

Sosyal Medya ve Kültürel Yansımaları (E-EDEB)



TÜİK tarafından yapılan hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırmasından elde edilen 2015 verilerine göre ise, internet kullanım amaçları arasında sosyal medyanın ilk sırada yer aldığı, on hanenin yedisinde internet erişim imkânının olduğu, hanelerin %96,8'inde cep telefonu bulunduğu tespiti yapılmıştır.



Önder BOZKURT
İller İdaresi Genel
Müdürlüğü / Şube Müdürü

GİRİŞ

Günümüz modern bireyleri olarak elektronik araçlarla sıkı fıkı bir hayat sürmekte olduğumuz ortada. Hepimiz az veya çok bu dijital ve bir anlamda da sanal dünya ile birlikte yaşamakta ve nefes alıp vermekteyiz. Bu araçlara bizim ışıklı metal arkadaşlarımız ya da dijital oyuncaklarımız da diyebiliriz.

Sosyal medya gibi platformların da dünyayla eş zamanlı yaygınlaşması ile birlikte ülkemiz genelinde büyük bir merak ve ilgiyle takip edilmeye başlandığını söylemek mümkündür. Öyle ki işlerimizi, ticaretimizi, randevularımızı bu araç vasıtasıyla görmeye başladığımız aşikârdır.

Bir anlamda soyut sosyal mecralar olarak da nitelendirebileceğimiz bu alanlar

da paylaşılan video, fotoğraf, haber, ses, mesaj gibi yazılı, görsel ve işitseller hem nicelik hem de nitelik itibarıyla dikkat çekici boyutlara ulaşmaktadır. Hatta buna alarm verici boyutlar demek daha doğru olacaktır. Üstelik alarmin rengi de gittikçe kırmızıya dönüşmektedir.

Tabi böyle bir toplumda, artık mektupların yerini telefonların aldığını, onların yerine de bilgisayar ve cep telefonlarının geçtiğini ve sonra bunların internetle birbirine bağlandığını söyleyip geçmek, bir realite olarak bu olgunun arka planındakileri açıklamada ve kavramada yetersiz kalmaktadır.

Sosyal medya ve kültürel yansımaları (e-edeb) adını verdiğimiz bu çalışmada, meselenin kültürel kodlarımız açısından irdelenmesine gayret sarf edilecektir.

Sosyal mecralarda yapılan paylaşımların ve buralarda harcanan vakitlerin genel anlamda kültürel hayatımıza olan yansımaları üzerinde durulacaktır.

Bu kapsamda, sosyal medyada özgürlük ve tüketim ilişkisi, sosyal medya ve bağımlılığa varan kullanımı ve son olarak, sosyal medya ve azalan mahremiyet konuları ele alınacaktır. Yazımızın sonuç bölümünde ise, sosyal medya alanının düzenlenmesine ilişkin bazı görüş ve değerlendirmelerde bulunularak, çalışma sonlandırılacaktır. Niyetimiz salih'tir.

SOSYAL MEDYADA ÖZGÜRLÜK VE TÜKETİM İLİŞKİSİ

Çalışmamızın alt başlıklarında geçen; tüketim, aşırılık ve mahremiyet hakkında söylenecek her şey kültürün farklı boyutlarını içermektedir. Hatta bunlar kültürümüzün olmazsa olmazlarıdır. Kaldı ki, kültür kavramının içinde; bir topluma özgü düşünce ve sanat eserleri, ortak bir kimlik etrafında oluşturulan maddi ve manevi değerler, gelenek ve yaşam biçimi gibi hususlar yer almaktadır.

İşte bu noktada sosyal medya, hem toplumların kültürlerini bu yeni çevrimiçi dünyaya aktarmalarına hem de bu sanal ortamda kullanıcılar tarafından yeni bir kültürel unsurun oluşmasına katkıda bulunmaktadır.

Öyle ki artık toplumlardaki kültürel faaliyetler sosyal medyanın varlığı ile değişime uğramaktadır. Örneğin insanlar kendileri ile ilgili yenilikleri ve gelişmeleri sosyal medya araçlarında yayınlamakta ve bu ortamlarda oluşan karşılıklı konuşmalar ev oturumlarında veya arkadaş toplantılarında yapılan konuşmaların yerini almaktadır (İşlek, 2012: 97).

Sosyal medyada özgürlük ve tüketim ilişkisine göz attığımızda, bu sanal platformların hangi amaçları bünyesinde barındırdığını tartışmamız gerekir.

Hepimizin malumu olduğu üzere, küresel bir dünyada yoğun bir etkileşim dâhilinde bulunmaktayız. Ancak bu küresel dünyanın kendi iç dinamiklerine baktığımız zaman karşımızdaki tabloda kapitalizmin ve dolayısıyla tüketimin yer aldığını görmekteyiz.

Üstelik bu kapitalizm ve ardındaki tüketim olgusu, kendini sürekli yeni argümanlarla donatmakta ve güncellemektedir. Tabiri caizse, çağa ayak uydurmaktadır. Belki de sosyal medya, bu çağın ve de kapitalizmin yeni bir oyuncacı durumundadır.

Tüketim konusuna somut bir örnek olarak, internetten yapılan alışverişleri örnek gösterebiliriz. TÜİK tarafından yapılan hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırmasından elde edilen 2015 verilerine göre, internet üzerinden yapılan alışverişin arttığı görülmektedir. İnternet kullanan bireylerin internet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi verme ya da satın alma oranının %33,1 olduğu ve bunun önceki yıl oranının ise %30,8 olduğu tespit edilmiştir.

Kapitalizmin yeni bir sürümü olarak adlandıracağımız internet üzerinden yapılan e-ticaret, kitlelere hitap ederken, özgürlük söylemini kullanmakta ve başta gençler olmak üzere hedefine tüm kesimleri dâhil etmektedir.

Bu noktada şu soruyu sormak yerinde olacaktır: Peki bu her daim yeni yüzlerle karşımıza çıkan şey bize ne yapıyor? Tabi ki, düşünüş ve yaşayış tarzlarımızda ciddi bir tahavvüle (değişmeye) yol açıyor. Çünkü teknolojiye bağlı değişikliklerle birlikte

yukarıda sözünü ettiğimiz yeni sosyal yapılar ortaya çıkıyor. Bundan da önemlisi insanların geçmişle, bugünle ve gelecekle ilgili duyuş ve düşünüşleri değişiyor (Şişman, 2013: 9-10).

Albert Camus'un sözünü ettiği; çağdaş insan, çalışır, tüketir, sevişir ve gazete okur söylemine varan bir boyut tezahür ediyor (Ökten, 2013: 121). Benzer şekilde Eliot'un da bu şekildeki hayatı, yani yeme, içme, gezme gibi olan bir yaşamı şöyle formüle ettiğini görüyoruz: "yeme-içme-dışkılama ve ölüm" (Dönmez, 2014: 352-353).

Sosyal medyaya baktığımızda ise, tam da böyle bir hal içinde bulunduğumuzu itiraf edebiliriz. Aşağıdaki başlıkta da görüleceği üzere, sosyal medyayı hiç sorgulamadan, soruşturmadan (tıpkı kapitalizmi sorgulamadığımız gibi) hayatımıza dâhil ettiğimizi ve bunu bir özgürlük alanı olarak görüp, her şeyin mübah sayılacağı bir duruma kadar götürdüğümüz de bir hakikat olarak karşımızda durmaktadır.

SOSYAL MEDYA VE BAĞIMLILIĞA VARAN KULLANIMI

Günümüz insanların televizyon başında ve internette geçirdikleri saatler düşünüldüğünde ne kadar da boş zamanımız olduğu görülmektedir. Öyle ki bu hal neredeyse ürkütücü boyutlara ulaşmaktadır. Bu konuya ilişkin 2013 yılında Gençlik ve Spor Bakanlığınca 15-29 yaş arası 2057 gencin katılımıyla gerçekleştirilen araştırma sonuçları çarpıcı örneklerle doludur.

Türkiye'deki gençleri daha yakından tanımayı ve anlamayı amaçlayan bu araştırma sonuçlarına göre, internet kullanıcısı gençlerin %96'sı sosyal medya kullanıcısı olup, gençlerin %40'ının annesi, %47'sinin de baba-

sının sosyal medya kullandığı ortaya konulmuştur. Yine gençlerin %86'sının sosyal medyaya günde en az bir kere; %72'sinin ise her gün birkaç kere bağlandığı ve özellikle 15-17 yaş grubu, bekârlar ve ortaöğretim ve altı mezunlarda bu oranın daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonunda gençler için sosyal medyada en önemli olan konunun %37 oranla özgürlük olduğu da bulgular arasında yer almaktadır (<http://www.gsb.gov.tr>).

Yine Facebook sosyal paylaşım sitesine yönelik yapılan bir alan araştırmasında da dikkat çekici sonuçlara ulaşılmıştır. Bu alan araştırmasında, katılımcıların en çok kullandığı sosyal ağ sitesi %75,2'lik bir oranla Facebook olmuştur. Katılımcılara Facebook kullanım amaçları sorulduğunda, elde edilen sonuçlara göre %35,8'lik bir oranın Facebook'u arkadaşlık/sohbet için kullandığı %28,3'lük bir bölümün zaman geçirmek için, %18,7'lik bir bölümün eğlence-oyun, %16,3'lük bir bölümün bilgi edinme, 0,8'lik bir bölümün ise müzik/video için kullandığı sonucu ortaya çıkmıştır (Öztürk, 2014: 172).

TÜİK tarafından yapılan hane halkı bilişim teknolojileri kullanım araştırmasından elde edilen 2015 verilerine göre ise, internet kullanım amaçları arasında sosyal medyanın ilk sırada yer aldığı, on hanenin yedisinde internet erişim imkânının olduğu, hanelerin %96,8'inde cep telefonu bulunduğu tespiti yapılmıştır (<http://www.tuik.gov.tr/haberbultenleri>).

Gençlik ve Spor Bakanlığının araştırmasında 2013 yılında ve Facebook örneğinin de 2014'te yapıldığı unutulmadan, 2015 TÜİK verilerini de dikkate aldığımızda, şu açıklamalarda bulunulabilir; internet kullanım amaçları arasında sosyal medyanın ilk sırada yer aldığı ve özellikle genç-

lerin bu alanı bir arkadaşlık ve sohbet platformu yanında bir de özgürlük alanı olarak görmeleridir.

Bu noktada kısa bir hatırlatma yapacak olursak, "genç" kelimesinin sözlük anlamı hazine, define olarak açıklanmaktadır (Devellioğlu, 2012: 327). Bu hazinenin de ileriki yaşlarda nasıl tükendiğini söylemeye gerek yoktur. Dolayısıyla gençlerin hazinelerine bu anlamda sahip çıkması elzem bir görünüm arz etmektedir.

SOSYAL MEDYA VE AZALAN MAHREMİYET

Mahremiyet ve sınırlarını ne ölçüde anlamamız gerektiği ile ilgili olarak, Akif'in Safahat'ından şöyle bir cümleyle söze başlayabiliriz sanırım: "Na-mahreme ben söyleyemem kızlarımın, karımın ismini... Hem öldürürüm sorma sakın!" bu cümlelerin sahibi kızının ve karısının ismini söylemek istemeyen bir baba. Soruyu soran da nüfus tahriri için görevlendirilen herhangi bir kişi.

Bu ve benzeri tavırları genel olarak değerlendirdiğimizde, nelerin değiştiğini, damarlarımıza kadar özümsemiş ahlakın neleri imha ederek, bünyemizde yer bulduğunu görme imkânına sahip olabiliriz. Hatta münevver ve ulemanın illa hanımlarından bahsedeceklerse, çocuklarından büyük olanın adını hemen baş tarafa koyarak, onlardan, "...falanın annesi" şeklinde bahsetmesini de dikkate alarak bir değerlendirme yapmalıyız (Demirci, 2016: 42-43).

Sosyal medyada paylaşılan görsellere göz atıldığında, yukarıdaki cümlelere tamamıyla zıt bir fotoğrafla karşı karşıya kalmaktayız. Artık bireylerin mahremiyetinin elinden alınmaya başladığını gözlemleyebiliyoruz.

Bir çarpıcı örnek daha vermek gerekirse, bütün kadim kültürlerde mahrem bir bölge olarak çevrelenen "ev" artık bu özelliğini ebediyen yitirmeye başlamaktadır. Çünkü günümüzde evin her bir odası dünyanın her yerine açılabilir hale gelmiştir. Dijital imkânlar, kültürün ve geleneğin, kontrol sistemini önemli oranda arızalandırmış, varlık kontrolsüz bir hal almıştır. Kısacası, mahremiyet küresel olarak ölmüştür (Ayçil, 2016: 14).

Peki, nasıl bu hale gelindi? Bunun müsebbibi kim? sorularını sorduğumuzda yukarıda bahsettiğimiz kapitalizm konusuna tekrar dönmemiz gerekecektir. Kapitalizm anlayış ve kurumlarıyla "birey" bir insan tanımını yapmakta ve bu bireyi istediği şekilde yönlendirebilmeyi arzu etmektedir. Bu sayede, bireyleri dengeleyecek mekanizmalardan onu mahrum bıraktırmayı amaçlamaktadır.

Kaldı ki, sosyal mecralardan olan gerek Facebook, gerekse Twitter gibi platformlar; kendilerini ortaya çıkaran Batı toplumlarının kültürel kodlarından bağımsız bir teknolojik gelişme değildir. Burada özellikle belirleyici olan kodlar; mahremiyet algısının farklılığı, sır saklamanın geçer akçe olmayışı, görüntünün içeriği, dış güzelliğin iç güzelliği, retoriğin özü, hırsın erdemleri basıkılığı, gösterişin endüstri haline gelişi, toplumsal dayanışma mekanizmalarının zayıflaması, bireyciliğin yaygınlaşması şeklinde özetlenebilir (Korkmaz, 2013: 119).

Sosyal medya aracılığıyla mahrem hayatın sergilenmesine ilişkin bir örnek verecek olursak, son zamanlarda adını sıkça duyduğumuz selfie konusunda yapılmış olan bir araştırmadan bahsedebiliriz.

Bu araştırmada, insanların görünür olmak için, nerde kiminle gezdiği-

nin, günlük olarak ne pişirdiğinin, hangi nimetlerle donatılmış sof-ralarda yemek yediklerinin, hangi giysileri giyindiklerinin, hangi araca bindiklerinin selfie'lerini tüm dün-yayla paylaşmaktan çekinmez hale geldikleri belirtilmektedir (Uzun-dumlu, 2015: 109-110).

Yine selfie¹ (özçekim) konusunda yapılan bir başka araştırmada ise, in-sanın kendini göstermeye, fark edil-meye, beğenilmeye olan ihtiyacının özçekim fotoğrafları ile yeni bir bo-yut kazandığı, özçekimin çağa uygun yeni kendini sunum biçimi olduğu vurgulanmıştır (Özdemir, 2015: 128).

Yaşanan tüm bu gelişmeler aslında Müslüman bir toplumun yeni tekno-lojileri benimserken, mahremiyet, gör-me/görünme, teşhir ve ifşa gibi mese-leleri algılayışında ve uygulamada nasıl bir dönüşüm geçirdiğini gözlemlemek adına dikkat çekici bir önem arz et-mektedir (Şişman, 2016: 21).

Hatırlanacağı üzere, atalarımızdan şöyle işitirdik: Edeb Yâ Hû! Arapça "edeb" kelimesinin de 3 harften oluş-tuğu ve bu 3 harfin ise, eline, diline ve beline hâkim olma anlamına geldiği bilinmektedir. Günlük hayatta nere-deyse her şeyin, oturma, kalkma, yeme içme, yolda yürüme, seyahat etme, camiye girme, yıkanma, helaya girme, selamlaşma, alışveriş, velhasıl hatıra gelebilecek hemen her durum için geliştirilmiş birtakım edeb kural-larımız vardır (Demirci, 2012: 71-72). Tabi vardı demek daha doğru olacak!

Şimdi ise, ne yenip içileceğinden tu-tun da nasıl konuşulacağına kadar hemen her hareketimiz dijital ortam-lar tarafından yönlendirilebilmek-tedir. Artık bu yeni durumu *e-edep* tabiri ile ifade edebiliriz sanıyorum.

1 Selfie'nin İngiltere'den sonra Türkiye'de ders olarak okutulacağına dair ha-berler medyada yer almaktadır. (ayrıntılı bilgi için bkz. Uzundumlu, 2015: 116)

SONUÇ YERİNE (NASIL BİR SOSYAL MEDYA?)

Buraya kadar ifade etmeye çalıştığımız şey ve anlaşılabileceği üzere bizi rahatsız da eden konu, sosyal med-ya gibi bu yeni teknolojik enstrüman hakkında derinlemesine bir bakış sahibi olmadığımızdır. Ne zaman ki sosyal medyanın kültürel hayatımı-za olan etkileri hissedilmeye başlan-dı ancak o zaman bu konu üzerinde düşünmeye başladık (!) diyebiliriz.

Tüm bu anlatılardan ve yapılmış olan açıklamalardan sonra ve de bu alanda yapılmış olan haber ve çalış-malardan da esinlenerek, naçizane şu öneri ve tespitlerde bulunulabile-ceği kanaatini taşımayımdır.

1. İlk olarak, münhasıran sosyal medya özelinde birtakım koru-yucu ve rehberlik edici hukuki düzenlemeler yapılabilir. Milli Eğitim Bakanlığı ve RTÜK işbirli-ğinde 2007 yılında başlatılan ve şu anda ortaokullarda seçmeli dersler şeklinde devam eden ([http://www.medyakuryazar-ligi.org.tr/tarihce.html](http://www.medyakuryazarligi.org.tr/tarihce.html)) medya okuryazarlığı dersleri, sosyal medyanın gelmiş olduğu düzey göz önüne alındığında, daha kapsamlı bir şekilde genişletilip, düzenlenebilir. Ancak geldiğimiz noktada daha derinlikli bakışla-ra ihtiyacımız olduğu aşikârdır.

Mevcut hukuk kurallarına göz atıldığında, genel anlamda özel hayatın gizliliğine, ailenin, ço-cukların ve gençlerin korunma-sına ilişkin çeşitli yasal-anayasal düzenlemelerin bulunduğunu ancak sosyal platformların ku-ruluş ve işleyişlerine yönelik bir düzenlemenin olmadığını belirt-memiz gerekir.

Bu çerçevede, bağlayıcı kararlar alabilecek RTÜK benzeri Sosyal Medya Kullanımı Üst Kurulu şek-linde ya da Sosyal Medya Kurumu adıyla bağımsız bir idari otorite kurulması veya bu konuda görev

ve sorumlulukları bulunan bakan-lıkların işbirliğinde karar almaya yetkili bir birimin teşekkül ettiril-mesi gündeme gelebilir. Hatta bu hususta başka ülkelerin deneyim-lerinden de istifade edilebilir.

Ülkemizde yukarıda sözünü etmiş olduğum bu düzenlemeleri haya-ta geçirmeden evvel, mevzuatla görev ve sorumluluk üstlenen bakanlıkların koordinesinde, in-ternet ve dijital teknolojiler konu-sunda çalıştaylar düzenlenebilir. (<http://aa.com.tr/tr/dunya/oba-ma-siber-guvenlik-paketini-imza-ladi>) Bu çalıştaylara; hukukçular, kolluk birimleri, tüketiciler, büyük sermaye sahipleri gibi farklı ku-rum ve sivil toplum örgütü tem-silcileri davet edilip, onların fikir-leri ve önerileri alınabilir. (<http://www.trthaber.com/arama=sos-yalmedya>)

2. Yukarıdaki bölümlerde kısaca söz ettiğimiz, hem sosyal medya konusunda hem de genel olarak bilgi yoğun teknolojiler bağla-mında, son dönemlerde yapılan Mahremiyet Etki Değerlendir-melerinin hayata geçirilmesi de önemli konulardan biridir.

Bu bakımdan kamu yönetiminde bilgi teknolojisi uygulamaların-da, yasal ve siyasi düzenleme-lerde süreçlerin uygulamaya girmeden önce, olası mahremi-yet sakıncalarını ve olası riskleri belirlemek, gerekli önlemleri al-mak amacıyla mahremiyet etki değerlendirilmesi uygulaması, gecikmeden benimsenmesi ge-reken yararlı bir yöntem olabilir.

Bu şekilde çevresel etki değ'er-lendirme yöntemiyle baraj veya otoyolların çevresel etkilerinin belirlenmesi gibi kamu kurum-ları tarafından teklif edilen yasa önerileri, veri toplama ve bilgi-sayar projelerinin mahremiyet etkilerinin değerlendirilmesi mümkün olabilir (Tataroğlu, 2013: 279-287).

3. Son olarak şunu söyleyebiliriz ki, âdemoğlu, bildiğimiz ve de şahit olduğumuz üzere, eskilerin deyimiyle “şaşar ve beşerdir”. Beşerin olgun bir kişi olması için hayatının her aşamasında, onu her yönüyle eğitecek birine, bir rehber ihtiyacı duymaktadır. Bu süreç malumları olduğu üzere ailede başlar, okullarda mualimler refakatinde devam eder.

Peki, iş hayatına atıldığında bu eğitim süreci biter mi? Tabi ki bitmez, bu zincirin halkaları gibi dâr-ı bekaya irtihale kadar sürer. Sürmesi de gerekir. O yüzden eğitim konusunun sadece çocuk ve gençlere yönelik olmayacağı ve hayatın tüm aşamalarında her insana lazım geldiğini ayrıca vurgulamak gerekir.

Osmanlı döneminde Taşköprîzâde Ahmed Efendi tarafından

şerhi yapılan Şerhu'l-Ahlâki'l-Adudiyye (Adudüddin el-Îcî'nin Ahlâk-ı Adudiyye risâlesi) adlı ahlak risâlesinde; ilim ve amel dengesi- nin nasıl kurulacağı konusunda, akıl sahibi insanlara sürekli eğitim verilmesi tavsiye edilir. Çünkü süreklilik ortadan kalkarsa, reziletler tekrar insanı esir alabilir. İnsan eğitimle sürekli beslenmezse, fazilet ehli olmuş birisi rezilet noktasına gelebilir (İçöz ve Arıcı, 2014: 36-106-112).

Şu yaşadığımız zamanlar, bu ifadeleri haklı çıkarmıyor mu? En basitinden televizyon ekranlarından, internet ve sosyal medyadan okuyoruz ve görüyoruz işte! Hangi meslek grubundan olursa olsun; yüz kızartıcı haberler, cinnet durumları, vahşete varan hareket ve davranışlar vs.

Hayat boyu eğitim kampanyalarının sıkça düzenlendiği günümüzde, bu eğitimlerin içeriğinin yukarıda bahsi geçen konular bağlamında gündeme alınması artık bir zorunluluk halini almaktadır. Çocuklar ve gençler bilgilendirilirken, onların velileri de eğitilmeli, sosyal medya kullanımı konusunda bilinçlendirilmelidir.

Sonuç bölümünde öncelikle bir teşhisi daha ortaya koymamız gerekir. O da şudur ki, Batıyla mücadele, onun felsefesiyle hemhal olmak, tekniğini almak, ahlakını almamak, güçlü olmak gibi, bunların hiçbirinde en büyük derdimiz değil.

Peki, en büyük derdimiz nedir? diye sordüğümüzde, bunun cevabının kendimiz olamamak! olduğunu söyleyerek işe başlayabiliriz (Barkçin, 2016: 61).

KAYNAKÇA

- Devellioğlu, F. (2012). Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lügat, 29. Baskı, Aydın Kitabevi Yayınları, Ankara, 327
- Şişman, N. (2013). Günün Kısa Tarihi, 3. Baskı, Timaş Yayınları, İstanbul,
- Ökten, S. (2013), Örselenmiş Osmanlıdan Medeniyet Umuduna-Söyleşi: Ayşe Çavdar, 1. Baskı, Hayy Kitap, İstanbul,
- Demirci, M. (2012), 40 Levha 40 Yorum, 2. Baskı, Kubbealtı Yayınları, İstanbul,
- Dönmez, Ö. F. (2014), Ab-ı Hayat, İz Yayıncılık, İstanbul, 81-353
- Barkçin, S. (2016). Kendi Ağzınla Konuş, İtibar, Sayı 53, S. 61-62
- Korkmaz, İ. (2013), Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, sayı 5, s. 107
- Ayçil, A. (2016). Montajlanmamış Hayat, Nihayet, s 14, s. 14-15
- İnternet: <http://www.gsb.gov.tr/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx> adresinden 13 Nisan 2016'da alınmıştır.
- Yüksel, M. (2003), Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Tarihsel Gelişimi, Ankara

- Üniversitesi İletişim Fakültesi, SBF Dergisi, 182-210
- İşlek, M. S. (2012) Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Karaman
- Uzundumlu, Ö. (2015) Bir İletişim Formu Olarak Sosyal Medyada Fotoğraf Paylaşımı: Selfie Örneği, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum
- <http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com> adresinden 4 Mayıs 2016'da alınmıştır.
- Tutgun-Ünal, A. (2015), Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, İstanbul
- Demirci, S. (2016). İsimleri Bile Sakınanların Resimleri Teşhir Eden Çocukları, Nihayet, sayı 14, s. 42-43
- Öztürk, S. (2014), Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Kapsamında Sosyal Medya (Facebook Örneği), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara

- <http://aa.com.tr/tr/dunya/obama-siber-guvenlik-paketini-imzaladi/75089> adresinden 4 Mayıs 2016'da alınmıştır.
- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18660> adresinden 3 Mayıs 2016'da alınmıştır.
- Şişman, N. (2016). Yeni Dünya Yeni İlmihal, Nihayet, s 14, s. 20-21
- Tataroğlu, M. (2013). Mahremiyet Sorunlarının Önlenmesinde Mahremiyet Etki Değerlendirmesi (MED), Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Manisa, Yönetim ve Ekonomi Yıl: 2013 Cilt:20 Sayı:1, s 279-287
- <http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/tarihce.html> adresinden 9 Mayıs 2016'da alınmıştır.
- İçöz, E. Arıcı M. (2014), Ahlâk-ı Adudiyye Şerhi, Taşköprîzâde Ahmed Efendi, Çev. Mustakim Arıcı, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı, 1. Baskı, İstanbul,
- Özdemir, Z. (2015), Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı, Maltepe Üniversitesi, İletişim Fakültesi Dergisi, 2015 Bahar, 2(1) s. 110-129
- <http://www.trthaber.com/arama=sosyal+medya> adresinden 24 Nisan 2016'da alınmıştır.