülmüştür.³

İletişim kavramı özünde oldukça geniş bir kapsama sahiptir. Basit anlamda düşünüldüğü gibi yalnızca sözlü veya yazılı bir aktarım biçiminden ibaret değildir. Konuyla ilgili yapılan çalışmalarda

-
- 1 İsmail Parlatır, Hamza Zülfikar, Nevzat Gözaydın, *Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dil Kurumu Okul Sözlüğü*, 2. b., Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayın Matbaacılık ve Ticaret İşletmesi, 2000, s. 483.
 - 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.

iletişim araçlarının bireysel iletişim, ses ve görüntüye dayalı iletişim, yazılı iletişim ve elektronik iletişim gibi farklı türlere ayrıldığı görülmektedir.⁴

a. İletişim ve Haberleşme

Telefon, e-posta, mesajlaşma uygulamaları, televizyon, kamera, dergi, gazete, sinema ve benzeri pek çok araç, günümüz iletişiminin vazgeçilmez unsurları hâline gelmiştir. Geçmişte ilkel iletişim araçlarıyla güçlkle sağlanan haberleşmenin günümüzde son derece kolaylaştığı görülmektedir. İletişim araçlarındaki bu gelişmelerin ise elbette uzun bir tarihi geçmişi bulunmaktadır.

İletişim tarihine bakıldığında insanın bulunduğu her ortamda bir çeşit iletişim yöntemi var olduğu görülmektedir. Bu nedenle iletişimin başlangıcı, insanlığın doğuşuyla eş zamanlı kabul edilebilir.⁵ İlk insanlar iletişim aracı olarak ateş, duman ve çeşitli işaretleri kullanmışlardır. Zamanla toplumsal gelişmelere paralel olarak iletişim yöntemleri de değişmiş⁶ ve sözel iletişimin yerini yavaş yavaş yazılı iletişim almaya başlamıştır.⁷ Yazılı iletişim de tıpkı önceki dönemlerde olduğu gibi dönemin ihtiyaçlarına göre şekillenmiştir.⁸

Yazının icadından sonraki en önemli gelişme Çinliler tarafından modern kâğıdın bulunması olmuştur. Bunu matbaanın icadı takip etmiştir. Gutenberg'in 15. yy'da gerçekleştirdiği bu keşif sayesinde bilgiye daha hızlı ulaşılma imkânı elde edilmiştir. Böylece haberleşme hız kazanmış ve gazeteciliğin temelleri atılmıştır.⁹

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.

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.

Modern iletişimin temelini oluşturan elektrik enerjisinin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte telgraf, radyo, telefon, televizyon, bilgisayar gibi iletişim araçları ortaya çıkmıştır. 1946 yılında bilgisayarın icadıyla birlikte internet olgusuna uzanan yeni bir iletişim serüveni başlamıştır.¹⁰

b. İnternet Teknolojisi

Günümüzde internet pek çok kişinin elinin altında bulunan ve hayatın vazgeçilmez bir parçası hâline gelen bir iletişim aracıdır. Bu kadar yaygınlık kazanmasının nedeni özellikle 2000’li yıllarda dünyaya gelen genç kuşağın bilgisayar kullanımının yanında internetin de hızla geliştiği bir dönemde yetişmiş olmasıdır.

İnternet teknolojisiyle tanışmamız 90’lı yılların başına denk gelir. Bu yıllarda bazı ailelerin evinde bilgisayar bulunmasına rağmen internet erişimi yaygın değildi. Zamanla internet kullanımı yaygınlaşmış, insanlar bu yeni teknolojiye adapte olmaya başlamışlardır. Böylece internet her an gereksinim duyulan ve yaşamı kolaylaştıran bir unsur haline geldi.

İnternet kullanımının yaygınlaşması ve insanların bu teknolojiye adapte olmasıyla birlikte internetin sunduğu kolaylıkların da farkına varılmıştır. Gelişen teknoloji bilgiye ulaşma yollarını her geçen gün kolaylaştırmaktadır. Örneğin internet teknolojisiyle artık herhangi bir kütüphanede yer alan kaynaklara kolayca erişilebilmekte; pek çok resmî siteden çevrimiçi belge temin edilebilmektedir. Bunun yanında pek çok resmi siteden online evrak dökümü elde edilebilmektedir. Görüldüğü üzere günümüzde bilgiye masrafsız ve zaman kaybı olmadan ulaşılabilir.¹¹

10 Gönenç, “İletişimin Tarihsel Süreci”, s. 96-101.

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.

b.a. İnternetin Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

İnternet ilk kez 1960'lı yıllarda ABD'de ortaya çıkmıştır. Ancak günümüzdeki kullanım amacı düşünüldüğünde 1960'larda ABD'nin uzun uğraşlar sonucu geliştirmeye çalıştığı bilgisayar ağı'nın bugünkü internet ağıyla aynı yapıda olmadığı görülmektedir. ABD, ülke savunmasını güçlendirmek amacıyla birbirine bağlı bilgisayarlar üzerinden düzenli bir iletişim ağı kurmayı hedeflemiştir. Bu sistemi geliştirmeye iten temel neden ise yaşadıkları korku ve belirsizlikti. 1957 yılında soğuk savaş döneminde SSCB uzaya bir uydu göndermiş ve bu girişim başarılı olmuştur. Bu gelişme ABD'yi olası bir nükleer savaş tehdidiyle birlikte ülke genelinde iletişim ve haberleşme ağlarının kesilmesi ihtimaliyle yüz yüze getirmiştir. Bu tehlikeyi önlemek amacıyla ABD'li uzmanların çalışmaları sonucunda 1969 yılında "ARPANET" (Advance Researce Programme Agency) adı verilen ilk bilgisayar ağı kurulmuştur.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. Elektronik postanın kullanılmaya başlanması ARPANET'in ilerlemesi adına büyük bir gelişme olmuştur.¹⁴

ARPANET, kuruluş aşamasında yalnızca 15 bilgisayar arasında iletişimi sağlayan bir ağ iken¹⁵ bu sayı kısa sürede hızla artmıştır. 1983 yılında geliştirilen TCP/IP adı verilen internet protokolü ile

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).

bilgisayarlar arasında milyonlarca ağın birbirine daha sağlıklı bağlanması sağlanmıştır. Böylece internet hızla genişleyerek günümüzde kullanılan küresel iletişim ağına dönüşme sürecine girmiştir.¹⁶

1991 yılına gelindiğinde internet tarihi açısından yeni bir dönem noktası yaşanmıştır. “World Wide Web” yani günümüzde kullandığımız www ile başlayan web sitelerine erişme imkânı sağlayan yeni bir sistem geliştirilmiştir. Artık resim, müzik ve videolar web siteleri sayesinde ulaşılması kolay birer veri haline gelmiştir.¹⁷ World wide web öncesi dönemde siteler arası geçiş ancak on haneli IP numaraları aracılığıyla sağlanabilirken www sistemi bu zorlukları ortadan kaldırmıştır.¹⁸

1990’lı yıllarda internetin kullanıcılar tarafından hızla benimsendiği görülmektedir. Bu durum üzerinde internetin sağladığı kolaylıklar etkili olmuştur. Artık internet teknolojisi insanlar için aynı zamanda sosyal bir yaşam alanı haline gelmiştir. Elektronik posta ile ücretsiz iletişim kurulabilirken kullanıcılar web sitelerinde serbestçe dolaşma imkanına kavuşmuşlardır. Böylece internet teknolojisi iletişime 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 değerlendirilmektedir. 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. Bununla birlikte internetin gerçekten bir insan hakkı

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.

olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği yönündeki tartışmalar hâlen devam etmektedir.²⁰

b.b. 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 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. Yaş 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

b.c. Web Teknolojileri

İnternetin geçici bir tutku olduğu²³ yönündeki söylemlerin aksine internet ortaya çıktığı 1969 yılı itibari ile hızla yayılmaya

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

21 Taşkıran, a.g.e., s. 5.

22 TÜİK 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,

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 yönlü pasif bir kullanımın hâkim olduğu bu sitemde kullanıcılar bilgisayar başında yalnızca sayfalar arasında dolaşabiliyor ancak günümüz internet teknolojilerinde olduğu gibi sayfalar üzerinde yorum yapma, bağlantı (link) paylaşma veya içerik indirme gibi imkânlarla sahip olamıyordu. Sayısı oldukça az olan bu web siteleri görsel açıdan günümüz siteleri kadar gelişmiş bir görünüme sahip değildi.²⁶

1990'larda 10 haneli IP numaraları ile kullanılan internetten world wide web sistemine geçilmesi ve ardından web 1.0 teknolojisinin kullanılmaya başlanması dönemin şartları açısından büyük bir kolaylık olarak görülmüş ancak daha ileri gelişmeler o dönemde henüz öngörülememiştir. 2005 yılına gelindiğinde ise yeni bir sistem olan web 2.0 teknolojisi gündeme gelmiştir. İnternetin geleceğine ilişkin düzenlenen bir toplantıda kavramsal olarak 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 yaratmıştır.²⁸ Bu yeni teknolojinin ülkemizde yaygınlaş-

2014, s. 1.

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

25 Baytak, a.g.e, s. 2.

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

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.

ması ise ancak 2006 yılı sonrasında gerçekleşmiştir. Günümüzde en çok kullanılan sosyal medya araçlarının başında gelen Facebook'un 2004 yılında kurulmasıyla birlikte bir zamanlar MSN messenger üzerinden yapılan çevrimiçi sohbetler zamanla Facebook platformuna taşınmıştır. 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 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.

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 Büyüksan, 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.

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).

B. Sosyal Medya Dünyası

Web 2.0 teknolojisinin işlerlik kazanmasıyla birlikte “kişisel günlük” olarak ifade edilen kişisel bloglar yaygın biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Bu yolla içerik paylaşımı yapılarak belirli sayıda kişiye ulaşılmış olsa da ulaşılan insan sayısı sınırlı kalmıştır. Bu durum günümüzde en çok kullanılan sosyal medya araçlarının başında gelen Facebook, Twitter gibi popüler ağların ortaya çıkışına zemin hazırlayan ilk gelişme olmuştur.³³

Sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte bu sanal alan artık yalnızca iletişim kurma aracı olmaktan çıkmış aynı zamanda bir bilgi edinme ve sosyalleşme ortamı hâline gelmiştir.³⁴ Bu sayede kullanıcılar hem düşüncelerini paylaşabilmekte hem de toplumsal gündeme doğrudan katılım gösterebilmektedirler.

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 oynadığı rol son derece belirleyici olmuştur.

a. Kavramsal Açıdan Yeni Medya ve Sosyal Medya

Medya; televizyon ve gazete gibi geleneksel iletişim araçlarının bütününe ifade ederken sosyal medya; kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturabildiği, yazı paylaşabildiği ve yorum yapabildiği etkileşimli bir iletişim ortamıdır.³⁵

Yeni medya veya sosyal medya olarak isimlendirilen bu yeni platformlar klasik medya olarak bilinen araçlardaki dönüşümün bir sonucudur. Başlangıçta tek yönlü, yazılı olarak sağlanan veya

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).

telefon vasıtası ile sesli olarak gerçekleştirilen iletişime zamanla görüntü unsuru da eklenmiştir. Tüm bunların tek bir merkezde toplanması ise “yeni medya” kavramını gündeme getirmiştir. Dolayısıyla sosyal medyanın yeni medya olarak adlandırılmasının nedeni eski kitle iletişim araçlarının artık kullanılmıyor olması değil medyanın yapısal bir değişime uğramış olmasıdır. Bu sayede gerçek hayatın dışında yeni bir ortam oluşturulmuş ve bu yeni ortama “yeni medya” veya “sosyal medya” adı verilmiştir.³⁶

b. Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

İlkel yöntemlerle başlayan iletişim insanlığın modernleşmesiyle birlikte kullanılan iletişim araçlarının da modernleşmesini gerekli kılmıştır. Bunun son örneği ise sosyal medya olmuştur. 2003 yılında ortaya çıktığı bilinen sosyal medyanın başlangıcı bazı araştırmacılara göre 1971 yılında iki bilgisayar arasında gönderilen ilk elektronik posta ile ilişkilendirilmektedir.³⁷ Ancak günümüzde kullandığımız anlamda sosyal medya kavramının başlangıcı 1988 yılında yayımlanan “Open Daily” isimli adlı blog platformuna dayanmaktadır. 1990'lara gelindiğinde internet dünya çapında kullanılıyor olsa da kullanım alanı bakımından daha çok akademik merkezli çalışmalar öne çıkmaktadır. Bireysel bir kullanım henüz yaygınlık kazanmamıştı. 1991 yılında word wide web'in doğmasıyla birlikte internet kullanımı artık akademik ve devlet merkezli kullanımdan çıkarak kamuya açık bir iletişim ağı hâline gelmiştir. 1997 yılında kullanılmaya başlayan sixdegrees.com günümüzde yaygın olarak kullanılan sanal paylaşım sitelerinin ilk şeklini oluşturmaktadır. Facebook'a benzer biçimde tasarlanan bu site kullanıcılarına karşılıklı arkadaş ekleme ve profildeki arkadaşlarını birbirleriyle

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).

tanıştırma imkânı sunuyordu. Ancak bu özelliklerin sınırlı olması, sitenin dört yıl sonra kapanmasına yol açmıştır.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 Frierster'dir. Facebook kurulmadan önce 2002 yılında ortaya çıkmış olan Frierster kimilerine göre gerçek anlamda sosyal medyanın ilk şeklini oluşturmaktadır.³⁹

c. Sosyal Medyanın Özellikleri

Uzun süredir hayatımızda yer alan ve kullanım oranı her geçen gün artan sosyal medya artık yalnızca bir iletişim aracı olmaktan çıkarak merak edilen her türlü bilgiye ulaşılabilen geniş bir alana dönüşmüştür. Kullanıcı sayısının oldukça yüksek olduğu bu sanal platformların sahip olduğu özellikler günümüz insanı açısından önemli bir araştırma konusunu oluşturmaktadır.

Sosyal medyanın en belirgin özelliği paylaşılan içeriklerin yani fotoğraf, video veya yazıların kullanıcılar tarafından oluşturulup paylaşılıyor olmasıdır. Bu durum web 2.0 teknolojisinin sağladığı en önemli yeniliklerden biridir. Bu sayede kullanıcılar web 1.0 döneminin 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. Ayrıca sosyal medyada paylaşımlar kalıcılık özelliği gösterdiğinden içerikler başka kullanıcılar tarafından istenildiği zaman kolaylıkla görüntülenebilmektedir.⁴⁰

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.

40 Taşkıran, a.g.e., s. 11-14.

Sosyal medya ulaştığı geniş kitleler ile anında etki yaratabilmektedir. Örneğin ABD başkanlığı döneminde Barck Obama siyasi kampanyalarını Facebook ve Twitter üzerinden yürütmüş ve milyonlarca kişiyi etkileyerek önemli bir siyasi başarı elde etmiştir. Benzer şekilde Türkiye’de de devlet yönetiminde görev yapan üst düzey isimler sosyal medya hesaplarını aktif biçimde kullanarak bu mecraların sunduğu iletişim imkânlarından yararlanmışlardır.⁴¹

Sosyal medya bize günlük hayatta sağlayamadığımız iletişim ortamını sunmaktadır. Kullanıcılar oluşturdukları sanal profiller aracılığıyla yalnızca oldukları kişiyi değil aynı zamanda olmak istedikleri kimliği de yansıtabilmektedirler.⁴²

Sosyal medya hem alıcı hem de kaynak merkezli bir yapıya sahip olduğundan gerektiğinde her iki taraf da paylaşımlara müdahale edebilme imkânına sahiptir. Dolayısıyla sosyal medya ilk bakışta tek yönlü bir iletişim ortamı gibi görünse de gerçekte etkileşime dayalı çok yönlü bir iletişim alanıdır.⁴³

Sosyal medyanın bir diğer önemli özelliği ise ekonomik olusudur. İnternet bağlantısının sağlanması hâlinde kullanıcılar bu ortama ücretsiz biçimde dâhil olabilmektedir. Bu erişim kolaylığı sayesinde sosyal medya geniş bir kullanıcı kitlesine ulaşmıştır.⁴⁴

Kısaca genel özelliklerini ortaya koymaya çalıştığımız sosyal medya, olumlu yönlerinin yanı sıra bazı olumsuz özelliklere de sahiptir. İlk ortaya çıkışı geçmiş yıllara dayansa da yaygın biçimde kullanılmaya başlanması oldukça yakın bir döneme rastlamaktadır. Buna rağmen sosyal medya tüm dezavantajlarının bilinmesine karşın milyonlarca insanı etkilemeye devam etmekte; yaş, cinsiyet ve sosyoekonomik fark gözetmeksizin geniş bir kullanıcı tabanına hitap ederek güncelliğini korumaktadır.

41 Çağlar, a.g.e., s. 51.

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

43 Özutku, a.g.e., s. 83.

44 Özutku, a.g.e., s. 83.

d. Sosyal Medyanın Geleneksel Medyadan Farkı

Sosyal medyanın geleneksel medyanın önüne geçmesinde sahip olduğu bazı özellikler etkili olmuştur. Bu nedenle konunun bütüncül biçimde anlaşılabilmesi için hem geleneksel medya olarak isimlendirilen klasik medya araçlarının temel niteliklerinin hem de sosyal medyanın kendine özgü özelliklerinin incelenmesi gerekmektedir.

Sosyal medyanın geleneksel medyadan farkı şu beş kavram ile açıklanmaktadır: Erişim, erişebilirlik, kullanılabilirlik, kalıcılık ve yenilik. Geleneksel medya ile sosyal medya her ne kadar geniş kitleler üzerinde etkili olmayı amaçlasa da bu hedefe ulaşmada daha başarılı olan sosyal medya olmuştur. Kullanılabilirlik açısından değerlendirildiğinde sosyal medya platformlarını kullanmak için özel bir eğitim almaya gerek bulunmazken geleneksel medyada haber sunuculuğu yapmak veya köşe yazarlığı yapabilmek belli bir eğitim sürecinden geçmeyi gerektirmektedir. Bununla birlikte, kalıcılık bakımından geleneksel medya daha belirgin bir yapıya sahiptir. Örneğin bir haber basıma çıktıktan sonra haberin düzeltilmesi ancak bir sonraki gün basıma çıkacak yeni haber ile mümkündür. Oysaki sosyal medyada haber ve içerikler anlıktır. Birkaç saniye içinde paylaşılan yeni bir haber ile önceki haber geçerliliğini yitirmektedir.⁴⁵

Sosyal medyanın kolay taşınabilir bir yapıya sahip olması onu geleneksel medyadan ayıran önemli özelliklerden biridir. Bu durum aynı zamanda sosyal medyanın zaman ve mekân farkı gözetmediğini de göstermektedir. Sosyal medyada kullanıcı dilediği zaman aktif hâle gelerek olayları ve gelişmeleri takip edebilirken geleneksel medyada bu imkânlar kısıtlıdır. Bunun yanı sıra sosyal medya kota uygulamasını gerekli kılmaz. Yani sosyal medya kullanıcısı istediği sayıda paylaşımda bulunabilir ve çift taraflı iletişim sağlayabilir. Geleneksel medyada ise örneğin gazete ve dergiler için

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.

sayfa ve kelime sınırlaması var olup bu sayının dışına çıkılamazken benzer şekilde radyo ve televizyon için belli bir yayın süresi söz konusudur.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 iletişimidir.⁴⁸

Sosyal medyada alıcı konumundaki kişi haberi paylaştıran 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 çok kısa süre içerisinde binlerce kişiye ulaşarak anlık tepkilerin oluşmasına zemin hazırlar. Bu paylaşımlar tekrar tekrar paylaşılmak suretiyle uzun süre gündemde kalabilir; hashtag kullanımıyla da trend topic haline getirilebilir. Buna karşılık geleneksel medya üzerinde bir haberin etkisi bu kadar hızlı yayılmaz ve gündemde uzun süre tutulamaz. Sosyal medya kullanıcılarına içerik üretimi ve paylaşımı konusunda geniş bir özgürlük alanı tanır. Herkes dilediği konuda ve biçimde paylaşım yapabilir. Oysa geleneksel medyada belirli yayın ilkeleri, biçimsel kurallar mevcuttur. Bir yazı yayınlamak istendiğinde bazı unsurları taşıması gerekmektedir. Bu unsurlar tamamlanmadığında o içeriklerin paylaşılmasına izin verilmez. Ayrıca sosyal medyada yapılan paylaşımlar platformların arama ve arşivleme özellikleri sayesinde geçmişe dönük olarak kolaylıkla

46 Yeniçıktı, a.g.e., s. 126.

47 Kara, a.g.e. s. 14.

48 a.g.e., s. 24-25.

bulunabilirken geleneksel medyada yayımlanmış bir içeriğe sonradan erişmek çok daha güçtür.⁴⁹

Sosyal medya pek çok açıdan hayatımızı kolaylaştırırsa da geleneksel medya da hâlâ toplum hayatında önemli bir yer tutmakta ve kendisini geliştirmeye devam etmektedir. Bir zamanlar siyah beyaz televizyonlar kullanırken zamanla renkli yayınlara geçilmiş, tüplü televizyonlarımızın yerini birkaç santimlik televizyonlar almıştır. Ancak biçimsel açıdan büyük gelişmeler yaşansa da, daha önce de ifade edildiği üzere, geleneksel medyanın temel özelliklerinde bir değişiklik olmamıştır. Sosyal medya hayatımıza gireli nispeten kısa bir süre olmuş olmasına rağmen kullanım oranı ve yaygınlığı açısından geleneksel medyayı geride bırakmıştır. 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 Araçları

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, mikrobloglar, wikiler, video paylaşım araçları ve fotoğraf paylaşım araçlarının genel özelliklerine değindikten sonra her birinde en yaygın şekilde işlerlik kazanan ağlara değineceğiz.

“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.

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

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

e.a. Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar, sosyal medya dünyası içerisinde kendisine önemli bir yer edinmiş olan dijital iletişim 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 geldiği andan itibaren öncelikle kendisini aile fertlerinden oluşan bir ağın içerisinde bulur. Bu ağ bireyin büyümesiyle birlikte genişlemektedir. Okul ve çalışma hayatıyla 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 mevcuttur. 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 six-degrees.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

50 Enderhan Karakoç, Onur Taydaş, "Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı", " *Sosyalleşen Birey*" Sosyal Medya Araştırmaları 1, ed. Ali Büyükaşlan, Ali Murat Kırık, 2.b., Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 2017, s. 213-214.

51 Kara, a.g.e., s. 44-48.

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 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

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).

55 Gökhan Taneri, “Sosyal Medyada Paylaşım Sorumluluğu”, *Türkiye Adalet Akademik 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.

ağlara üye olmada hiçbir zorluk yaşanmaması sosyal ağların hızla yayılmasına imkân tanımıştır.⁵⁷

e.a.a. Facebook

Hayatımızın merkezinde yer alan ve en özel bilgilerin rahatlıkla paylaşılabilirdiği Facebook 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Başlangıçta Harvard Üniversitesi öğrencileri için oluşturulan bu sosyal ağın fikir aşamasında ise Winklevoss kardeşlerin önemli bir rolü bulunmaktadır. Connect U isimli bir sosyal ağ oluşturmak isteyen ikiz kardeşler teknik yardım için Zuckerberg ile anlaşmışlardır. Ancak Mark Zuckerberg, 4 Şubat 2004 tarihinde ikiz kardeşlerden önce davranarak “thefacebook.com” adlı sitesi Harvard öğrencilerinin kullanımına açmış ve projeyi onlardan önce hayata geçirmiştir.⁵⁸

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

2017 yılı 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 kadarının gerçek kullanıcılara ait olduğu tartışmalıdır. Bu konuda yapılan araştırmalar Facebook kullanıcılarının %13’ünün sahte

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: Literatürük Academia, 2015, s. 119.

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

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

e.b. Blog

Blog kelimesi İngilizce ağ anlamına gelen “web” ve günlük anlamına gelen “log” kelimelerinin birleşiminden meydana gelen “weblog” kelimesinden türemiş ve zamanla kısalarak blog halini almıştır. Bu platform üzerinde yazı yazan, görsel içerik paylaşan kişilere “blogger” denilmektedir. İnternet bağlantısı sağlanması hâlinde her bir blogger içeriklerini ücretsiz olarak paylaşabilmektedir. Bunun için yapılması gereken tek şey diğer medya araçlarında olduğu gibi bir kullanıcı profiline 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. “Weblog” kavramı ise ilk kez 1997 yılında Jorn Barger tarafından tanımlanmıştır.⁶⁴

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.

Bu gelişme modernleşen dünyayla birlikte geçmişte defterlere yazılan günlüklerin artık dijital ortama taşındığını göstermektedir.⁶⁵ Günümüzde sanal ortamda gezinirken pek çok blog sayfası ile karşılaşmak mümkündür. Bunun temel nedeni blog kullanımının diğer birçok sosyal medya aracında olduğu gibi herhangi bir maliyet gerektirmemesidir. Bu durum herhangi bir konuda fikrini ifade etmek isteyen veya yazmayı seven pek çok insanı kişisel web sayfası kullanmaya yöneltmiştir.

e.c. Mikroblog

Mikrobloglar, bloglara benzer özellikler taşıyan kişilerin içerik paylaşmasına imkân tanıyan ağlardır. Bloglardan farklı olarak 140 karakter ile sınırlandırılmıştır. Bu sebeple bloglara nazaran içeriklerinin daha kısa ve öz olduğunu söyleyebiliriz. İnternet teknolojisinin telefonlarımıza girmesiyle 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

e.c.a. Twitter/ X

Açılış sayfasında “Neler oluyor?” sorusuyla kullanıcılarını karşılayan Twitter (günümüzde X olarak adlandırılmaktadır), başlangıçta 140 karakterle sınırlı paylaşımlara izin veren bir mikroblog olarak tasarlanmıştır. Ancak bu özellik platformun gelişimine paralel olarak karakter sayısının 140’tan 280’e çıkarılmasıyla değişmiştir. Bu değişikliğin ilk uygulaması, 2017 yılı Ekim ayının son

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

66 Taşkiran, a.g.e., s. 25-26.

67 Özutku, a.g.e., s.127.

günlerinde 280 karakterle atılan bir tweet aracılığıyla gerçekleştirilmiş ve Twitter'ın kurucularından Jack Dorsey tarafından duyurulmuştur.⁶⁸ Günümüzde 280 karakter sınırı tüm kullanıcılara uygulanmakta ayrıca X Premium (eski adıyla Twitter Blue) aboneleri için bu sınır daha da artırılmıştır.

X'in (eski adıyla Twitter) kendi araçlarında yayınlanan veriler Ocak 2025 itibarıyla X reklamlarının 586 milyon kullanıcıya ulaştığını göstermektedir.⁶⁹ Siyasilere de bu platformu etkin biçimde kullandıkları bilinmektedir. Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın X üzerindeki resmî hesabında yaklaşık 21 milyon takipçi, ABD'nin eski başkanı Donald Trump'ın ise yaklaşık 105 milyon takipçi bulunmaktadır.

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

Twitter'ın 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.

e.d. 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

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

69 <https://datareportal.com/essential-x-stats> (02.11.2025).

70 Tiryaki, a.g.e., s. 123-124.

71 Özutku, a.g.e., s. 128-129.

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

e.e. 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.

e.e.a. Instagram

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

72 Taşkıran, a.g.e., s. 21-22.

73 Çağlar, a.g.e., s.60.

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.

olarak açıklanan Instagram muhtemelen bu artış oranı ile geleceğin yeni pazarı haline gelecektir.⁷⁵

e.e.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. Türkiye’de ve Dünyada Sosyal Medya Kullanımı

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 %1’ini oluştururken aradan geçen beş yılda bu oran ancak %7’ye ulaşabilmiştir. Günümüzde ise internet kullanıcılarının sayısı

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.

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'luk 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

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).

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

A. İspat Vasıtaları Bağlamında Sosyal Medya Tasarrufları

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 kendisini göstermektedir. Ancak bu sınırsız ve engelsiz olma durumu tasarruflar bakımından mutlak bir özgürlük anlamına gelmemektedir. Nitekim insan içinde yaşadığı toplumda gerçekleştirdiği her türlü eylemden sorumlu tutulmaktadır. Bu durum, sağlıklı bir toplum algısının oluşması için gereklidir. Dolayısıyla her birey sosyal medya üzerindeki davranış ve paylaşımları bakımından hukukî bir sorumluluk taşımaktadır.

İnsanın gerçek hayattaki tasarruflarının hukukî sonuçları olduğu gibi sanal dünyadaki tasarruflarının da hukukî sonuçları vardır. Sosyal medya paylaşımlarına hukukî perspektiften bakıldığında konu iki kavram çerçevesinde değerlendirilebilir: Şahitlik ve fikir hürriyeti. Bu bölümde ilk olarak sosyal medya paylaşımları fıkıhtaki şahitlik müessesesi 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 başvurulmuş bir çeşit ispat vasıtasıdır.⁸³ İslam ilim geleneğinde “burhân”, “hüccet” ve “beyyine” kavramlarının da delil ile benzer anlamlarda kullanıldığı görülmektedir.⁸⁴ Burhân, hüccetin beyanı ve ona açıklık kazandırılmasıdır.⁸⁵ Hüccet, delil anlamında olup şahitlerin imzalı beyanlarını içeren bir çeşit senet veya vesika mahiyetindedir.⁸⁶ Beyyine kavramı ise burhân ve hüccet kelimeleri gibi delil manasında kullanılmış olmakla birlikte⁸⁷ bazı kaynaklarda şahitlik anlamında da kullanılmaktadır.⁸⁸

“İspat” hukuk terminolojisinde dâvanın çözümü hususunda delilleri sunarak hâkimin bir olayın gerçekleştiğine ikna edilmesi şeklinde tanımlanır.⁸⁹ Delillerin tamamı farklı nitelikteki unsurları kapsayarak ispat vasıtalarını meydana getirir. 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

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.

87 Ragıb el-İsfahânî, *el-Müfredât fî Garibi'l-Kur'an*, thk. Safvân Adnân Davûdî, Beyrut: Daru'l Kalem, ed-Daru'ş-Şamiyye, s. 157

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

89 Erdoğan, a.g.e., s. 259.

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 kalıcılığını sürdürmektedir. Bu içerikler kullanıcılar tarafından sonradan 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 yakîn zâil olmaz”⁹¹ kaidesi gereğince bir delilin varlığı ortaya konulduktan sonra aksine bir delil ortaya konulmadıkça o delil ile hüküm verilmeye devam edilir. Sonradan ortaya çıkan şüpheler, yakînen bilinen bir durumu ortadan kaldırmaz. Bu nedenle başkalarının hakkını zayi etmemek ve hukukî güvenliği temin etmek adına kabul edilen delillerin ispat vasıtaları bakımından uygun ve geçerli nitelikte olması gerekmektedir.

a. İslam Hukukunda İspat Vasıtası Olarak Şahitlik Müessesesi ve Sosyal Medya Tasarrufları

a.a. Şahitliğin Tarifi

Kelime anlamı itibarıyla “haber vermek” manasına gelen “ihbâr” söylenen bir sözün, alınan bir haberin doğru olma ihtimalini içerdiği gibi yalanlanabilme ihtimalini de barındırmaktadır. Haberdeki bu doğruluk veya yanlışlık ihtimali, ihbârî cümleleri yapı bakımından inşâî cümlelerden ayıran temel özelliktir. Zira inşâî cümleler doğrulama veya yalanlamaya konu olmazken ihbârî

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.

cümlelerde verilen haberin doğrulanma yahut yalanlanma ihtimali daima mevcuttur.⁹²

İhbâr, ifade ediş şekline göre farklı durumlarda farklı şekillerde isimlendirilmiştir. Bu kapsamda kullanılan kavramlar arasında “dâva”, “yargı”, “kazâ”, “şehâdet” gibi terimler yer almaktadır.⁹³ *Mecelle*'de dâva “huzur-i hâkimde hakkını talep etme”⁹⁴ şeklinde tanımlanmıştır. İkrâr ise başkasına ait bir hakkın hâkim huzurunda bildirilmesini ifade etmektedir. Buradaki temel fark, bildirilen hakkın hakkı bildiren kişinin kendi üzerinde bulunmasıdır.⁹⁵ Kazâ kavramı ise yargılama hukukunda yaygın olarak kullanılan ve *Mecelle*'de “hüküm ve hâkimlik”⁹⁶ olarak tanımlanmış bir kavramdır. Başka bir ifadeyle kazâ mahkemeye sunulan bir dâvanın neticesinde verilen yargı kararını veya hükmü ifade etmektedir. Yani kazâ, mahkemeye sunulan dâvanın neticesi olarak ortaya konulan hükümleri içermektedir.

Görüldüğü üzere örnek olarak kısaca değinilen dâva, yargı ve kazâ kavramları 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 Dolayısıyla şehâdet muâyene ve orada hazır bulunma anlamlarını da kapsamaktadır.⁹⁸ Bu durum şahitlik eden kişinin olaya

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

93 Mehmet Erdoğan, *Fıkıh ve Hukuk Terimleri Sözlüğü*, 4. b., İstanbul: Ensar Yayınları, 2013, s. 234.

94 Ali Himmet Berki, *Açıklamalı Mecelle (Mecelle-i Ahkâm-ı Adliyye)*, İstanbul: Hikmet Yayınları, 1968, s. 349.

95 Ferhat Koca, “İkrâr”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 2000, C. 22, s. 38.

96 Berki, a.g.e., s. 405

97 Serahsî, *el-Mebsût*, ed. Mustafa Cevat Akşit, çev. Soner Duman, Osman Güman, C. XVI, İstanbul: Gümüşev Yayınları, 2008, s. 167.

98 İbn Manzûr, *Lisânü'l-Arab*, C. III, Beyrut: Darus-Sadr, 1994, s. 239.

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 görülmektedir. Bu kaynaklarda şahitlik başkasına ait bir hakkın bildirilmesi, doğru olanın haber verilmesi¹⁰¹ veya şehâdet lafzı kullanılarak hâkimin huzurunda yapılan doğruluk beyanı şeklinde tanımlanmıştır.¹⁰² Tüm bu tanımlarda ortak olan husus şahitlikte mecliste hazır bulunma şartının aranmasıdır. Nitekim Peygamber efendimiz (s.a.v.) “ganimet vakaya şahit olanındır” şeklinde buyururken harp yerinde hazır olma durumunu kastetmiştir. Bu durum, şahitlik için de benzer şekilde değerlendirilmiş, 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”

99 Ragıb el-İsfahânî, *el-Müfredât Kur'an Kavramları Sözlüğü*, 3. b., çev. Abdulkaki Güneş, Mehmet Yolcu, İstanbul: Çıra Yayınları, 2012, s. 565.

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-Sanâi fi Tertibiş-Şerâi*, Dâru'l Kütübü'l İlmiyye, 1986, s. 266.

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 Mecdüddin Abdullâh b. Mahmûd b. Mevdûd el-Mevsilî, C. II, *el-İhtiyâr li-ta'lili'l-Muhtâr*, Kahire: Matbaatü'l Halebî, 1937, s. 139.

104 Berki, a.g.e., s. 374.

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.

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

a.b. Şahitliğin Hukukî Dayanağı ve Önemi

Şahitlik, İslam muhakeme hukukunda ispat vasıtalarından birisi sayılmış ve şahitliğin hukukî 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.

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

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

108 Berki, a.g.e., s. 375.

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.

110 Nisâ 4/15

111 Nûr 24/4.

112 Bakara 2/282.

113 Mâide 5/106.

114 Talak 65/2.

gerektiğini¹¹⁵ ve şahitlikten kaçınmamak gerektiğini¹¹⁶ göstermektedir. Şahitliğin gerekliliği ile ilgili bu âyetlerin yanında Allah yalancı şahitlikte bulunmayı da yasaklamıştır.¹¹⁷

Hz. Peygamber (s.a.v.)'in uygulamalarında da şehâdet önemli bir yer tutmaktadır. Peygamber efendimiz (s.a.v.) yalan yere şahitlik etmemeyi emretmiş ve bunun büyük günahlardan biri olduğunu ifade etmiştir.¹¹⁸ Ayrıca Hz. Peygamber (s.a.v.) kendisine bir haber ulaştığı zaman bunu hükme bağlamadan önce doğrudan hüküm vermeden önce dâvacıdan şahit getirmesini veya dâvalıdan yemin etmesini istemiştir.¹¹⁹ Başka bir hadisinde ise zinâ ettiğini söyleyen bir kişiye “ya beyyine getirirsin ya sırtına sopa vurulur” 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

İslâm toplumlarında adaleti tesis etmek adına görevli olan hâkimler bulunsa da bunlar toplumun genel ihtiyacını karşılamaya yetmiyordu. Yaşanan hadiselerin çokluğu, hâkimlerin azlığı ve zamanın kısıtlı oluşu gerekli delilleri toplayıp hakkı zayi etmeden hükme bağlanmasını zorlaştırıyordu. Böylece şahitlik kişilerin haklarının korunması ve adaletin sağlanabilmesi açısından yardımcı

115 Bakara 2/283.

116 Bakara 2/282.

117 Furkan 25/72.

118 Buhâri, Şehâdât, 10.

119 Buhâri, Şehâdât, 21.

120 Buhâri, Şehâdât, 21.

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

ispat vasıtalarından birisi olarak büyük önem kazanmıştır.¹²² Bu bağlamda şahitliğin amacına ulaşabilmesi yani adaletin tam anlamıyla sağlanabilmesi ve düzenin tesis edilebilmesi için âyet-i kerime-de şahitliğin gizlenmemesi istenmiştir.¹²³

Şahit kelimesi, şe-ha-de kökünden gelerek şehâdet kelimesinin ismi failidir ve şahitlik eden, haber veren kimse anlamına gelir. Şahidin verdiği haberin doğruluğu veya yanlışlığı onun iradesine bağlı 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 ve 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 gözetenek başkasının hakkını ihlal edercesine kullanılmaması gerektiğini hatırlatmaktadır.¹²⁶

a.c. Şahitlikte Nisap Miktarı

İslam hukukunda şahitlik nisabı ile ilgili olarak belli bir sayı zikretmek zordur. Çünkü şahitlerin asgarî sayısı şahitlik yapılacak konunun mahiyetine göre değişiklik göstermektedir. Hukuk dâvaları ile ceza hukuku alanında şahitlik için aranan asgarî sayı farklılık arz ettiği gibi ceza hukukunun kendi içinde de bu sayı suçun türüne göre değişebilmektedir. Nitekim *Mecelle*'de yer alan "Hukuk-i ibadda şehâdetin nisabı iki er yahud bir er ile iki hatundur"¹²⁷ şeklindeki kaide hukuk dâvalarında asgarî şahit sayı-

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 Berki, a.g.e., s. 374.

sının iki kişi olduğunu göstermektedir. Buna karşılık had ve ta'zîr gerektiren suçlarda ispat için gerekli kişi sayısı bazı durumlarda dört bazılarında ise iki kişi ile sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla İslam hukuk literatüründe şahitlik denildiğinde bunun için gerekli olan asgari kişi sayısının dâvanın konusuna ve niteliğine göre farklılık gösterdiği göz önünde bulundurulmalıdır.

Zinâ suçu ile ilgili dâvalarda Nisâ sûresi 15. âyetinde yer alan “Kadınlarınızdan zinâ yapanlara karşı içinizden dört şahit getirin” ifadesi bu suçun ispatı için gerekli şahitlik nisabını ortaya koymaktadır. Dört şahit getiremeyen ve zinâ fiilini kanıtlayamayan kimselere ise seksen değnek sopa cezası öngörülmüştür.¹²⁸ Zinâ suçu için gerekli olan şahitlerin cinsiyeti konusunda ulema arasında ittifak bulunmakta olup bu şahitlerin hür ve erkek olması gerektiğini kabul edilmiştir.¹²⁹ Nitekim erken dönem uygulamalarına dair İmam Zühri'den nakledilen bir rivayete göre kadınların had ve kısas dâvalarındaki şehâdeti kabul edilmemiştir. Bu uygulama Hz. Peygamber (s.a.v.) döneminde olduğu gibi, kendisinden sonra gelen halifeler devrinde de aynı şekilde devam etmiştir.¹³⁰

Zinâ suçu cezasının uygulanması için gerekli görülen şahitlik nisabının diğer ceza hukuku konularından farklı olarak daha yüksek tutulmasının nedeni, insanın yanılabilir ve gaflete düşmeye meyilli bir varlık olmasıdır.¹³¹ Bu bakımdan şahit sayısının fazla tutulmasının temelinde insanı koruma ve haksız cezalandırılmayı önleme amacı bulunduğu söylenebilir.

Zinâ suçu dışında kalan had ve kısas gerektiren suçlarda iki erkeğin şahitliği yeterli görülmüştür.¹³² Ancak bu alanlarda da kadının şahitliği geçerli sayılmamıştır. Bu durum, Bakara Sûresi 282.

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 Mecdüddin Abdullâh b. Mahmûd b. Mevdûd el-Mevsilî, *el-İhtiyâr Metni el-Muhtâr li'l-Fetvâ*, 6.b. çev. Celâl Yeniçeri, İstanbul: Şamil Yayınevi, 2015, s. 249.

âyet ile temellendirilmiştir. Söz konusu âyette borçların yazılması esnasında iki erkek şahit bulundurulması, eğer bu mümkün değilse bir erkek ve iki kadının şahitliğiyle yetinilebileceği belirtilmiştir. Âyetin devamında yer alan “Biri yanılacak olursa diğeri ona hatırlatsın” ifadesi bu düzenlemenin gerekçesini ortaya koymaktadır. Bu ifadeden hareketle kadının şahitliğinin erkeğinkine göre daha zayıf olduğu yorumu yapılmış. Dolayısıyla kadın şahitliğinde bir tür şüphe unsuru bulunduğu kabul edilmiştir. Ancak bu şüphe yalnızca had ve kısas dâvaları için geçerli görülmüş, mâlî konular bu kapsamın dışında tutulmuştur.¹³³

Hukukî dâvalarda iki erkek veya bir erkek ve iki kadının şahitliği caiz görülmüştür. Bu durum dâvaların mâlî nitelikte olup olmamasına bakılmaksızın geçerliliğini korumaktadır. Nitekim Hanefiler nikâh, boşanma, köle azadı, iddet, havale, vakıf, hibe ve nesep tespiti gibi konularda bir erkek ve iki kadının şahitliğini geçerli saymışlardır. Buna karşılık İmam Şâfiî kadın ile birlikte erkeğin şahitliğini ancak mal ve mala tâbi konularda kabul etmiştir. Çünkü İmam Şâfiî’ye göre kadın olayları kavramakta ve yönetsel meselelerde değerlendirme yapmakta eksiklik yaşayabilir.¹³⁴ Mâlî konularda kadının şahitliğinin kabul edilmesinin nedeni ise bu türden dâvaların gündelik hayatta çok sık karşılaşılan meseleler olmasıdır. Bu nedenle Şâfiîlere göre mâlî konularda hakkın sağlanabilmesi adına erkekle birlikte kadının şahitliği kabul edilmiştir.¹³⁵ Bununla birlikte nikâh akdi gibi mâlî olmayan konular, bu kapsama dâhil edilmemiştir.¹³⁶ İmam Şâfiî’nin açıklamalarından anlaşıldığı üzere kadının şahitliği aslında aslen kabul edilmemekle birlikte hayatın kolaylaştırılması amacıyla mâlî konularla sınırlı

133 İbn Kudâme, a.g.e., C. X, s. 130.

134 İbnü’l Hümmâm, 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 Tercemesi*, çev. Ahmed Meylânî, C. III, İstanbul: Kahraman Yayınları, 1986, s. 206.

olarak istisnaen kabul edilmiştir. Mâlikî ve Hanbelî mezheplerinin görüşü de bu doğrultudadır.¹³⁷

a.d. 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 takdiri deliller kapsamında ele alınmaktadır. Hâkim takdirî delillerde kesin delillerden farklı olarak takdir yetkisi kullanabilmektedir.¹³⁹ İslam hukukunda ise deliller temelde ilâhî menşelidir. Hâkim, ispat vasıtalarından birini kullanarak hukukî bir çözüm ortaya koyma yetkisine sahiptir. Ancak hâkim yetki bakımından ispat vasıtalarını açacak herhangi bir tasarrufta bulunamaz.¹⁴⁰

Sosyal medya ekseninde şahitlik kavramı ele alındığında, modern hukuk sistemi ile İslâm hukuku arasındaki bu yapısal farklılık, şahitliğin delil olarak kabul edilmesi noktasında da kendini göstermektedir. Sosyal medyanın yeni bir alan olması bu mecralarda gerçekleştirilen tasarrufların ayrı ayrı değerlendirilmesini ve hükme

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

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

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.

bağlanmasını gerektirmiştir. Bu nedenle hem modern hukukta hem de İslâm hukukunda sosyal medya üzerindeki tasarruflar yeni birer tartışma alanı olarak önem kazanmıştır.

Bu çalışmada inceleme alanımız gereği modern hukuk sisteminden ziyade İslâm hukuku bağlamında, sosyal medya üzerinden paylaşılan gönderilerin delil sayılıp sayılmayacağı konusu ele alınacaktır. Bu kapsamda şahitliğin şartları ve bu ekseninde oluşturulan fikhî hükümler dikkate alınarak tahammül ve edâ aşamalarında sosyal medya paylaşımlarının delil değeri bakımından nasıl bir konuma sahip olduğu değerlendirilecektir.

Bu değerlendirmeye geçmeden önce, öncelikle “delil” kavramı üzerinde durularak İslâm hukukunda delilin kapsamı, işlevi ve hukukî süreçteki rolü açıklığa kavuşturulacaktır.

a.e. Şahitliğin Aşamaları

Bakara sûresi 282. âyette geçen “Şahitler çağrıldıkları zaman kaçınmasınlar” emri gereğince şahitlik farz-ı kifaye olarak kabul edilmiştir.¹⁴¹ Farz-ı kifâye niteliğindeki bu yükümlülüğün yerine getirilebilmesi “tahammül” ve “edâ” olmak üzere iki aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamaların her biri için, şahitlik yapacak kişide bulunması gereken belirli nitelikler ve şartlar ortaya konulmuştur. Bu şartlar yerine getirilmediği takdirde şahidin şahitliği hukuken geçerli sayılmamıştır. Aynı şekilde sosyal medya üzerindeki paylaşımların da delil olarak kabul edilebilmesi tahammül ve eda aşamasında aranan şartların karşılanmasına bağlıdır.

a.e.a. Şahitlikte Tahammül

Tahammül, şahidin şahitlik edeceği olayı bilmesi veya olaya doğrudan tanık olması şeklinde tanımlanmaktadır.¹⁴² Tahammül-

141 İbn Kudâme, a.g.e., C. X, s. 128.

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

lün şartları ise şahidin şahitliği üstlendiği sırada sahip olması gereken nitelik ve vasıfları kapsamaktadır.

a.e.a.a. Akıllı Olmak

Şahitlik yapacak kişinin tahammül esnasında akıl sağlığının yerinde olması gerekmektedir. Küçüklük ve akıl hastalığı ise bu duruma engel teşkil eder. Çünkü şehâdetin bu aşaması olayı doğru biçimde anlamayı ve anlaşılana zihinde tutabilmeyi gerektirmektedir. Akıl bâliğ olmamış küçükler ile akıl hastalarının durumu bu şartı yerine getirmeye mâni kabul edilmiştir.¹⁴³ Nitekim şahitliğin uygulanmasındaki en önemli aşamalardan birisi, şahidin olay hakkında şüpheye yer bırakmayacak ölçüde bilgi sahibi olmasıdır. Bu bilginin sağlıklı biçimde elde edilmesi ise ancak akıl vasıtasıyla mümkündür.¹⁴⁴

a.e.a.b. Müşâhede

Mecelle'de müşâhede ile ilgili olarak ispat edilmek istenen hadisenin şahitler tarafından bizzat görülmesi gerektiği, bir başkasından duyularak yapılan şahitliğin geçersiz sayılacağı yönünde bir kaide yer almaktadır.¹⁴⁵ Bu hüküm, şahitlikte doğrudan müşâhede ilkesini esas almakta ve şahitlik anında şahidin bizzat olay mahalinde hazır bulunmasını zorunlu 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 görüş ayrılıkları söz konusudur. *Mecelle*'de de ifade edildiği üzere (md. 1686) Hanefiler müşahadenin yalnız görmek ile olduğunu kabul etmişlerdir. Buna

38, s. 279.

143 Kâsâni, a.g.e., C. VI, s. 266.

144 Trablusî, a.g.e., s. 68.

145 Berki, a.g.e., s. 375.

karşılık diğer mezheplerde farklı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Şâfi mezhebi hakkında klasik kaynaklarda iki temel görüş nakledilmiştir: Birinci görüşe göre İmam Şâfi görmeyi tahammül ve edâ aşamasında sıhhat şartı olarak kabul etmemiştir. İmam Şâfi'ye göre âmâ olan bir kişinin iyi duyuyor olması tahammül şartı için yeterlidir. Bu yaklaşıma göre meşhûdun bih hakkında bilgi sahibi olmak yalnızca görme ile değil sema yolu ile de gerçekleşebilir.¹⁴⁶ Aslen âmânın şehâdeti geçerli sayılmazsa da söylenen bir söze veya sese dayanarak hâkim huzurunda doğru bilgi verebiliyorsa, şahitliği geçerli kabul edilmiştir.¹⁴⁷ İkinci görüş ise Ebû Yûsuf'un da aynı görüşü paylaştığı, şahidin olayı müşahede ettiği esnada gözleri görürorsa, şahitliğinin geçerli sayılması gerektiği yönündeki görüştür. Çünkü bilgi ancak görme ile kesinlik kazanabilir.¹⁴⁸ Hanbelî mezhebi âmânın şehâdetini geçerli kabul etmiştir. Ancak bu kişi ancak kesin olarak bildiği ses üzerine şahitlik yapabilir.¹⁴⁹ Benzer şekilde Mâlikî mezhebi de âmânın şahitliğini kabul etmiştir.¹⁵⁰

Dolayısıyla müşâhede şahitlik için genel bir gereklilik olmakla birlikte müşahedenin mahiyeti konusunda mezhepler arasında farklı değerlendirmeler 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. Ancak istisnâ olarak şahidin doğrudan bulunmadığı veya gözlemediği bir olay hakkında şahitlikte bulunması

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 Kütübî'l İlmiyye, 1994, s. 374.

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

da kabul edilmiştir. Bunun için olayın mütevatir veya mütevatire yakın bir bilgi düzeyinde yaygınlık kazanmış olması gerekir.¹⁵¹

Tesâmu' insanlar arasında yaygın olan haberlerin kulaktan kulağa duymak sûreti ile meydana gelen bilgi aktarımına denir. Bu tür bilgilerle yapılan şahitliğe ise eş-*şehâde bi't-tesâmu'* veya *şehâdetü's-simâ'* denir.¹⁵²

Trablusî tesâmu' üzere yapılan şahitliği *şehâdetü's-semâ* olarak isimlendirmiş ve bunu üç aşamada ele almıştır. Birincisi habere dayalı bilginin tevatür yolla yapılan şahitliğidir. İkincisi istifâda şehâdeti olup bu şehâdet kuvvetli zan ifade etmektedir. İstifâda şahadeti tevatüre yakın bir düzeydedir ve şehâdetü's-simâ'dan daha üst bir mertebede görülmüştür. Buna örnek olarak ramazan hilalinin kalabalık bir grup tarafından görülmesiyle birlikte orucun herkese farz kılınması verilebilir. Böyle bir durumda hâkim huzurunda şahitliğe ve ta'dile¹⁵³ gerek yoktur. Üçüncüsü ise *simâ'* yoluyla yapılan şahitliktir.¹⁵⁴ Bu şahitlik de istifâda gibi zan ifade ediyor olup iki veya dört şahidin şahitliğine gerek duyulmaktadır. İbn Ferhûn işitmeye dayalı bu şahitliğin zarureten caiz olduğunu belirtmiştir.¹⁵⁵ Bilmen tesâmu'un şer'an "iştiyhâr" (şöhret) manasına geldiğini ifade ederek bunun hakikî ve hükmi olmak üzere ikiye ayrıldığını belirtmiştir. Hakiki şöhret tevatüren (istifâda da bunun içine dâhildir) gelen ve yalanlanma ihtimali bulunmayan bilgidir. Hükmi şöhret ise adalet vasfı sabit iki erkek veya iki kadın ile bir erkeğin şahitlik lafzı üzerine şahitlik etmesiyle oluşur.¹⁵⁶

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.

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)*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1994, C. 41, 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.

Haber-i vâhid ya kesinlik ifade eden bir karineye sahiptir veya değildir. Eğer böyle bir karineye sahipse haber şهادet menzilesinde kabul edilerek hükme mesned olabilir. Sahih görüşe göre bu durumda haber mahza şهادet hükmündedir. Nitekim “şahitlik ederim” lafzını kullanmasa da bir şeyden haber veren kimse o şeye şahitlik etmiş olur. Sonuç olarak, ihbâr, şهادetten farklı olarak ayrı 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 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 sosyal medya bağlamında değerlendirmek gerekmektedir. Ancak sosyal medya üzerinden şahitlik konusunu değerlendirmeye geçmeden önce şahitliğin kişinin kendi gözlemine dayalı (muâyene) ve ikinci şahıslardan duymaya dayalı (tesâmu‘) şahitlik ayrımını daha iyi kavrayabilmek adına aşağıdaki tabloyu inceleyebilirsiniz. (Bkz: Tablo 1.1)

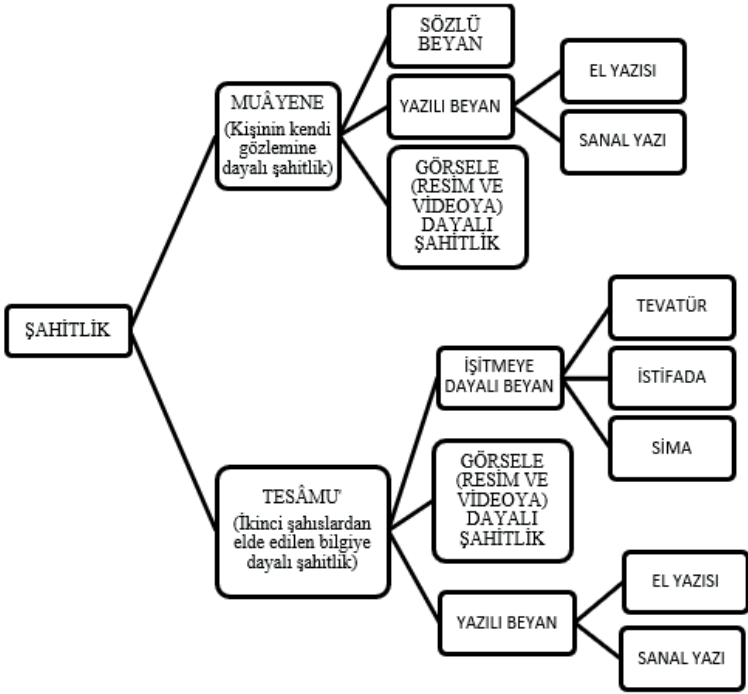
157 Muhammed b. Ebi Bekr b. Eyyüb b. Sad Şemsüddin İbn Kayyim el-Cevziyye, C. I, *Turukul Hükmîyye*, Mektebetü Dar’ul Beyan, t.y., s. 171.

158 Mevsilî, a.g.e., s. 261.

159 Şirbîni, a.g.e., C. VI, s. 378.

160 Esen, a.g.e., s. 269.

Tablo 1.1 : Şahitlik çeşitleri



Şahitliğin tahammül aşaması ile ilgili iki şart öne sürüldüğünü belirtmiştik. Bunlardan ilki, şahitlik yapacak kişinin akıl sahibi olmasıdır. Şâyet bir kişi akli açıdan mahzurlu değilse yani şahitlik yapılacak olan meseleyi idrak edebiliyorsa bu şart yerine getirilmiş sayılmaktadır. İkinci şart ise, şahidin olayı müşâhede etmesidir. Hanefilere göre müşâhedededen maksat, şahidin olayı bizzat görerek şahitlik etmesidir. Diğer mezhepler de bu görüşe katılmakla birlikte belirli şartlar altında âmânın şehâdetini de kabul etmişlerdir.

Sosyal medya paylaşımları genellikle yazılı içeriklerden oluşmaktadır. Elektronik ortamda ikinci şahısların yazıyı bizzat kendisinin görerek müşâhede etmesi ile Hanefilerin ortaya koyduğu

ve diğer mezheplerin de kabul etmiş olduğu görme şartı yerine gelmez. Çünkü yazıyı görmek, olayı görmek kabilinden değildir. *Mecelle*'nin ilgili kaidesinde "Yalnız hat ve hatm ile amel olunmaz. Fakat şüphe-i tezevir ve tasni'den salim ise ma'mul-un bih yani medar'ı hüküm olur başka vechile sübuta hâcet kalmaz"¹⁶¹ zikredilmektedir. Buna göre bir yazının müellifine aidiyeti konusunda şüphe bulunmadığı sürece söz konusu yazı ispat vasıtası olarak kabul edilebilir.

Tarihî süreçte yazının kolaylıkla delil olarak kabul edilemediği veya delil olarak kabul edilmesi noktasında belli şartların öne sürüldüğü görülmektedir.¹⁶² Ancak günümüzde bu durum değişmiş, artık elle yazılan bir metnin bile kime ait olduğu kolaylıkla tespit edilebilmektedir. Aynı durum sosyal medya içerikleri için de geçerlidir. Zira sosyal medya hesabı üzerinde yazılan bir paylaşımın kime ait olduğu IP numaraları vasıtası ile kolaylıkla belirlenebilmektedir. Bununla birlikte günümüzdeki temel sorun paylaşımların her zaman hesabın gerçek sahibi tarafından yapılıp yapılmadığının kesin olarak bilinmemesidir. 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 istihşanen 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

161 Berki, a.g.e., s. 390.

162 Cevdet Yavuz, "Dâva", *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1994, C. 9, s. 15.

163 Bilmen, a.g.e., C. VIII, s. 141.

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 diğer türü fotoğraf, video gibi görsel içerik paylaşımlarıdır. Ancak bir fotoğraf ya da video üzerinde bir hadiseyi görmek, olayın bizzat kendisine şahitlik etmek anlamına gelmez. Bu durumda kişi, yalnızca görüntüde olan şeye şahitlik etmektedir. Dolayısıyla burada müşahede şartı tam olarak gerçekleşmemekte ancak "fotoğrafta böyle gördüm" veya "videoda böyle izledim" şeklinde görsel beyana dayalı bir şahitlik söz konusu olmaktadır.¹⁶⁴ Bu ise olayın kendisine yönelik bir şahitlik olmayıp sadece görüntüsüne dair bir tespit niteliğindedir. Bu nedenle müşahede şartı yerine getirilmediğinden dolayı sosyal medya üzerinde yapılan bu tür görsel paylaşımlar şahitlik bağlamında delil olarak değerlendirilemez.

a.e.b. Şahitlikte Edâ

Şahitliğin edası, şahit olunan hadisenin hâkim huzurunda beyanından ibarettir.¹⁶⁵ Bu beyan şahitliğin üstlenilmesinden sonra gerçekleşir ve belirli bazı şartları içerir. Sosyal medyada şahitlik denildiği zaman bizi ilgilendiren kısım daha çok şahitliği üstlenme aşaması olan tahammüldür. Bu nedenle şahitliğin edâ aşamasındaki şartlar burada yalnızca isim olarak zikredilecek, mezhepler arasındaki farklılıklar ise ayrıntılı biçimde ele alınmayacaktır.

Şahitliğin edası için gerekli şartlar genel olarak bulûğ, hürriyet, İslam ve adalet şeklinde sıralanabilir.¹⁶⁶ Şahitliğin şartları her ne kadar tahammül ve edâ olmak üzere ikiye ayrılmışsa da bu ayırım tam anlamıyla keskin değildir. Mezhepler, kendi metodolojik yaklaşımlarına ve dayandıkları delillere göre bu şartları farklı biçim-

164 Yıldız, a.g.e., s. 75.

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

166 Kâsâni a.g.e., C. VI, s. 266.

lerde tasnif etmişlerdir. Bu farklılığın temelinde her bir mezhebin şahitlikten ulaşmayı hedeflediği maksat anlayışı yatmaktadır.¹⁶⁷

b. İslam Hukukunda İspat Vasıtası Olarak İkrar Beyanı ve Sosyal Medya Tasarrufları

Sosyal medya hesaplarında kullanıcılar zaman zaman kendi beyanlarını içeren paylaşımlar yapmaktadır. Bu yazılı içeriklerin bir kısmı delil olarak kabul edilebilir nitelikte olup 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 mukir, mukarrun leh ve mukarrun bih hakkında çeşitli şartlar öngörülmüştür.¹⁶⁹ Ayrıca ikrarın yazılı veya sözlü olarak yapılması arasında da bir fark bulunmamaktadır.¹⁷⁰

İkrarın geçerli olabilmesi için ortaya konulan beyanın sarih yani açık ve net olması ve belli bir şeye delalet etmesi gerekmektedir.¹⁷¹ Sosyal medya kullanıcılarının hesapları üzerinde yaptıkları paylaşımlar da bazen kendileri üzerinden başkalarına ait bir hakkın bildirim anlamına gelebilir. Bu tür paylaşımlar fikhî açıdan delil sayılabilecek ve hukukî sonuç doğurabilecek niteliktedir. Nitekim İslam âlimleri ikrarın şahitlikten daha kuvvetli bir delil olduğunu kabul etmişlerdir. Bir davada taraflardan birinin olayı ikrar etmesi hâlinde, artık şahitliğe gerek kalmadan bu ikrar delil olarak kabul edilmekte ve cezai hüküm bu beyana dayandırılabilir.¹⁷² Bu bağlamda, Facebook, Twitter (X) ve benzeri sosyal medya

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

168 Berki, a.g.e., s. 333.

169 a.g.e., s. 333-334.

170 a.g.e., s. 346.

171 Alâüddîn Ebû Bekr b. Mes'ûd b. Ahmed el-Kâsânî, *Bedâiü's-Sanâi fi Tertibiş-Şerâi*, C. VII, Dâru'l Kütübü'l İlmîyye, 1986, s. 208.

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

platformları üzerinden yapılan, ikrar niteliği taşıyan her bir beyan, fikhî açıdan delil olarak değerlendirilebilir ve ilgili hükümler bu beyanlar kapsamında uygulanabilir.

c. İslam Hukukunda İspat Vasıtası Olarak Karîne ve Sosyal Medya Tasarrufları

Karîne kelimesi, “ka-ra-ne” kökünden türemiş olup sözlükte yaklaştırmak, bağlamak, iki şeyi bir araya getirmek anlamlarına 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. Buna göre karîne, bilinen bir olgudan hareketle bilinmeyen bir olaya ulaşmayı sağlayan istidlâl vasıtasıdır.¹⁷⁶

Karîne ispat değeri açısından iki farklı grupta ele alınmıştır. Bunlardan ilki *Mecelle*’de tanımlandığı üzere kesin bilgiye dayanan emâre niteliğindedir.¹⁷⁷ Bu tür karîneler kat’î karîne olarak adlandırılmakta olup, tek başına hüküm vermeye elverişli derecede güçlü bir delil teşkil ederler.¹⁷⁸ Kat’î karînelere örnek olarak üzeri kanlı ve elinde bıçak bulunan bir kimsenin boş bir mekândan çıkması durumu verilebilir. Ardından aynı yere girildiğinde yerde kanlar içinde yatan bir kimsenin görülmesi, elinde bıçakla çıkan kişinin fail olduğuna dair kuvvetli bir kanaat oluşturur.¹⁷⁹ Bu durumda artık vehme dayalı bir ihtimalden değil kesin bilgiye yakın

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

174 Abdullah Yeğîn v.dğr., Osmanlıca Türkçe Ansiklopedik Büyük Lügat, İstanbul: Türedav Yayınları, 1987, s. 502.

175 Mecelle, md. 1741.

176 Elmalılı Muhammed Hamdi Yazır, Alfabetik İslâm Hukuku ve Fıkıh İstidlâhları 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 İstidlâhları Kâmusu, C. III, s. 77.

bir delilden söz edilir.¹⁸⁰ Dolayısıyla ölen kişinin başka bir sebeple hayatını kaybetmiş olabileceği ihtimali karîne-i kat'îye kapsamında mümkün görülmez. Çünkü mevcut emareler tek başına hüküm vermeye yeterlidir.

İkincisi tür karîne ise kesin bilgi içermeyen galib-i zanna dayalı olan karînedir. Bu tür karînelerin aksi kolaylıkla ispatlanabilmektedir.¹⁸¹ Dolayısıyla, karîneye konu olay hakkında daha kuvvetli bir delil ortaya konulduğunda, bu karîne hükümde dikkate alınmaz. Kuvvetli diğer delillere dayanılarak hüküm verilir.

Karîne, ispat vasıtalarından biri olarak kabul edilmekle birlikte, ikrar, şahitlik veya yemin kadar güçlü bir delil sayılmamaktadır. Nitekim klasik fıkıh kaynaklarında diğer deliller için müstakil başlıklar açıldığı hâlde, karîneye dair böyle bir bölüme yer verilmediği görülmektedir. Bununla birlikte, fakihlerin bazı meselelerde karîneye dayanarak hüküm verdikleri de bilinmektedir.¹⁸²

Karînenin delil niteliği bağlamında kaynaklarda iki örnek olay zikredilmekte ve bu örneklerde karîneye dayanılarak hüküm verildiği görülmektedir.¹⁸³ Bunlardan ilki Yakup (a.s.)'ın oğullarının babalarını Yusuf (a.s.)'ın öldüğüne dair babalarını ikna etmek amacıyla başvurdukları hileye ilişkin olaydır.¹⁸⁴ İkincisi ise Yusuf (a.s.) ile vezirin eşi arasında geçen hadisedir.¹⁸⁵ Bu örneklerden anlaşıldığı üzere, naslarda karînenin dikkate alınabileceği ortaya konmuş; ancak emârenin kesinlik ifade etmediği durumlarda karîne ile hükmedilemeyeceği, bu gibi karînelerin tek başına bağlayıcı bir ispat vasıtası sayılmayacağı belirtilmiştir.¹⁸⁶

180 Mecelle, md. 74.

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

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.

Sosyal medya bağlamında karînenin değerlendirilmesi noktasında şu hususlar belirtilmelidir: Bir sosyal medya hesabı üzerinden kat'î karîneye dayalı bilgi paylaşan kişi, kesin delil niteliği taşıyan bir beyanda bulunmuş olur. Bu durumda hâkim, söz konusu delillerden hareketle hüküm tesis edebilir. Örneğin bir kimsenin cinayetin işlendiği saatlerde cinayet mahallinde bulunduğu sosyal medya hesabında yazılı veya görsel herhangi bir içerik paylaşımı bulunması durumunda böylesine bir paylaşım hâkim nezdinde kat'î karîne kapsamında değerlendirilebilir. Buna karşılık, zannî karîneye dayalı bilgi paylaşımlarında ise durum farklıdır. Bu tür paylaşımlar kesin delil içermediğinden ancak başka güçlü delillerle desteklenmeleri hâlinde hükme esas alınabilir. Dolayısıyla hâkim bu tür zannî emareleri bağımsız bir ispat vasıtası olarak değil tamamlayıcı nitelikte yardımcı deliller olarak dikkate alır.

B. Sosyal Medya ve Bilgi Paylaşımı

Modern hukuk sisteminde sosyal medya üzerinde mahzurlu görülme- yen pek çok tasarruf İslam hukuku açısından sorunlu görülmektedir. Bu farklılık, hem modern hukuk sistemlerinin zihniyet olarak daha özgürlükçü bir yapıya sahip olmasından hem de mahremiyet, kişi dokunulmazlığı ve özel hayatın gizliliği gibi kavramların İslâm hukukuna kıyasla daha serbest bir anlayışla ele alınmasından kaynaklanmaktadır. İfade özgürlüğü adı altında yapılan pek çok paylaşım bu bakış açısı ile ele alındığında gıybet ve tessüs içerikli sosyal medya gönderilerin modern hukuk sisteminde bazı istisnalar dışında suç kapsamında değerlendirilmediği görülmektedir. Ayrıca sosyal medya üzerinde devlet menfaatine yönelik paylaşımlar yapılabildiği gibi, devlet aleyhinde görüş bildiren içeriklerin de serbestçe yayımlanabildiği bir ortam bulunmaktadır. Dolayısıyla modern hukukta cezaî yaptırım gerektirmeyen bazı bilgi veya yorum içerikli paylaşımların İslâm hukukunda cezaî veya ahlâkî sorumluluk doğurması mümkündür.

a. Bilgi Paylaşımında Yaşanan Değişim Ve Dönüşüm

a.a. Bilgi Kavramı

Bilgi, günlük hayatta sıkça kullanılan ve hem İslâmî ilimlerde hem de diğer disiplinlerde çok yönlü biçimde tartışılmış bir kavramdır. Kur'an-ı Kerim'de de bilgi kavramı üzerinde durulmuş ve bilgi; özne ile nesne arasındaki ilişkiye göre ilahi bilgi¹⁸⁷ ve gaybın bilgisi¹⁸⁸ gibi çeşitli türlere ayrılmıştır.

Terminolojik olarak İslam literatüründe “el-ilm”, “el-ma‘rife” kavramlarıyla ifade edilen bilgi, bilen ile bilinen arasındaki ilişkinin sonucu olarak ortaya çıkan idrak ve farkındalık hâli şeklinde tanımlanmıştır.¹⁸⁹

a.b. Bilgi Edinme Vasıtası Olarak Sosyal Medya

Bir şeyler öğrenme, bilme, haberdar olma isteği insanın fitrâtında bulunan doğal bir eğilimdir. Bu duygunun bir gereği olarak insan bilgiye ulaşma, haberdar olma ve bu bilgiyi başkalarına ulaştırma yollarını sürekli araştırmıştır. İnsanın bilgiye ulaşma serüveni, klasik medya araçlarıyla başlamış, sosyal medyanın ortaya çıkışıyla birlikte dijital ortama taşınmıştır. Sanal iletişim ortamlarının yaygınlaşmasıyla birlikte insanlar hem görsel hem de yazılı içeriklere hızlı ve kolay biçimde erişim imkânı elde etmiştir. Facebook, Twitter gibi sosyal medya platformları yalnızca boş zamanları değerlendirme alanı olmanın ötesinde kullanıcıların bilgi paylaşımında buldukları, fikir alışverişi yaptıkları ve gündelik gelişmelerden haberdar oldukları çok yönlü etkileşim alanları hâline gelmiştir.

187 Bkz. Fâtır 35/11

188 Bkz. A'râf 7/187.

189 Necip Taylan, “Bilgi”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1992, C. 6, s. 157.

Sosyal medya, anlık paylaşım ve geri bildirim özelliği sayesinde en hızlı haberleşme araçlarından biri konumundadır. Bu özelliğinden dolayı geleneksel medyanın yerini yavaş yavaş sosyal medyaya bıraktığını söyleyebiliriz. Günümüzde sosyal medya, pek çok kullanıcı açısından birincil haber ve bilgi kaynağı hâline gelmiştir.¹⁹⁰ Nitekim yapılan araştırmalar, sosyal medya kullanıcılarının yaklaşık %40,4'ünün bu platformları bilgi edinme ve haber içeriklerine ulaşma amacıyla kullandığını göstermektedir.¹⁹¹ Bunun yanında sosyal medya kullanıcılarına yalnızca mevcut haberleri paylaşma olanağı sunmakla kalmayarak aynı zamanda kişilerin kendi fikirlerini üretip savunabilecekleri, bireysel içerikler oluşturabilecekleri özgür bir paylaşım ortamı da sağlar. Böylece bireyler herhangi bir aracıya veya denetime tabi olmaksızın düşüncelerini geniş bir kitleye ulaştırma imkânına kavuşurlar.

b. Fikhî Açıdan Sosyal Medyada Bilgi Paylaşımı

Bu başlık altında, sosyal medyada paylaşılan bilgi içerikleri; “devlet aleyhinde yapılan paylaşımlar,” “din karşıtı söylemler,” “gıybet ve tecessüs içerikli paylaşımlar” ile “reklam ve ürün tanıtımına yönelik paylaşımlar” şeklinde sınıflandırılacaktır. Ardından bu tür bilgi paylaşımlarının İslâm hukuku açısından nasıl değerlendirilmesi gerektiği incelenecektir.

b.a. Devlet Aleyhinde Yapılan Paylaşımlar

Sosyal medyada en sık karşılaşılan paylaşımlardan biri, mevcut yönetim sistemini veya kamu otoritesini eleştiren içeriklerdir. 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 karşılaşılmaktadır. Bazı durumlarda mevcut hükümet politikalarına

190 Taşkiran, a.g.e., s. 54.

191 Yeniçikti, a.g.e., s. 218.

veya devlet sistemine karşı eleştiri amacıyla kaleme alınan yazılar devletin menfaatleriyle bağdaşmayan ve hatta gayr-ı Müslim veya düşman toplulukları sevindirecek bir mahiyet kazanabilmektedir. Bununla birlikte sosyal medyada kullanıcılar yalnızca mevcut içeriklere tepki vermekle kalmayıp bizzat kendi görüş ve kanaatlerini yansıtan paylaşımlar da yapabilmektedir. Ancak zaman zaman bu paylaşımlar devletin birlik ve bütünlüğünü zedeleyen veya terör örgütlerini destekleyici nitelikte ifadelere dönüşebilmektedir. Bu durum, sosyal medyanın ifade özgürlüğü ile kamu düzeninin korunması arasındaki hassas dengenin sınırlarını yeniden gündeme getirmektedir.

Sosyal medyada devlet aleyhinde yazılan bu içerikler fikhî açıdan “yasal düzene karşı çıkma” veya “isyan” kapsamında değerlendirilebilir. Bu durum İslâm hukukunda “bağy” kavramı 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, kapsamı, şartları ve cezaî hükümleri bakımından gerek Kur’an ve sünnette gerekse klasik fıkıh kaynaklarında ayrıntılı biçimde ele alınmış olup bu suçun cezası ölüm olarak belirlenmiştir. Ayrıca isyana fiilen katılan kişilerin mallarına el konulması da fıkıhta kabul edilen yaptırımlar arasında yer almaktadır.¹⁹⁵

Bağy suçu, had suçları arasında zikredilmekle birlikte, bu suçun gerçekten had suçları kapsamında değerlendirilip değerlendirilemeyeceği hususu tartışmalıdır.¹⁹⁶ Nitekim klasik fıkıh kitapla-

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)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1991, C. 4, s. 451.

195 Kâsânî, a.g.e., C. VII, s. 140.

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

rına baktığımız zaman bağı suçu ile ilgili olarak had suçları başlığı altında özel bir başlık açılmamış olup bu konunun genellikle “Kitâbü’s Siyer” bölümlerinde ele alınmıştır.¹⁹⁷Günümüz İslam hukukçularının bir kısmı ise bağı suçunu had suçları kapsamında değerlendirirken¹⁹⁸ bir kısmı ise bu suçu ta’zîr kapsamında değerlendirmektedir.¹⁹⁹

Bağı suçunun cezai hüküm gerektirmesi için bazı şartların gerçekleşmesi gerekir. Bu şartlara geçmeden önce bağı 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 savaşılması gerektiği hususundaki âyet²⁰⁰ bağı suçunun cezai müeyyidesini oluşturmaktadır. Bu ayet müminler arasında çıkan anlaşmazlıkların giderilmesini emretmekte ancak taraflardan birinin zulmetmesi veya haddi aşması durumunda, onunla savaşılmasını öngörmektedir. Fakihler bu hükmü meşru otoriteye karşı başkaldıran isyancı gruplar hakkında da geçerli görmüşlerdir. Zira bu tür gruplar hem devlete hem de topluma zarar verdikleri için söz konusu ayet kapsamına dâhil edilmişlerdir.²⁰¹ Bununla birlikte bazı âlimler Peygamber efendimiz (s.a.v.)’in müminlerle savaşılmasının küfür olduğu yönündeki hadisinden yola çıkarak müminlerle savaşılması gerektiğini ifade etseler de âyet isyancı gruplarla savaşılması

197 Örnek başlıklar için bkz. Kâsâni, a.g.e., C. VII, s. 141; Ebû’l-Hüseyn Ahmed b. Ebî Bekr Muhammed b. Ahmed el-Kudûrî, *Muhtasar’ul Kudûrî*, çev. Soner Duman, Osman Güman, İstanbul: Beka Yayınları, 2015, s. 583; 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.

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.

gerektiğini açıkça belirtmektedir.²⁰² Ancak çoğunluk âlimler bu hadisin müminlere düşmanlık saikiyle savaşmayı yasakladığını buna karşılık meşru imama isyan eden bağı ehliyle savaşmanın ayet hükmü gereği caiz ve hatta gerekli olduğunu belirtmişlerdir.²⁰³

Bağı 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. Buradaki karşı çıkmadan kasıt mevcut yönetimi görevden uzaklaştırmak amacıyla devlet başkanına ve uygulamalarına yönelik organize bir muhalefet ortaya koymaktır.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 fâsik bile olsa fâsik 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 Bağı suçu için gerekli bir diğer unsur da isyan edenlerin kuvvet kullanması²⁰⁶ ve suç kastının bulunmasıdır. Yani isyan edenlerin mevcut yönetimi değiştirme, devlet başkanını görevden uzaklaştırma gibi amaçlar doğrultusunda hareket etmeleri gerekmektedir.²⁰⁷

Görüldüğü üzere devlet başkanı aleyhinde yapılan isyan hareketleri bağı suçu kapsamında ele alınarak onlarla savaşılması gerektiğine hükmedilmiştir. Nitekim Allah meşru yönetime karşı gelinmemesi hususunda “ulü'l-emre itaat edin”²⁰⁸ buyurarak yönetime itaati emretmiştir. Peygamber efendimiz (s.a.v.) de bu konuda

202 Muhammed Ali Sâbûnî, *Kur'an-ı Kerim'in Ahkam Tefsiri*, çev. Mazhar Taşkesenlioğlu, C. II, İstanbul: Şamil Yayınları, 1984, s. 404.

203 Deliller için bkz. a.g.e., s. 404-405.

204 Üdeh, a.g.e., C. II, s. 675.

205 a.g.e., s. 676-677.

206 a.g.e., s. 687.

207 a.g.e., s. 697.

208 Nisâ, 4/59.

“Habeşli bir köle dahi olsa ona itaat edin, onu dinleyin”²⁰⁹ şeklinde buyurarak devlet yöneticilerine itaati emretmektedir.

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

Sosyal medya üzerinden devlet başkanına yapılan bu propagandalar bağı suçu ile ilişkilendirilebileceği gibi yol kesme suçu kapsamında da değerlendirilebilir. Yol kesme suçu “Allah ve Resûl’üne karşı savaşanlar ve yeryüzünde bozgunculuk yapmaya çalışanlar”²¹⁰ şeklindeki ifade ile âyet-i kerimede tanımlanmış ve devamında ise hükmü belirtilmiştir. Yeryüzünde bozgunculuk çıkarımlar 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 “bozguncular” kapsamına dâhil edilebilir.

Devlet başkanına karşı yapılan her muhalefetin bağı kapsamında değerlendirilemeyeceğini belirtmemiz gerekmektedir. Devlet başkanının sahip olması gereken vasıflar arasında kısaca değindiğimiz adalet sıfatı, bir isyanın bağı olarak isimlendirilebilmesinin asıl sebebidir. Nitekim zulüm yapan devlet başkanına karşı gelme

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.

bağy 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 hukukî 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.

b.b. 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. İslâm’ın temel değerlerinin küçümsendiği, bu

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

213 Fahrettin Atar, “Azil”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1991, C. 4, s. 326.

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

değerleri benimseyen kişilerin alaya alındığı söz konusu içeriklerin İslâm hukuku açısından nasıl değerlendirileceği konumuz bakımından büyük önem taşımaktadır.

İslam dini insanlara inanç hürriyeti konusunda herhangi bir zorlamada bulunmamıştır. Nitekim Allah “Dinde zorlamayoktur”²¹⁵ âyet-i kerimesi ile kullarına inanç konusunda serbestlik tanıdığını açık bir şekilde belirtmiştir. Bu durum Peygamber efendimiz (s.a.v.) zamanından beri böyle süregelen, iman konusu insanların kendi hür iradelerine bırakılmıştır. Allah dilediği takdirde herkesi imana getirebileceğini beyan etmişken²¹⁶ böyle bir müdahalede bulunmayarak inanç alanında tam bir özgürlük tanıdığını göstermiştir. İslam tarihine bakıldığında da Müslüman topraklarda yaşayan gayr-i müslim tebâya din ve vicdan hürriyeti verildiği, her türlü dini ritüelleri yerine getirmeleri sağlandığı ve herhangi bir baskıya maruz bırakılmadığı görülmektedir.²¹⁷

Allah, Müslüman olmayan kimselere inanç özgürlüğü tanımış; iman ile küfür arasında tercih hakkını kendi iradelerine bırakmıştır. Buna rağmen sosyal medya ortamında inanç konusunda herhangi bir zorlamaya maruz kalmayan kişilerin İslâm dinine ve bu dine mensup milyonlarca Müslümana yönelik hakaret içerikli paylaşımlarda bulunmaları açık bir çelişki teşkil etmektedir. Bu tür fiiller İslâm hukuku açısından değerlendirildiğinde “irtidâd” suçu bağlamında ele alınmaya elverişlidir. Zira inanç özgürlüğü başkalarının dinî değerlerini aşağılamayı değil kendi inancını seçme serbestisini ifade etmektedir.

Mürted, bir şeyden uzaklaşmak, dönmek, rücu’ etmek²¹⁸ anlamlarına gelmektedir. Fikhî bir terim olarak mürted imanı terk

215 Bakara 2/256.

216 Yûnus 10/99.

217 Ayrıntılı bilgi için bkz. Mehmet Âkif Aydın, “Din”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1994, C. 9, s. 325-329.

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

eden ve küfre yönelen kimseyi ifade etmektedir.²¹⁹ Bu husus naslarla da sabittir.²²⁰ Nitekim Kur'an-ı Kerim'de "Sizden kim dinden döner ve kâfir olarak ölürse dünyada ve ahirette yaptıkları boşa gitmiştir"²²¹ buyrulmuş, Hz. Peygamber (s.a.v.) de "Kim dinini değiştirirse öldürünüz"²²² hadisiyle irtidâd fiilinin cezaî yönünü açıkça ortaya koymuştur.

İslâm ceza hukukunda irtidâdın suç olduğu ve ölüm cezası gerektirdiği hususunda fakihler arasında görüş birliği vardır. Dinden dönme fiili, fiilî, sözlü veya itikadî (kalbî) biçimde meydana gelir. Fiilî irtidâd, İslâm'ın yasakladığı bir şeyi dinde meşru göstererek helal kılmak suretiyle ortaya çıkar. Bu kapsamda, putlara, güneş veya yıldızlara tapmak; Mushaf'ı veya hadis kitaplarını hakaret kastıyla uygun olmayan yerlere atmak; Allah'ın haram kıldığı bir şeyi helal saymak gibi eylemler sayılabilir. Bu fiillerin alay, küçümseme veya inkâr amacıyla yapılması arasında fark bulunmaz.²²³ Sözlü irtidâd, kişinin küfür kelimesini beyan etmesi ile gerçekleşir.²²⁴ Kalbi veya itikadî irtidâd ise İslâm'ın temel inanç esaslarını inkâr etmesiyle gerçekleşir. Ancak kalpte gizli kalan inanç değişimi dışı vurulmadığı sürece cezaî yaptırıma konu edilemez. Nitekim hukukî sorumluluk kişinin fiil veya beyan yoluyla iradesini dışı yansıtmasıyla doğmaktadır.²²⁵

Dinden dönme suçunun uygulanmasının arkasında belirli esaslar bulunmaktadır. 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.

219 Kasanî, a.g.e., C. VII, s. 134.

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

221 Bakara 2/217.

222 Buhâri, Cihad, 149.

223 Üdeh, a.g.e., C. II, s. 707.

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

225 Üdeh, a.g.e., C. II, s. 710-711.

Çünkü dinden dönen bir kişinin irtidâd ettiği biliniyorsa bunun âlenen gerçekleşmesi gerektir. 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 meselesini iki farklı yaklaşım çerçevesinde değerlendirmiştir. İlk görüşe göre dinden dönmenin fiili olarak 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 suçunun genel çerçevesi ortaya konulduktan sonra, konunun sosyal medya bağlamında değerlendirilmesi gerekir. İslâm hukukuna göre bir kişiye irtidâd suçu kapsamında cezaî yaptırım uygulanabilmesi, bu fiilin sözle ikrar edilmesi veya eyleme dökülmesi şartına bağlıdır. Zira Allah katında insan, yalnızca iç dünyasında taşıdığı düşüncelerden dolayı sorumlu tutulmamıştır.²²⁹ İkrarda bulunup eyleme döken kişilere cezanın gerekli görülmesinin nedeni ise İslam devletinin bütünlüğünü sağlamak ve bunu

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

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

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

229 Buhârî, *İmân*, 15.

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. Dolayısıyla, sosyal medya ortamında yapılan din karşıtı paylaşımların İslâm hukuku açısından uygun olmadığı söylenebilir. Kişi, iç dünyasında dilediği düşünceye sahip olmakta özgürdür; ancak bu düşünceler başkalarına zarar verecek şekilde eyleme dönüştüğünde, İslâm hukuku bunu toplumsal düzeni koruma gerekçesiyle sınırlandırmıştır.

b.c. Şahıslar Aleyhine Yönelik Paylaşımlar (Gıybet, İftira, Tecessüs)

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 olmasıyla birlikte, son dönemlerde sıkça karşılaşılan durumlardan biri de başkaları hakkında yapılan paylaşımlar ve ortaya atılan iddialardır. Çoğu zaman izinsiz biçimde yayımlanan ve delile dayanmayan, kulaktan dolma bilgilere dayalı bu tür paylaşımların fikhî açıdan değerlendirilmesi önem arz etmektedir.

Bir kimsenin arkasından hoşlanmayacağı bir biçimde konuşmak anlamına gelen gıybet²³¹ Hz. Peygamber (s.a.v.) tarafından “Kardeşini hoşlanmadığı bir şeyle anmak” şeklinde tanımlanmıştır. Ashabın, “Söylediğimiz şeyler kardeşimizde gerçekten varsa ne

230 Zeydan, a.g.e., s. 96.

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

olur?” şeklindeki sorusu üzerine Hz. Peygamber (s.a.v.), “Eğer söylediğin onda varsa gıybet etmiş olursun; yoksa iftira etmiş olursun.” buyurmuştur.²³² Klasik fıkıh eserlerinde de gıybet konusu üzerinde durularak gıybetten kaçınmak gerektiği naslardan yola çıkarak ifade edilmeye çalışılmıştır.²³³

Gazzâlî, kişiyi gıybeteye sevk eden nedenleri sekiz başlıkta toplamıştır. Bunlar arasında kıskançlık, kendini üstün görme, tartışmalarda galip gelme isteği gibi sebepler öne çıkmaktadır.²³⁴ Gıybet yalnızca sözle değil; yazı, sembol, ima veya jest yoluyla da işlenebilir.²³⁵ Dolayısıyla sosyal medya üzerinden yapılan ve “bilgi paylaşımı” adı altında sunulan bu tür davranışlar, fikhî açıdan caiz değildir.

Gıybetin konusu kişinin bedeni, kullandığı eşyası, nesebi, dini veya ahlaki yaşantısı, bireysel tercihleri hakkında olabilir.²³⁶ Bunların her türlü sü yasaklanmıştır.²³⁷ Bu yasağın temel amacı, kişinin onur ve haysiyetini korumaktır.²³⁸

Allah Hucurât sûresi 12. âyette gıybete yasaklarken bununla birlikte zanna dayalı hüküm vermekten ve tecessüsey yönelmekten de kaçınılması gerektiğini bildirmiştir.²³⁹ Gizli durumları soruşturmak anlamına gelen tecessüs²⁴⁰ kavramı için sosyal medya oldukça müsait bir ortam olsa da âyet, başkalarının özel durumlarını öğrenme amacıyla yapılan her türlü araştırmanın yasak olduğunu açıkça bildirmektedir.

232 Müslim, *Birr ve Sila*, 70.

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

234 İmam Gazzâlî, *İhyâ'u Ulûmi'd-Dîn*, çev. Ahmet Serdaroğlu, 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.

b.d. 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 gerçekleşmektedir. Ürünlerin tanıtımı, Facebook ve Instagram gibi sosyal medya araçlarında açılan resmî sayfalar üzerinden yapılabildiği gibi ürünün imalatında veya piyasaya sürülmesinde herhangi bir katkısı bulunmayan aracı kişiler tarafından da gerçekleştirilebilmektedir. Ancak tüm bu faaliyetlerin, İslam hukukunun ticari tasarruflara ilişkin ilkelerine uygun biçimde ve başkalarının menfaatine zarar vermeyecek şekilde yürütülmesi gerekmektedir.

Ticari alanda rekabet kabul edilmiş bir hak iken, bunun hukuka uygunluğu ancak meşrû zeminde gerçekleşmesi ve ahlaki ilkelerin gözetilmesi ile mümkündür. Yoksa bu rekabet hukukî 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 ede-

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.

mez. “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 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 kötüleyici 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

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

244 Âl-i İmrân, 3/104.

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. Şayet 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 Şayet böyle bir haber doğru bir bilgi değilse aldatıcı ürün tanıtımı olacağı için fikhî açıdan rahatlıkla haksız iktisap kapsamında değerlendirilebilir.²⁴⁷

Sosyal medyada haksız veya hileli kazanç kapsamında değerlendirilmesi gereken meselelerden biri, reklam şirketleri ile sosyal medya platformları arasındaki ticari anlaşmalardır. Tıklanan reklam oranında komisyon elde eden sosyal medya 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 *tağrîr*²⁴⁹ karşılıklı menfaatin varlığı yönünde bir izlenim oluşturmak suretiyle yapılan akit anlamına gelmekteyse de burada tek taraflı bir

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.

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

249 Berki, a.g.e., s. 35

menfaat sağlama amacı²⁵⁰ ve kasti bir hataya sebebiyet verme söz konusudur.²⁵¹ Sosyal medya ortamında kullanıcıların bu tür reklamlara maruz kalması, onların iradeleri dışında yönlendirilmesi ve aldatılması sonucunu doğurmaktadır. Örneğin kullanıcılar Facebook üzerinde bir linki izlemek üzere tıkladıklarında çoğu zaman karşılıklarına izlemek istedikleri içerik ile ilgisi olmayan reklamlar çıkmaktadır. Bu reklamların atlanabilmesi için bir süre beklemek zorunda kalan kullanıcılar, bu esnada istemedikleri içerikleri izlemeye mecbur bırakılmaktadır. 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 öngördüğü ticaret anlayışı 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

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

A. Sosyal Medya Kullanıcılarının İradeleri Dışında Gerçekleşen Hukuk İhlaller

Gelişen teknolojik imkânlarla beraber sosyal medyanın hayatımıza hızla dâhil olması bazı ihlallerin yaşanmasını kaçınılmaz kılmıştır. Bu ihlallerin başında ise kişisel verilerin yeterli düzeyde korunamaması gelmektedir. Sosyal medya üzerinde gerçekleşen tasarrufların daha çok kişi merkezli olması bireylerin özel alanına ilişkin verilerin izinsiz paylaşımı veya kötüye kullanımı gibi durumlara zemin hazırlamakta; bu da çeşitli kişilik hakkı ihlallerine yol açmaktadır.

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.

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.

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 gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu tür 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 kavramı esasen kişinin vücut bütünlüğünü ve fiziksel varlığını ifade ettiğinden, sosyal medyanın doğrudan bu yönü zedelediğini söylemek güçtür. Ancak sosyal medya faaliyetlerinin dolaylı biçimde psikolojik etkiler doğurduğu ve bu etkilerin kişinin ruhsal sağlığı aracılığıyla maddi bütünlüğünü de dolaylı olarak etkilediği söylenebilir.²⁵⁶ Nitekim yapılan araştırmalar da gerçeğin bu yönde olduğunu göstermektedir. Araştırmalara göre sosyal medya kullanıcılarının kişilik değerlerinde bozulmalar yaşandığı ve kullanıcıların giderek narsistik eğilimler gösteren bireyler hâline geldiği tespit edilmiştir.²⁵⁷

Manevî kişisel değerlerin ihlali noktasında bu değerlere dâhil olan unsurların genellikle yukarıda zikredilen içerik paylaşımları, bilişim suçları ve sosyal medya üzerindeki güvenlik ihlallerinden kaynaklandığını söylemek mümkündür. Kişinin manevî değerlerini

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

256 Murat Tümerdem, *İnternette Kişilik Hakkı İhlalinden Kaynaklanan Manevî 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.

oluşturan durumların sır alanını da kapsayan aile ilişkilerini, kişinin saygınlığını, fotoğraflar üzerinde bulunan haklarını kapsadığı tespit edilmiş olup²⁵⁸ bu haklar medenî kanunda zikretmiş olduğumuz maddeler çerçevesince koruma altına alınmıştır.

Sosyal medya üzerinde karşılaşılan hukuk ihlallerinin başında kişinin saygınlığı ve haysiyeti üzerine yapılan kişilik hakkı ihlalleri gelmektedir. Bu tür ihlallerde, çoğunlukla kişinin iradesi dışında gerçekleştirilen paylaşımlar aracılığıyla, bireyin itibarına zarar vermek ve onun manevî değerini zedelemek amaçlanmaktadır. Böylece kişi, toplum nezdinde değer kaybına uğratılmakta ve sosyal itibarı zayıflatılmaktadır.²⁵⁹ Bu tür eylemler yalnızca yazılı içerikler yoluyla değil, aynı zamanda görsel veya işitsel paylaşımlar aracılığıyla da gerçekleştirilebilmektedir. Bu tür gerçekleşen paylaşımların kişinin rızası dışında oluşan hukuk ihlallerinden sayılmasının nedeni gerek kişinin fotoğraflarının gerekse sesinin aslen kişinin rızası dışında kullanılamaması ve üzerinde değişiklik yapılamamasındandır. Kişi ancak açık rıza beyanı ile bu haklarından kısmen feragat edebilir.²⁶⁰ Bundan dolayı bir kimse sesinin kaydedilmesini ve bunun sosyal medya üzerinde paylaşılmasına izin vermediği takdirde ya da kendisi bunu kamuya açık bir alanda paylaşmadığı müddetçe kimsenin başka birinin sesi üzerinde tasarrufta bulunma yetkisi yoktur. Aynı ilke, fotoğraf ve görüntü gibi diğer kişisel veriler açısından da geçerlidir.

Meseleyi kısaca ele aldıktan sonra, manevî değerlerin ihlali bağlamında asıl belirleyici unsurun, bir kimsenin özel hayatına ilişkin paylaşımların hak rızası dâhilinde gerçekleştirilip gerçekleştirilmediği olduğu söylenebilir. Çünkü özel hayatın gizliliği kişilik hakkının en mahrem alanını teşkil eder ve bu alanda yapılacak her

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.

türlü müdahale, rıza unsuruna bağlı olarak meşruiyet kazanır. Bu nedenle 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 bilmesi 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 açık bir alanın tamamen gizli kalması çoğu zaman mümkün değildir. Sosyal bir varlık olarak insanın yaşamsal faaliyetlerini sürdürdüğü ve diğer insanların muttali olmasının önüne geçilemediği bu alanın her türlü müdahaleye açık olması durumu kişinin

261 <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf> , (01.06.18).

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.

manevî değerlerinin zarar görmesi halinde meşruiyetini kaybeder.²⁶³ Sosyal medya boyutunda düşünüldüğünde ise, normal şartlarda kamusal alana ait kabul edilebilecek bir paylaşım veya davranış dahi, manevî kişisel değerlere kasti biçimde zarar verilmesi hâlinde meşru niteliğini yitirir. Bu tür durumlar, mağdur kişinin iradesi dışında gerçekleşen ve onun kişilik haklarını ihlal eden fiiller olarak değerlendirilmelidir.

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 sınırlı olduğu görülür. 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 benzer biçimde bilginin kamuya açıklanmaması ilkesine dayanmaktadır. Ancak aralarındaki temel fark bu alanda sırlara vakıf olan kişilerin bu bilgileri üçüncü kişilerle paylaşmasının kesin olarak yasaklanmış olmasıdır. Buna karşılık özel yaşam alanı kapsamında yer alan bilgilerin kamuya açıklanmadığı ve kişinin manevî kişilik haklarına

263 Tümerdem, a.g.e., s. 15.

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

265 Çetiner, a.g.e., s. 60.

zarar verilmediği sürece belirli üçüncü kişilerle paylaşılmasında hukuken sakınca bulunmamaktadır.²⁶⁶

Türk ceza hukuk sisteminde özel hayat alanının gizli olan yönüne karşı işlenen suçlar iki başlık altında incelenmiştir: “Özel hayata ve hayatın gizli alanına karşı suçlar”²⁶⁷ ve “bilgişim suçları”.²⁶⁸ Bu ayırım, özel hayatın gizliliğini ihlâl eden eylemlerin hem geleneksel yollarla hem de dijital mecralar aracılığıyla işlenebileceğini göstermektedir. 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. Bu tür fiiller sonucunda bireylerin kişisel bilgileri kötüye kullanılmakta; bu durum da özellikle manevî kişisel hakların zedelenmesine ve bireyin sosyal itibarı ile psikolojik bütünlüğünün zarar görmesine yol açmaktadır.²⁶⁹

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. Nitekim TCK’nın 132. maddesi ve devamındaki hükümler kişilerin özel hayat alanına ilişkin bilgilerin iradeleri dışında üçüncü kişilerle paylaşılması veya kamuya açıklanması hâllerini kapsamaktadır.²⁷⁰ Buna karşılık, TCK’nın 243. maddesi ve devamındaki hükümlerinde yer alan bilişim suçla-

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.

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

rı, mağdur kişinin rızası dışında bilişim sistemlerine girilmesi, kişisel verilerinin ele geçirilmesi veya yetkisiz biçimde kullanılmasını konu edinmektedir.²⁷¹ Bu tür suçlar çeşitli yöntemlerle gerçekleştirilebilmektedir: Örneğin ağa dâhil olup gizlice dinleme, veri aldatmacası yöntemi ile verileri tahrif etme, turuva atı yöntemi ile zararsız gibi gözükken 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 hukukî olmayan yollardan ele geçirilmesi sûreti ile gerçekleşen veya kişinin özel hayat ve sır alanını paylaştığı kimselerin bu bilgileri kamuya mal etmeleri kişilik hakkı ihlali kapsamında değerlendirilmesi gereken bir meseledir.²⁷³

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 Antropoloji (Sosyal Antropoloji) Anabilim Dalı, 2008, s. 56-69.
- 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.

B. Sosyal Medya Kullanıcılarının İradeleri Dâhilinde Gerçekleşen Hukuk İhlalleri

Sosyal medya üzerinde meydana gelen hukuk ihlallerinin önemli bir kısmı kullanıcıların kendi iradeleri dâhilinde gerçekleşmektedir. Bu tür ihlaller hem Türk hukuk sistemi hem de İslâm hukuku bakımından hukuka aykırı fiil niteliğinde olup belirli durumlarda suç teşkil etmektedir. Bu bölümde öncelikle Türk hukuk sistemi açısından kullanıcıların kendi iradeleriyle sebebiyet verdikleri hukuk ihlalleri kısaca ele alınacak ardından aynı mesele İslâm hukuku perspektifinden değerlendirilecektir. Böylece her iki hukuk sisteminin sosyal medya kaynaklı ihlallere yaklaşımı karşılaştırılmalı olarak ortaya konulacaktır. Bu çerçevede, kullanıcıların iradeleri dâhilinde meydana gelen hukuk ihlalleri de bir önceki bölümde olduğu gibi sır alanı, özel alan ve kamusal alan şeklindeki tasniften hareketle incelenecektir.

Sosyal medya kuruluşları kullanıcılarına çeşitli gizlilik ilkeleri sunmakta ve bu ilkeler dâhilinde verilerin gizliliğinin nasıl korunacağını ile hangi durumlarda işlenebileceğini açıkça belirtmektedir. Sosyal medya araçlarını kullanan her bireyin, bu platformlara üye olurken söz konusu 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 kapsamda kullanıcı gönderilerini “herkese açık”, “yalnızca arkadaşlara açık”, “belirli kişiler hariç arkadaşlara açık” veya “sadece belirli arkadaşlara açık” biçiminde sınırlayabilmektedir. Bu durum sosyal medya platformlarının her bir kullanıcıya kendi mahremiyet alanını belirleme serbestisi tanıdığını göstermektedir.

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 kişilik hakkı ihlallerini de beraberinde 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. Mahremiyet İhlali

a.a. Mahremiyet Kavramı

“Haram” kelimesinden türeyen “mahrem” sözcüğü lügat anlamı itibarıyla evlenilmesi yasak olan ve nikâhlanılması kendisine haram kılınan kişiler anlamına gelmektedir.²⁷⁵ Bunun yanı sıra mahrem

274 Akkurt, a.g.e., s. 361.

275 Devellioğlu, a.g.e., s.680.

kelimesi “hürmet”, “ihtiram” gibi anlamlarda da kullanılmaktadır.²⁷⁶ Aynı kökten türeyen “mahremiyet” kavramı ise gizlilik, özel alan ve korunma gerektiren durum anlamlarını taşımaktadır.²⁷⁷

Mahremiyet kelimesinin anlamına ilişkin temelde iki farklı isimlendirme biçimi bulunmaktadır. Klasik İslâm hukuk kaynaklarında, mahremiyet kavramına bugünkü anlamıyla özel bir terim olarak yer verilmemekle birlikte²⁷⁸ günümüz İslam hukukunda bu kavramın bazen “mahremiyet” kelimesi ile ifade edildiği görülürken bazense “özel hayatın gizliliği ve korunması” ifadesiyle karşılandığı görülmektedir.²⁷⁹

Mahremiyet kavramının tam bir tanımı yapılamasa da bu kavram başkalarının ulaşması istenmeyen bilgiler ve hususen özel hayatın gizliliğini ifade etmek için kullanılmaktadır. Tanımındaki bu zorluk, yalnızca mahremiyet kelimesinin Türkçe karşılığının bulunmasındaki güçlükten değil, aynı zamanda özel hayat kavramının sınır ve kapsamına ilişkin belirsizlikten de 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

276 Erdoğan, a.g.e., s. 336.

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

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.

ve yine sosyal medya üzerinde ne tür mahremiyet ihlalleriyle karşılaşıldığını ortaya koymaya çalışacağız.

a.b. Sosyal Medyada Mahremiyet İhlâlleri

İnsan, yaratılış itibarıyla iki yönlü bir varlığa sahiptir. Bunlardan ilki, insanın görünen kısmını oluşturan maddî varlığı, diğeri ise onur, haysiyet ve şeref gibi unsurlardan meydana gelen manevî varlığıdır. Mahremiyet kavramının meydana gelmesi ve bununla birlikte korunması adına gayret gösterilmesinin altında yatan temel gaye insanın manevî varlığının bozulmadan sürdürülebilmesidir.²⁸¹

Modern anlayışta mahremiyet, kişinin kendi iradesi doğrultusunda hareket etme özgürlüğünü sağlayan bir hak olarak tanımlanırken; İslâm hukukunda mahremiyet, “Şâri’in başkalarının erişimine sınır koyduğu hak” şeklinde tanımlanmaktadır. Buna göre İslâm hukukunda mahremiyet, yalnızca bireysel bir hak değil, aynı zamanda başkalarıyla ilişkilerde riayet edilmesi gereken sınırları ve dolaylı olarak kişiye yüklenen sorumlulukları da ifade etmektedir. Dolayısıyla modern hukuk sisteminde mahremiyet alanlarını belirleme yetkisi kişiye aitken İslâm hukukunda bu sınırları belirleyen Şâri’dir. Bu da iki hukuk sisteminin mahremiyetin kaynağı ve sınırlarının belirlenmesi noktasında birbirinden önemli ölçüde ayrıldığını göstermektedir.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,

281 Tuba Öztürk, “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, s. 153.

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

üç temel alanla yakından ilişkilendirildiği görülmektedir. Bunlar: konut dokunulmazlığı, haberleşme hürriyeti ve haberleşmenin gizliliği ve özel eşyaların gizliliğidir.²⁸³

İslâm hukukuna göre mahremiyetin hangi esaslar çerçevesinde şekilleneceği, bu bölümün temel konusunu oluşturmaktadır. Ancak İslâm hukukunda mahremiyetin tasnifi ve buna bağlı olarak hayat alanlarına göre değerlendirilmesi konusuna geçmeden önce şu hususu belirtmek gerekmektedir. Klasik İslâm hukuk kaynaklarında modern hukukta olduğu gibi *sır alan*, *özel alan* ve *kamusal alan* şeklinde bir üçlü ayırım bulunmamaktadır. Bu tasnif esasen modern hukuk sistemlerinin birey-toplum ilişkisini düzenleme biçiminden doğmuştur. Bununla birlikte İslâm hukuku bu üçlü ayırımı isimlendirme bakımından açıkça ortaya koymamış olsa da mahremiyetle doğrudan veya dolaylı biçimde ilişkili birçok hüküm ve ilkeyi bünyesinde barındırmaktadır. Bu hükümlerden hareketle bireyin yaşam alanlarına dair belirli sınırlar ve koruma kaideleri tespit edilebilmektedir.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.b.a. Beden Mahremiyeti

Sosyal medyanın en önemli malzemesi çoğu kez kişinin kendisi olmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyanın temel işlevi paylaşmak ve veri elde etmektir. Bu paylaşımların büyük bir kısmını fotoğraf ve video paylaşımları oluşturmaktadır. Bu durum ise mahremiyete zarar verip kişinin hayat alanının daha çok göz önünde tutulmasına sebep olmaktadır. Bu özelliklerinden dolayı sosyal

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.

medyanın “görme”, “görünme” ve “gösterme” üzerine kurulu yeni bir medya aracı olduğunu söyleyebiliriz.²⁸⁵ İslam hukuku açısından konu değerlendirilmeye alındığında ise tartışmanın temelinde 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 gerektiridir. 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 kullanımı açısından da 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. Dolayısıyla, beden bir bütün olarak mahremiyeti bulunduğu gibi, gözün, kulağın ve diğer organların da kendilerine özgü mahremiyet sınırları vardır. Nitekim sanal âlemden en çok ihmal edilen mahremiyet türlerinden biri, göz ve kulak mahremiyetidir; çünkü kişi, izlediği ve dinlediği içerikler aracılığıyla bu sınırları kolaylıkla

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)*, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1991, C. 4, s. 125.

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

ihlâl edebilmektedir. Bu durum hem ahlâkî hem hukukî açıdan bir takım ihlâl ve sorumluluk meselelerini beraberinde getirmektedir.²⁸⁸

Beden mahremiyeti olarak adlandırdığımız bu konu, Nûr sûresi 30. ve 31. âyetlerde açık bir biçimde ortaya konulmuştur. Nitekim 30. âyette, “Mümin erkeklere söyle gözlerini haramdan korusunlar” şeklindeki ifade ile ve devamında gelen 31. âyette “Mümin kadınlara söyle ırzlarını korusunlar. Görünen kısımlar müstesna, ziynet yerlerini göstermesinler” ifadesine yer verilmektedir. Bu âyetlerden hareketle İslâm’ın hem bakışın sınırlarına dikkat çektiği hem de bedeninin örtülmesi suretiyle mahremiyetin korunmasını emrettiği anlaşılmaktadır. Böylece âyetler hem gözün harama bakmaktan korunması gerektiğini hem de ziynet yerlerinin örtülmesinin mahremiyetin temel unsurlarından biri olduğunu vurgulamaktadır.

Beden mahremiyeti çerçevesinde ele alınan konunun önemi âyet-i kerimelerin²⁸⁹ tahlili ile ortaya çıkmaktadır. Nûr sûresinde geçen “ziynet” kelimesi sözlük anlamı itibarıyla “süs, süs eşyası” anlamına gelse de bu bağlamda “tesettür” yani örtülmesi gereken yerler manasında kullanılmıştır. Buna göre ziynet yerleri gerek kadın gerekse erkek açısından Allah’ın belirlediği sınırlar dâhilinde örtülmesi gereken bölgeleri ifade etmektedir.²⁹⁰ İslâm âlimleri, bu âyetlerde zikredilen ziynet yerlerinin örtülmesi farz olan ve gizli tutulması gereken uzuvlar olduğunu belirtmişlerdir. Bu yerlerin genellikle bilezik, kolye veya benzeri süs eşyalarının takıldığı bölgeler olduğu ifade edilmiştir.²⁹¹ Ayrıca her ne kadar âyetin temel bağlamı doğrudan bu konuyla ilgili olmasa da kimi müfessirler elbisenin de ziynet kapsamında değerlendirilebileceğini, ancak burada bu

288 Güllük, a.g.e., s. 109.

289 Nûr, 24/30-31.

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

anlamın istisna edildiğini kaydetmişlerdir.²⁹² Sonuç olarak, âyetin genel anlamından hareketle kadının beden güzelliği, doğrudan ziy- net olarak kabul edilirken; giydiği kıyafet, takı ve dış görünüşünün tamamı da ziyet kavramı içerisinde değerlendirilmiştir. Böylece âyet, hem bedenin hem de bedeni süsleyen unsurların korunması gerektiğine dikkat çekmektedir.²⁹³

Sosyal medya üzerindeki tasarrufları beden mahremiyetinin delillerinden hareketle değerlendirecek olursak sosyal medya üze- rinde bu tasarruflar genellikle fotoğraf ve video paylaşımları şek- linde 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 ala- nına zarar verdiği durumlarda sınırlandırılmaktadır. Nitekim bir kimsenin kendi sosyal medya hesabı üzerinden başkasına ait bir fotoğrafı paylaşması, o kişinin özel hayatına veya mahremiyetine zarar verme ihtimalini barındırmaktadır.

Sosyal medya kullanıcılarının kendilerine ait fotoğrafları he- saplarında paylaşmaları hakkında ise şu şekilde bir değerlendir- me yapılabilir: Modern hukuk sisteminde dışarıya kapalı olarak ayarlanmış bir profile sahip olan sosyal medya hesapları her bir kullanıcının kendi özel hayat alanını oluşturmaktadır. Herhangi bir hak ihlalinde bulunulmadığı takdirde bu sayfalar üzerinde her türlü tasarrufta bulunma konusunda kullanıcılara serbestlik tanı- nmaktadır. İslam hukuku açısından bakıldığında ise mahremiyetin tesisi noktasında bu alanlar modern hukuk sisteminin aksine *ka- musal alan* hükmündedir. Çünkü mahremiyet veya özel hayatın gizliliği temelde gizli olma, özel olma, bir bilgiyi başka birisinin

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

293 Sâbüni, a.g.e., C. II, s. 172-173.

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 gerçekleştirilen bu paylaşımlar, sonraki aşamalarda kişinin kontrolü dışına çıkarak kişisel verilerin korunamamasına ve dolayısıyla mahremiyet ihlallerine yol açabilmektedir.

Sosyal medya kullanıcılarının bir kısmının kendi fotoğraflarını paylaşırken emoji adı verilen şekiller yardımı ile kendilerini sosyal medya üzerinde kamuflej etmeye çalıştıkları görülmektedir. Bu durum, beden mahremiyetinin ihlali kapsamında değerlendirilmesi gereken bir meseledir. Nitekim Nûr sûresinin 30 ve 31. âyetlerinde ifade edildiği üzere “ziynet” kavramı, yalnızca vücut güzelliğini değil, aynı zamanda giyilen elbiseleri de kapsamaktadır.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 hukukçuları, fıkın temel ilkelerinden hareketle bazı genel hükümler belirlemişlerdir. Buna göre Allah ortaya koyduğu her bir hükümlerle belli temel gayeler gütmekte ve bu gayeler merkezinde yaratılanlar için birer fayda sağlamaktadır.²⁹⁶ Bu durumda beden mahremiyetinin altında yatan temel gayeyi yani insanın şeref ve haysiyetinin korumasını sağlayabilmek adına²⁹⁷ sosyal medya

294 Armağan, a.g.e., s. 146.

295 Sâbûnî, a.g.e., C. II, s. 172-173.

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.

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.

üzerinde mahremiyetin korunması ve bunun kamusal alanda ifşa edilmemesi gerekmektedir.

a.b.b. Mesken Mahremiyeti

Mesken ile mahremiyet arasındaki ilişki dikkate alındığında, özel hayat alanının sınırlarını koruyabilmek için “mesken dokunulmazlığı” ilkesi ortaya konulmuştur. Mesken mahremiyeti tıpkı beden mahremiyetinde olduğu gibi, sosyal medya ortamında kullanıcıların kendi iradeleriyle gerçekleştirdikleri paylaşımlar sonucu ihlal edilebilmektedir. Bu durum çeşitli hukuki ihlalleri beraberinde getirmektedir. Her ne kadar söz konusu ihlaller ilk bakışta yalnızca mesken mahremiyetine zarar verir görünse de aslında bireysel ve aile mahremiyetinin korunmasını da önemli ölçüde güçleştirmektedir.

“Ey iman edenler! Kendi evinizden başka evlere geldiğinizi hissettirip ev sahiplerine selam vermedikçe girmeyin”²⁹⁸ âyet-i kerimesi ile devamındaki “Eğer evde kimseyi bulamazsanız, size izin verilinceye kadar oraya girmeyin. Eğer size geri dönün denirse hemen dönün”²⁹⁹ buyruğu bir kimsenin kendi evi dışındaki evlere girerken mutlaka izin istemesi gerektiğini, izin verilmemesi hâlinde ise oraya girmemesi gerektiğini bildirmektedir. Bu âyetlerdeki hikmet, kişilerin gözlerini sakındırmaları ve böylelikle mahrem bilgilere ya da görülmesi istenmeyen hususlara muttali olmaktan kaçınmaları gerektiğine işaret etmektedir. Nitekim bu anlam, ilgili hadislerden hareketle daha açık bir şekilde anlaşılmaktadır.³⁰⁰

İslam hukukunda Nûr 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, oturani

298 Nûr 24/27.

299 Nûr 24/28.

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

bulunmayan evlere girmenizde günah yoktur”³⁰¹ meâlindeki âyetten anlaşılana ise önceki âyetlerde belirtilen özel ve korunaklı meskenlerden farklı olarak herkesin kullanımına açık mekânların kastedildiğidir. Bu tür yerler; otel, han, dükkân, mağaza, kahvehane ve lokanta gibi umuma açık alanlar olup buralara girip çıkmak için özel bir izne ihtiyaç bulunmamaktadır. Ayrıca, yıkık veya harap hâlde bulunan yerlerin de bu kapsamda değerlendirilmiş olduğu, dolayısıyla bu tür mekânlara girerken izin alınmasının gerekmediği belirtilmiştir.³⁰²

Nûr sûresi 58.³⁰³ ve 59. âyetlerde ³⁰⁴ 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 alan* 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.

301 Nur, 24/29.

302 Ebû Bekr Ahmed b. Ali er-Râzi 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 Aytakin, C. VI, İstanbul: Hisar Yayınları, 1996, s. 135-136; Muhammed Hamdi Yazır, *Hak Dini 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 (kölelerin) ve sizden henüz bulûğ çağına ermemiş olanlar, günde üç defa; sabah namazından önce, öğleyin elbiselerinizi çıkardığımız 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 böyle açıklar. Allah, hakkıyla bilendir, hüküm ve hikmet sahibidir”. (Nûr 24/58)

304 “Çocuklarımız 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.

Günümüzde teknolojik gelişmelerin hız kazanması ve özellikle sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, özel alan ile kamusal alan arasındaki sınırlar büyük ölçüde belirsizleşmiş, buna bağlı olarak kişisel mahremiyet alanı da daralmıştır.³⁰⁶ Nitekim günümüz toplumlarında evin mahrem olma anlayışı değişmiş³⁰⁷ ve bu durum sosyal medya hesaplarına da yansımıştır. Naslarda yer alan evlere izinsiz girme yasağı mesken mahremiyetini koruma amacına yöneliktir. Meskenlere izinsiz olarak girilmesi halinde istenmeyen durumlarla karşılaşabilme durumu buradaki hikmeti açıkça ortaya koymaktadır. Bu itibarla, İslam hukukunun mesken mahremiyetine ilişkin hükümlerinin yalnızca fiziksel mekânlarla sınırlı olmadığı; aynı zamanda bireyin özel hayat alanını dijital platformlarda da koruma gayesi taşıdığı söylenebilir.

Mesken dokunulmazlığı kapsamında değerlendirilen sır alan ve özel hayat alanlarının sosyal medyadan paylaşılması, fikhî açıdan çeşitli tartışmaları ve bazı hukukî ihlalleri beraberinde getirebilmektedir. Nitekim Allah'ın meskenlere girilirken izin istenmesini emretmesi evlerin birer özel ve sır alanı olarak kabul edilmesindedir. Buna karşılık günümüzde sosyal medya platformlarında paylaşılan fotoğraflar aracılığıyla evlerin adeta kamusal alan hâline getirildiği görülmektedir. Bu durum mesken mahremiyeti ile ilgili âyetlerin içerdikleri hikmetin yeterince kavranamamasından kaynaklanmaktadır. Zira Allah evlere girerken son derece temkinli davranılmasını emretmişken kullanıcılar sosyal medya hesapları üzerinde kendi mahrem alanlarını, aile hayatlarını kolaylıkla paylaşarak gizliliklerini ihlal etmektedirler.

a.b.c. Bilgi Mahremiyeti

İslam hukukunda kulların mahremiyetini temin etmek amacıyla yalnızca beden ve mesken mahremiyetine değil aynı zamanda

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.

bilgi mahremiyetine de vurgu yapılmış, gizliliğin korunması adına çeşitli önlemler öngörülmüştür. Sosyal medya ortamında bu ilkenin ihlali genellikle iki kişi arasında geçen özel bir meselenin paylaşılması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu durum özel hayatın gizliliğinin ihlali kapsamında değerlendirilir. 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”³⁰⁸ buyurarak mahrem bilgilerin ifşasını açıkça kınamıştır. Bu hadis, bilgi mahremiyetinin yalnızca aile içi ilişkilerle sınırlı olmayıp, genel anlamda özel hayatın ve sır alanının korunması gerektiğine işaret etmektedir.

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. Ayrıca sosyal medya platformlarına kaydolurken verilen kişisel veriler ile kullanıcıların kendileri hakkında paylaştıkları bilgiler de bilgi mahremiyeti bağlamında değerlendirilmelidir. Bu tür paylaşımlar bireyin kendi iradesiyle gerçekleştirdiği bir fiil olsa dahi kişisel verilerin korunması ve mahremiyetin sınırları açısından fikhî ve hukukî açıdan tartışmalı bir nitelik taşımaktadır.

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 ortamda yalnız başlarına

kalmalarını ifade etmektedir.³⁰⁹ Bu şekilde gerçekleşen halvet-i sahîha durumunda kadının hangi şartlarda hangi haklara sahip olacağı konusu, İslam hukukçuları tarafından ayrıntılı biçimde ele alınmıştır. Buna karşılık, halvet-i sahîhanın gerçekleşmemesi hâlinde iddet, mehir ve benzeri hakların ne ölçüde uygulanacağı da fıkıh kaynaklarında açık biçimde tartışılmıştır.³¹⁰ Öte yandan 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 müdahil olamayacağı bir ortamda yani dışarıdan başka bir kimsenin giremeyeceği kapalı bir sistem üzerinde çeşitli tasarruflarda bulunmalarıdır. 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.

309 Orhan Çeker, “Halvet”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı, 2011, 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, 1986, s. 291-292; Ebû'l-Hüseyn Ahmed b. Ebî Bekr Muhammed b. Ahmed el-Kudûrî, *et-Tecrid (Kudûrî)* thk. Merkezi el-Dirasati'l Fikhiyye ve'l İktisadiyye, C.. X, Kahire: Daru's-Selam, 2006, s. 5303.

311 Çeker, “Halvet”, XV, 384.

Allah Teâlâ “zinâyaya yaklaşmayın”³¹² derken zinâ fiiliyle birlikte zinâyaya sevk edecek her türlü durumdan kullarını uzak tutmayı istemiştir.³¹³ Bu hususta kadın ve erkeğin karşılıklı mesajlaşması sınırlara riayet 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. Zira böylesi durumlar karşı cinsin duygularını kolaylıkla harekete geçirebilir. Bu gibi sözlerin sarf edilmesi veya bu türden sanal şekillerin kullanılması ahlakî açıdan olduğu gibi fikhî açıdan da uygun gözükmemektedir. Zira 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 kulları için hiçbir şeyi faydasız yere 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 ortamda gerçekleştirilen birçok iletişim bu amaçların dışına çıkmaktadır. 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-

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.

314 Ebû'l-Abbâs Şihâbüddîn Ahmed b. İdris b. Abdîrahmân el-Mısırî el-Karâfî, *ez-Zahîre*, C. I, Beyrut: Daru'l Garbî'l İslamiyye, 1994, s. 102.

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

kı 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 olduğu gibi kadın ve erkeğin yalnız kaldıkları sanal ortamlarda gerçekleşmektedir.

Sosyal medya üzerindeki tasarruflarda en sık karşılaşılan sorunların başında kişilik hakkı ihlalleri ve bunlara bağlı olarak ortaya çıkan mahremiyet ihlalleri gelmektedir. Her ne kadar halvet kavramı çerçevesinde incelediğimiz bu tür sanal iletişimler kamusal alanda gerçekleşmiyor olsa da görüntülü veya yazılı mesajlaşmalar kişilik hakkı ve mahremiyet bakımından fikhî açıdan sakıncalı sonuçlar doğurabilmektedir.

Mahremiyet kavramı altında ele almış olduğumuz beden mahremiyeti konusu gizli olma, bir şeylerden sakınma hallerini içermekle birlikte temelde örtünmeyi de gerekli kılmaktadır. Ancak burada kastedilen örtünme, yalnızca bedensel unsurların fiziken gizlenmesi anlamına gelmez. Gerçek anlamda örtünme kişinin kendisini gözlerden uzak tutması, dikkatleri üzerine çekmemesi ve başkalarının muttali olması istenmeyen bilgi veya görüntülerden uzak durmasıyla gerçekleşir.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 tür bir ortam

316 Martı, a.g.e., s. 10.

fikhî açıdan bazı sakıncalar barındırmaktadır. 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 yanı sıra beden mahremiyetinin özünde fiziksel örtünmeden ziyade gözden uzak kalma prensibi bulunduğu dikkate alındığında mahrem olmayan kimselerle bu tür ortamlarda iletişim kurulması konusunda temkinli davranılması gerekmektedir. Bu yaklaşım hem beden mahremiyetinin korunması hem de ahlakî sınırların muhafazası bakımından önem arz etmektedir.

SONUÇ

Günümüzde en yaygın iletişim araçlarından biri hâline gelen sosyal medya bireylerin gündelik yaşamını olduğu kadar hukukî ve ahlakî sorumluluk alanlarını da derinden etkilemiştir. Sosyal medyanın hayatımızda bu denli yer edinmesi İslam hukukunu doğrudan ilgilendiren pek çok yeni meseleyi de gündeme taşımıştır. Ne var ki farklı disiplinlerde bu konuda çok sayıda çalışma yapılmış olmasına rağmen İslam hukuku perspektifinden sosyal medya tasarruflarını kapsamlı biçimde ele alan araştırmalar henüz yeterli düzeye ulaşmamıştır.

Bu çalışmada sosyal medyanın fikhî açıdan değerlendirilmesi yapılmış, kullanım biçimlerinin bireyler üzerinde doğurduğu yeni sorumluluklar ortaya konulmuştur. Sosyal medya kullanımı prensip olarak helal kabul edilmekle birlikte bu alan üzerindeki bazı tasarrufların helal dairesinden çıkabildiği tespit edilmiştir. Fikhî hükümlerin belirlenmesinde sosyal medyanın yalnızca hukukî değil, aynı zamanda sosyolojik, ekonomik, psikolojik ve etik boyutlarının da dikkate alınması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın önemli tespitlerinden biri İslam hukukunda şahitlik müessesesinin sosyal medyadaki bazı tasarruflara uygulanabilir olduğudur. Özellikle sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımların delil niteliği taşıyıp taşımadığı hususunda şahidin bilgiyi doğrudan gözlem (muâyene) ya da dolaylı bilgi (tesâmu') yoluyla elde etmesinin belirleyici olduğu görülmüştür. Buna göre doğrudan gözleme dayalı bilgilerin delil olarak kullanılmasında sakınca bulunmazken, ikinci elden elde edilen bilgilerin ancak zaruret durumunda istihsanen kabul edilebileceği sonucuna varılmıştır.

Sosyal medyadaki içerikler çalışmamızda devlet aleyhinde yapılan paylaşımlar, din karşıtı söylemler, gıybet ve tecessüs içerikli gönderiler, reklam ve hileli kazanç içeren paylaşımlar gibi kategoriler altında incelenmiştir. Her bir durum İslam hukukunda karşılığı bulunan cezaî yaptırımlar ve ahlakî ilkeler çerçevesinde değerlendirilmiş; bu bağlamda sosyal medyada ortaya çıkan yeni problemlere yönelik Kur'an ve Sünnet merkezli çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Çalışma sonucunda sosyal medya kullanımının doğurduğu bazı ihlallerin kullanıcının kendi iradesiyle bazılarının ise iradesi dışında meydana geldiği belirlenmiştir. Özellikle kullanıcıların kendi paylaşımlarıyla sır alanı, özel alan ve kamusal alan sınırlarını ihlal ettikleri, bu nedenle fikhî sorumluluk altına girdikleri tespit edilmiştir.

İslam hukuku ile modern hukuk sistemi kamusal alan ve mahremiyet anlayışları arasında da belirgin farklılıklar bulunmaktadır. Modern hukuk sosyal medya üzerindeki tasarruflarda görece daha esnek davranırken İslam hukuku kişilik haklarının korunması, mahremiyetin muhafazası ve iffet ilkesinin sürdürülmesi noktasında daha yüksek bir hassasiyet ortaya koymaktadır. Bu kapsamda çalışma halvet kavramını merkeze alarak yazılı ve görüntülü mesajlaşmaların fikhî yönlerini incelemiş; dijital ortamlarda halvetin nasıl tezahür ettiğine dair yeni bir değerlendirme sunmuştur.

Araştırma süresince genel olarak sedd-i zerâi kaidesi gereğince olası kötülüklerin önlenmesi esas alınmış; bu doğrultuda sosyal medyanın fikhî açıdan doğurabileceği sakıncalar tespit edilmiştir. Bununla birlikte sosyal medyanın bizzat kullanımı yasaklanabilir bir fiil değildir. Esas olan bu alanın gıybet, tecessüs, iftira, mahremiyet ihlali ve halvet gibi dinen yasaklanan fiillerin işlendiği bir ortama dönüşmesinin önlenmesidir. Dolayısıyla sosyal medyanın tamamen reddedilmesi değil, kullanım biçimlerinin ahlakî ve dinî sınırlar içerisinde tutulması gerekmektedir. Bu sınırlar gözetildiğinde sosyal medya, bireysel ve toplumsal düzeyde bilgi paylaşımı, iletişim ve tebliğ açısından önemli faydalar sağlayabilir. Ancak bu

alanın İslam hukukunun temel gayeleri arasında yer alan neslin, ırzın ve dinin korunması (hıfzü'n-nesl, hıfzü'l-ırz, hıfzü'd-dîn) il-keleri çerçevesinde değerlendirilmesi zorunludur.

Bu çalışma sosyal medyanın İslam hukukundaki konumunu sistematik biçimde inceleyerek mahremiyet, halvet, gıybet, te-cessüs, şahitlik ve sedd-i zerâi gibi klasik kavramları dijital çağın pratikleriyle ilişkilendirmiştir. Böylece İslam hukukunun çağdaş meseleleri yorumlama ve yeni durumlara çözüm üretme kapasite-si ortaya konulmuştur. Ayrıca sosyal medya tasarruflarının beden, mesken ve bilgi mahremiyeti çerçevesinde yeniden sınıflandırılma-sı modern hukukta yer alan kişilik hakları anlayışıyla mukayeseye imkân tanımıştır.

Sonuç olarak bu araştırma dijitalleşen dünyada Müslüman bireyin sosyal medya kullanımında karşılaşılabileceği fikhî mese-leleri yalnızca teorik düzlemde değil ahlakî, hukukî ve toplumsal boyutlarıyla ele alarak disiplinler arası bir perspektif geliştirmiştir. Böylece İslam hukukunun makâsıdû's-şerîa doğrultusunda dijital çağın sorunlarına bütüncül ve uygulanabilir çözümler sunabileceği gösterilmiştir.

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.

- AKŞİT Mustafa Cevat, *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 Antrpoloji (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.
- APAYDIN Yunus, “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.
- ATAR Fahrettin, *İslam Yargılama Hukukunun Esasları*, İstanbul: Marmara Üniversitesi İlahiyat Vakfı Yayınları, 2013.

- ATASOY Kemal, “Kişilik Hakkı Kapsamında Sosyal Medya-
da 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.
- AYDIN Mehmet Âkif, “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 KARŞI ALINAN 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.
- BARDAKOĞLU Ali, “Delil”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi (DİA)*, İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM), 1994, C. 9.
- 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.

- BERKİ Ali Himmet, *Açıklamalı Mecelle (Mecelle-i Ahkâm-ı Adliyye)*, İstanbul: Hikmet Yayınları, 1968.
- 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 İstılatı 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.
- 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).
- 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.
- DAVUDOĞLU Ahmed, *Sahih Müslim Tercemesi ve Şerhi*, 2. b., C. I, VII, IX, X, İstanbul: Sönmez Yayınları, 1977, 1980, 1983.
- 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.
- EL-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,
- EL-BUHÂRÎ Ebû Abdillâh Muhammed İbn İsmâîl, *Sahih-i Buhârî*, C. I, III, VII, VIII, İstanbul: Mektebetül İslamiyye, t.y..
- EL-CESSÂS Ebû Bekr Ahmed b. Alî er-Râzî, *Ahkâmü’l-Kur’an*, C. V, Beyrut: Dâru İhyâi’t Turâsi’l-Arabî, 1405.
- EL-CEVZİYYE Muhammed b. Ebi Bekr b. Eyyûb b. Sad Şemsüddin İbn Kayyim, C. I, *Turukul Hükmiyye*, Mektebetü Dar’ul Beyan, t.y..
- EL-GAZÂLÎ, Muhammed b. Ahmed, *İhyâ’u Ulûmi’d-Dîn*, çev. Ahmet Serdaroğlu, C. III, İstanbul: Bedir Yayınları, 1974.
- EL-HEYTEMÎ İbn Hacer, *Tuhfetü’l-Muhtac fi Şerhi’l Minhâc*, C. X, Mısır: el-Mektebetü’t Ticariyyetü’l-Kübra, 1983.
- EL-İSFAHÂNÎ Ragıb, *el-Müfredât Kur’an Kavramları Sözlüğü*, 3. b., çev. Abdulbaki Güneş, Mehmet Yolcu, İstanbul: Çıra Yayınları, 2012.

- EL-KARAFÎ Ebü'l-Abbâs Şihâbüddîn Ahmed b. İdrîs b. Abdirrahmân el-Mısırî, *Envâru'l-Burûk fi Envâi'l-Furûk*, C. IV, Âlemu'l Kutub, t.y..
- EL-KARÂFÎ Ebü'l-Abbâs Şihâbüddîn Ahmed b. İdrîs b. Abdirrahmân el-Mısırî, *ez-Zahîre*, C. I, Beyrut: Daru'l Garbî'l İslamiyye, 1994.
- EL-KÂSÂNÎ Alâüddîn Ebû Bekr b. Mes'ûd b. Ahmed, *Bedâiü's-Sanâi fi Tertibiş-Şerâi*, C. II, VI, VII, Dâru'l Kütübü'l İlmîyye, 1986.
- EL-KUDÛRÎ Ebü'l-Hüseyn Ahmed b. Ebî Bekr Muhammed b. Ahmed, *Muhtasar'ul Kudûrî*, çev. Soner Duman, Osman Güman, İstanbul: Beka Yayınları, 2015.
- EL-KUDÛRÎ Ebü'l-Hüseyn Ahmed b. Ebî Bekr Muhammed, *et-Tecrid (Kudûrî)* thk. Merkezi el-Dirasati'l Fıkhîyye ve'l İktisadiyye, C. X, Kahire: Daru's-Selam, 2006.
- EL-MEVİLÎ Ebü'l-Fazl Mecdüddîn Abdullâh b. Mahmûd b. Mevdûd, *el-İhtiyâr li-ta'lîli'l-Muhtâr*, C. II, Kahire: Matbaatü'l Halebî, 1937.
- EL-MEVİLÎ, Ebü'l-Fazl Mecdüddîn Abdullâh b. Mahmûd b. Mevdûd, *el-İhtiyâr Metni el-Muhtâr li'l-Fetvâ*, 6.b. çev. Celâl Yeniçeri, İstanbul: Şamil Yayınevi, 2015.
- EN-NEVEVÎ Ebu Ebû Zekeriyâ Yahyâ b. Şeref b. Mürî, *Ravzatü'l Tâlibîn ve Umdetü'l Müttakin*, C. X, Beyrut: Mektebetü'l İslami, 1991.
- 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.
- EŞ-ŞİRBÎNÎ Şemsüddîn Muhammed b. Ahmed el-Hatîb, *Muğni’l-Muhtâc ilâ Ma’rifeti Me’ânî Elfâzi’l-Minhâc*, C. VI, Daru’l Kütübi’l İlmîyye, 1994.
- ET-TABERÎ Ebû Cafer Muhammed b. Cerir, *Taberi Tefsiri*, çev. Hasan Karakaya, Kerim Aytekin, C. VI, İstanbul: Hisar Yayınları, 1996.
- ET-TRABLUSÎ Ebü’l-Hasen Alâüddîn Alî b. Halîl, *Muînü’l-Hükkâm*, Daru’l Fıkr, t.y..
- FIRAT Mehmet, Nilgün ÖZDAMAR KESKİN, “İnternet Teknolojileri”, *Temel Bilgi Teknolojileri I*, ed. T. Volkan Yüzer, M. Recep Okur, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 2015.
- GÖNENÇ E. Özgür, “İletişimin Tarihi”, *İletişim Fakültesi Dergisi*, S. 18 (2003), ss. 57-72.
- GÖNENÇ E. Özgür, “İletişimin Tarihsel Süreci” *İletişim Fakültesi Dergisi*, S.28 (2007), ss. 87-102.
- GÖNENÇ E. Özgür, “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 Fıkhî Bir Analiz” *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, S. 23 (2014), ss. 105-128.
- HABERLÎ 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.
- İBN ATIYYE Ebû Muhammed Abdülhak b. Gâlib b. Abdirrahmân b. Gâlib el-Muhâribî el-Girnâî el-Endelüsî, *el Muharrerü'l Veciz fi Tefsiril Kitâbi'l Azîz*, thk. Abdüsselâm Abdüşşâfi Muhammed C. III, Beyrut: Daru'l Kutubi'l-İlmiyye.
- İBN FERHÛN, Ebü'l-Vefâ (Ebû İshâk) Burhânüddîn İbrâhîm b. Alî b. Muhammed el-Ceyyânî el-Medenî, *Tebssiratü'l-Hükkâm fi Usulî'l Akziye ve Menâhici'l-Ahkâm*, C. I, 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-Âsâr*, 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 Muvaffaküddîn Abdullâh b. Ahmed b. Muhammed, *el-Muğni*, C. IX, X, Mektebetü'l Kahire, 1968.
- İBN MANZÛR, Ebü'l-Fazl Cemâlüddîn Muhammed b. Mükerrrem 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.
- KAHRAMAN Abdullah, “Mahremiyetin Tanımı ve Sınırı”, *Din Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Alguları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal vd., C. I, Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayını, 2015.

- KAHRAMAN Abdullah, *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.
- 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.
- KARAMAN Hayrettin, Mukayeseli İslam Hukuku, C. II, İstanbul: İrfan Yayınevi, 1982.
- 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 Murak, “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 Öğür, “Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma”, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, C. VII, S. 2 (2012), ss. 58-81.
- 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.
- MERGİNÂNİ Şeyhü’l-İslâm Burhanüddin Ebu’l-Hasan Ali b. Ebû Bekir, *el-Hidâye Tercemesi*, C. III, çev. Ahmed Meylânî, İstanbul: Kahraman Yayınları, 1986.
- 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.
- PARLATIR İsmail, ZÜLFİKAR Hamza, GÖZAYDIN Nevzat, *Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Dil*

Kurumu Okul Sözlüğü, 2. b., Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayın Matbaacılık ve Ticaret İşletmesi, 2000.

ŞÂBÛNÎ Muhammed Ali, *Kur'an-ı Kerim'in Ahkam Tefsiri*, çev. Mazhar Taşkesenlioğlu, C. II, İstanbul: Şamil Yayınları, 1984.

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, *Mebûsât*, ed. Mustafa Cevat Akşit, çev. Soner Duman, Osman Güman, C. XVI, İstanbul: Gümüşev Yayınları, 2008.

ŞA'BÂN Zekiyüddin, *İslam Hukuk İlminin Esasları (Usûl'ül Fıkıh)*, 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.

- ŞİŞMAN Nazife, *Dijital Çağda Müslüman Kalmak*, 3.b., İstanbul: İnsan Yayınları, 2017.
- 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.
- 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.
- YAZIR Muhammed Hamdi, *Hak Dîni Kur'an Dili*, C. VI, İstanbul: Huzur Yayınları, 2003.
- 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 kalaktı!”, <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).
- <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf> , (01.06.18).
- <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4721.pdf> , (01.06.18).
- <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf> , (01.06.18).
- <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf> , (02.06.18).
- <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf> , (10.06.18).
- <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).

SOSYAL MEDYAYA DAİR FIKHÎ HÜKÜMLER

Bu eser, günümüz iletişim çağının en etkili unsurlarından biri haline gelen sosyal medyayı İslâm hukuku perspektifinden ele almaktadır. Gelişen teknolojik imkânlar ve sosyal medya araçlarının çeşitlenmesi bireylerin bu platformları kullanma alışkanlığını kaçınılmaz kılmıştır. Bu durum ise yeni fikhî meselelerin gündeme gelmesine ve doktriner temelde yeniden tartışılmasına zemin hazırlamıştır. Çalışmada internetin ortaya çıkışıyla birlikte gelişen sosyal medyanın tarihsel süreci, özellikleri ve geleneksel medya araçlarıyla farkları ele alınmıştır. Kullanıcıların sosyal medya üzerindeki tasarrufları, paylaşım biçimleri ve bu paylaşımların İslâm hukuku açısından hükmî değerlendirmesi incelenmiştir. Bu kapsamda öncelikle sosyal medyada şahitlik konusu ele alınmış, devamında bilgi paylaşım yöntemleri fikhî bir sınıflandırmaya tabi tutulmuştur. Çalışmanın son bölümünde ise sosyal medya kullanımının sebep olduğu sorunlar kullanıcının iradesi dâhilinde veya iradesi dışında gerçekleşen fikhî ihlaller bağlamında değerlendirilmiş; bu kapsamda mahremiyet ve halvet kavramları merkezinde analiz edilmiştir.



Selamkitap.com

kitabî



9786259386171