

FIKIH – AHLAK EKSENİNDE İLETİŞİM İLKELERİ

THE COMMUNICATION PRINCIPLES IN THE BASE OF FIQH AND THE MORAL AXIS

Geliş Tarihi: 10.03.2020 Kabul Tarihi: 02.06.2020

✉ **ENVER OSMAN KAAAN**
DR. ÖĞR. ÜYESİ
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
İLAHİYAT FAKÜLTESİ
orcid.org/ 0000-0003-0452-6408
enoskaan73@gmail.com

ÖZ

İletişim çağında yaşıyoruz. Bu çağ, haberin ve bilginin modern iletişim araçları sayesinde anında bir yerden diğer yere iletiildiği dijital bilgi çağıdır. İçinde bulunduğumuz bu çağda, bilginin hızlı iletilmesi, gerekli kontrol süreçlerinden geçmesini de zorlaştırmaktadır. Bu durum, bilginin kirlenmesi, dolayısıyla bilginin muhatabı olan insanın kirlenmesi sonucunu doğurmaktadır. Bir de buna iletişim araçlarını silah gibi kullanmak isteyenler eklenince toplumlar, özellikle internet ve sosyal medya gibi iletişim araçları karşısında çaresiz ve savunmasız kalabilmektedirler. Toplumların hukuki ve sosyal dokuları için tehdit oluşturduğu gibi bireylerin ahlaki ve kültür kodlarını tahrip edici bir sorun olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu sorun, hızlı iletişim araçları internet ve sosyal medyayı yasaklayarak veya engelleyerek çözülebilecek bir sorun da değildir. Ama bu soruna karşı tedbir almak her zaman mümkündür. Bu makale, yukarıda betimlenen tehdit ve sorun ile baş etmede, tedbir mahiyetinde, ahlaki kurallar dikkate alınarak fikhî bir bakış açısıyla iletişim ilkelerini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Amaca hizmet eder düşüncesiyle makaleye kadim zamanlarda kullanılan iletişim araçlarının tarihçesi ve yaygın ahlak ilkeleri araştırılarak başlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Fıkıh, Ahlak, İletişim, İnternet, Sosyal Medya

ABSTRACT

We live in the age of communication. This age is the digital information age where news and information are instantly transmitted from one place to another through modern communication tools. Rapid transmission of information also makes it difficult to go through the necessary control processes. This situation results pollution in the contamination and the human beings who are relevant ones. In addition to this, being the people who want to use communication tools as weapons makes the societies helpless and vulnerable especially against internet and social medias. This situation poses a threat to the legal and social texts of the societies, and also emerges as a problem that destroys the moral and cultural codes of individuals. This problem is not an issue that can be solved by banning or blocking fast communication tools like internet and social media. This article aims to identify the principles of communication with a fiqh perspective, in terms of precautionary measures, in dealing with the threat and problem described above. With the idea that it serves the purpose, the history of the communication tools used in ancient times and the common moral principles were put at the beginning of the article.

Key Words: Islamic Law, Moral, Communication, Internet, Social Media

THE COMMUNICATION PRINCIPLES IN THE BASE OF FIQH AND THE MORAL AXIS

SUMMARY

In every century, there have been developments that can be called as the “power of time”. It can be said that the power of the century we live in is the internet and social media. Because this century is a digital information age. In this age, news and information can be transmitted from one place to another quickly through modern communication tools. The rapid transmission of news and information makes it difficult to verify the news and information due to the difficulty in controlling. This situation results in information pollution and thus, contamination of the related people. When those who want to use communication tools as weapons accompany this situation, societies may be helpless and vulnerable against communication tools especially the internet and social media. Therefore, societies are threatened in terms of their legal and social texture and individuals are under the risk of being damaged in terms of their moral and cultural codes of It is not an issue that can be solved by banning or blocking fast communication tools like the internet and social media. But taking measures against this problem is always possible.

This article aims to identify the principles of communication as a precaution in dealing with the threat and problem described above with a fiqh perspective by taking into account moral principles.

Topics that existed in communication tools in the age of the Prophet and his society can be listed as muruwah, asabiyyah and huriyyah. “Muruwah” is the expression of the possessed assets and boast in such a way as to whip up the envy feelings of others. “Asabiyyah” is a concept that expresses a narrow sense of blood bond and a broad sense of tribal bond. “Hurriyyah” is the freedom of individuals to realize their wishes and desires. The fact that the principles that dominated the communication tools used in the past exist in the communication tools of today is the evidence that the human understanding has not changed even though the time has changed. Therefore, the determination of the principles of truth revealed by the divine revelation and its reflection on the object is a jurisprudence activity that must be performed in every age and geography. Accordingly, universal principles of samimiyyah (sincerity) and haqqaniyyah (equity) are important values to be observed in the

field of communication, and should be replaced by the principles of muruwah (virility), asabiyyah (nobility) and hurriyyah (liberty) in societies that have not developed in terms of civilization.

There are four elements in communication. These are the two sides of communication, the message of communication, and the form of communication. In consideration on the axis of fiqh and morality, “mahramiyyah/privacy” and “da‘wah/invitation” come to the fore as the principles for the communication sides, the sender and receiver. Here, what is meant with “mahramiyyah” is that the decision should belong solely to the person and that his/her private sphere is not violated without his permission nor his/her personal dignity. What is meant by invitation (da‘wah) is to always call to what is good and beautiful by appearance, speech, and actions.

The truth and honesty (sidq) should be taken as the basis in the message. Another principle of the message is wisdom (hikmah). Wisdom is to evaluate the benefits and losses and to prevent possible negativity in the messages on social media.

The first communication principle of form is legitimacy (mashru’iyyah). Legitimacy is what religion, law or public conscience deems right. Another principle is beautiful advice (maw‘izah al-hasanah). This principle is quite significant in the virtual environment where visuality comes to the fore, because people appreciate watching and showing oneself more than the others.

First principle is piety (taqwa) for the person addressed. In the area of communication, taqwa should be handled with the dimensions of knowledge, emotion, and form. In the knowledge dimension of the taqwa, the person should believe that s/he is always under control of Allah wherever s/he is. The emotional dimension of the taqwa requires the sense of shame (haya). In the dimension of form, the person needs to protect his/her own character. Another principle that should be present in the person addressed is decency (adab). Decency is the knowledge of etiquette people need to know in order to avoid being embarrassed in social life. These rules should be respected in the virtual environment as well as in places where people see and hear each other and share the same environment.

GİRİŞ

Teknolojik imkânların çoğalması ile iletişim araçlarında; radyodan televizyona, telefonda bilgisayar, gazete, dergi gibi konvansiyonel medya araçlarından modern medya araçlarına kadar baş döndürücü yenilikler oldu. İnsanlık, tüm bu yeniliklere alışmakta zorluk çekmedi. Çünkü yeni medya teknolojileri ile coğrafi, fiziki ve zaman engelleri ortadan kalktı, geniş bilgiye hızla erişildi. Bu çerçevede, radyo elli milyon dinleyiciye 38 yılda ulaşırken, televizyon 13 yılda ulaşmayı başardı. İnternetin, elli milyon insana ulaşması ise sadece 5 yıl sürdü.¹

Şüphesiz her çağda “zamanın gücü” denilebilecek gelişmeler olmuştur. Orta çağda savaş meydanlarında üstünlüğü ele geçirmeyi sağlayan top dökümü Fatih Sultan Mehmet Han’ı dönemin en güçlü lideri yapmıştı. Modern dönemde çelik zırhlı ve buharlı gemilere sahip olanlar çağa hâkim olmayı başarmışlardı. 21. yüzyılın gücünün de iletişim ve etkileşim aracı olarak internet ve sosyal medya olduğu görülmektedir. Rakamlar bize bunu söylemektedir.² Bugün, dünyada internet kullanıcılarının sayısı 4.47 milyar ile dünya nüfusunun % 56’sını, sosyal medya kullanıcılarının sayısı 3,72 milyar ile dünya nüfusunun % 45’ini teşkil etmektedir. Türkiye’de ise durum çok farklı gözükmemektedir. Türkiye nüfusunun %72’sini oluşturan 59.36 milyon İnternet kullanıcısı var iken, nüfusun % 63’ünü oluşturan 52 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır.³

İnternet ve sosyal medya alanı, büyük ülkelerin dev bütçeler ayırıp profesyonel ekipler ile çalıştıkları, ancak bireylerin ve toplumların en zayıf ve savunmasız olduğu bir alandır. Bu alan kullanılarak zihinlerde, kültürlerde deformasyon ve dezenformasyon çalışmaları yapılabildiği gibi

¹ Abdulaziz Kıranşal, *Sosyal Medya İlmihali*, (Ankara: Mgv Yayınları, 2015), 18.

² Faruk Öndağ, *İnternet Çağında Pozitif Ebeveynlik*, (İstanbul: Timaş Yayınları, 2015), 178, 179.

³ Bu rakamlar 2019 Ekim ayı rakamlarıdır. Wearesocial, (Erişim 18 Aralık 2019).

hukuk ihlalleri de yapılmaktadır. Makalede, internet ve sosyal medyanın olumsuz etkileri ve bu etkilerden korunmanın yolları fıkıh-ahlak ekseninde ele alınmaya çalışılacaktır.

İlk çağlardan beri insanların birbirleri ile iletişim kurmada kullandıkları mağara resimleri, duman, çan, Mısır yazıtları gibi araçlar, kaynak hakkında bilgi vermeyi amaçlayan, muhatabını ayağına çağıran ve bilgi sunan yöntemlerdir. Makalede bunlardan değil, interaktif iletişimi sağlayan araçlardan bahsedeceğiz. İletişim araçlarının tarihsel boyutuna geçmeden önce iletişim kavramı hakkında kısaca bilgi vermekte fayda vardır.

İletişim, farklı tanımlamalar ile anlatılmaya çalışılmıştır. İnsanların varlıklarını sürdürme biçimi ve ihtiyacı⁴ olarak tanımlandığı gibi, onu, karşılıklı etkileşimde paylaşma süreci⁵ olarak tanımlayanlar da olmuştur. Birbirini fark eden kişilerin birbirlerine ulaşma süreci olarak yapılan tanım psiko-sosyal boyuta dikkati çekerken Türk Dil Kurumu tarafından yapılan kapsamlı tanıma göre; iletişim, duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim ve haberleşmedir.⁶

1. Geleneksel Dönemde Kullanılan Bazı İletişim Araçları

a. Berîd/Posta

Berîd kelimesi “süvari, postacı, elçi, ulak, iki posta menzili arasındaki mesafe, postaya verilen yazılar ve dosyalar, resmî işlerle ilgili posta” gibi çeşitli manalarda kullanılmıştır.⁷

Berîd (posta) önceleri mektupların⁸ karşılıklı gönderildiği bir aracı olarak kullanılmış, ancak teşkilatlı bir müessese olarak postacılığı, Çinlilerden sonra M.Ö. IV. yüzyılda kurulmuş bulunan Pers (İran) ve Roma imparatorluklarında görülmektedir. İslâm tarihi kaynakları posta teşkilatının Emeviler döneminde geliştiği bilgisini vermekle birlikte, bu teşkilatı asıl geliştiren, devlet başkanlarının bu teşkilatı istihbârî bilgi akışını sağlama özelliğini fark etmeleridir.⁹

⁴ Gülcan Üstünsel, *Etkili İletişim ve Beden Dili*, (Tekirdağ: T.C. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2011), 27.

⁵ Nursel Telman - Pınar Ünsal, *İnsan İlişkilerinde İletişim*, (İstanbul: Epilson Yayınları, 2009), 10.

⁶ Sözlük, <https://kelimeler.gen.tr/iletisim-nedir-ne-demek-162937> (Erişim 15 Aralık 2019)

⁷ İbrahim Harekât, “Berîd”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Ankara: TDV Yayınları, 1991), 5/498-501.

⁸ Elde bulunan en eski mektub örnekleri Asurlulara (M.Ö. 1950-1800) aittir. İslâm dünyasının mektup gönderme Resulüllah’ın çevre ülke başkanlarını İslâm’a davet etmek için gönderdiği mektuplar ile başlamıştır.

⁹ Ziya Kazıcı, *İslâm Müesseseler Tarihi*, (İstanbul: Kayıhan Yayınları, 1996), 277.

b. Şiir

Şiir “bir şeyi inceliklerini kavrayarak bilmek, sezerek vâkıf olmak; uyumlu, ölçülü ve âhenkli söz söylemek”¹⁰ anlamına gelmektedir.

Kadim medeniyetlerden Yunan’da şiirin başlangıcı Homeros (IX-VIII)’a kadar uzanmakla beraber asıl tür çeşitliliğine giden sürecin İliade ve Odissa ile başladığı söylenebilir. Yine bir başka eski medeniyet olan Hint’de şiirin başlangıcı eskilere gitmekle beraber zirveye ulaştığı yerin kutsal metinler olan Veda’lar olduğu bilinmektedir. Diğer taraftan şiir kültürünün çok zengin olduğu İran’da kalıcı eserler İslâm’ın kabulü ve Arap yazısının benimsenmesiyle ortaya çıkmıştır. Özellikle kadim Arap şiiri, İmrüülkays, Züheyr ve Antere gibi şairlerin şiirleri yalnız İran’ı değil İslâm’ı kabul eden diğer unsurları da etkilemiştir. Bu şiirlerde işlenen tema genel anlamda aşk, din ve felsefe iken daha dar çerçevede deve, at, kadın, savaş ve araçları ile eski yerleşim yerlerinin tasvirleridir.¹¹

Emeviler döneminde farklı siyasi grupların ortaya çıkmasıyla, Asr-ı Saâdet ile Hulefâ-i Râşidîn döneminde görülmeyen kabile asabiyeti ateşi yeniden harlanmış ve şiirlere yansımıştır. Bu durum, asabiyete bağlı “münâkazât/nekâiz” adı verilen şiir türünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Özellikle Eyyûbîler, arkasından Memlûkler döneminde günümüze benzer bir gelişme olmuş, şiir insanların birbirlerine üstünlük taslamak veya geçimini sağlamak aracı olmaktan çıkmış, eğlence ve hoş vakit geçirmenin en önemli yollarından biri haline gelmiştir. Burada şunu da ifade etmek gerekir ki, Hz. Peygamber, şiiri bir cihat silâhı olarak görmüştü, “*Mümin kılıcı ve diliyle cihat eder.*” buyurmuştu.¹² Yine, “*Şüphesiz ki bazı şiirler hikmet ifadeleridir.*” gibi sözleriyle şiirin güzel ve faydalı olanlarını tavsiye etmişti.¹³

c. Hutbe

Eski Yunanca’da retorun (hatibin) söylevi anlamına gelen “retorik” kelimesinin karşılığı olarak kullanılan hutbe, “bir topluluk karşısında etkileyici konuşma” anlamına gelmektedir.¹⁴ Atina’da halk “Agora” denilen meydanlarda toplanır ve sorunlar burada serbestçe dile getirilir ve halka bilgilendirme yapılırdı. Demosthenes (M.Ö. 383-322), Perikles (M.Ö. 494-429) ve Esim (M.Ö. 389-313) bu meydanların en ünlü hatiplerindendi.¹⁵

¹⁰ İbn Manzûr, *Lisânü'l-'Arab*, “Şi’r” md.

¹¹ İsmail Durmuş, “Şiir”, *Türkiye Diyanet İslâm Ansiklopedisi* (Ankara: TDV Yayınları, 1991) 39/158-161.

¹² Ahmed b. Hanbel, *el-Müsned*, 3/456-460.

¹³ Buhârî, “Edeb”, 90; Tirmizî, “Edeb”, 69; İbn Mâce, “Edeb”, 41.

¹⁴ Atakan Altınörs, “Platon ile Aristoteles’in Retorik Anlayışlarının Karşılaştırılması”, *EKEV Akademi Dergisi* 49, (Haziran 2015), 87.

¹⁵ Ahmet Lütfi Kazancı, *Peygamber Efendimizin Hitabeti*, (İstanbul: Ensar, 2015), 30.

Arap toplumunda okuma-yazma oranı düşük olmasına rağmen şiirde olduğu gibi hitabette de çok iyi seviyeleri vardı. Tasa veya kıvançlarını dile getirmede şiirden yararlandıkları gibi hutbeden de yararlanmışlardır. Özellikle panayırlar şiir ve hutbe yarışmalarına sahne olmuştur.¹⁶

d. Panayır

Câhiliye döneminde özellikle savaşın yasak olduğu aylarda kurulan Ukâz,¹⁷ Zülmecâz¹⁸ gibi panayırlarda düzenlenen şiir yarışmaları sayesinde şiir yazmak ve şairlik teşvik edilirdi. Bu dönemlerde şairler günümüz tabiriyle turnelere çıkar, saraylarda meliklere methiyeler düzen sözler söyler ve hediyelere nail olurlardı. Bu hatip ve şairler arasında Mütelemmis, Nâbiğa ez-Zübyânî (ö. 604) gibi isimlerin yanı sıra daha sonra Hz. Peygamber'in şairliğini yapacak olan Hassân b. Sâbit de yer almıştır. Bu panayırlarda kabileler, şairleri ve hatipleri yoluyla kendi şan ve şöhretlerini yükseltmeye, cömertlik ve misafirperverliklerini tanıtmaya çalıştığı gibi, bu ortamı karşı kabileyi kötölemek için iyi bir fırsat olarak da görmüşlerdi.¹⁹

2. Modern Dönemde Kullanılan Bazı İletişim Araçları

a. Gazete, Radyo ve Televizyon

Gazete; haber, bilgi, bulmaca, reklam içeren ve halka güncel olaylara ilişkin bilgi verme amacı güden, genellikle düşük maliyetli kâğıda günlük ya da

¹⁶ Mehmet Doğru, *Güzel ve Etkili Konuşma Sanatı*, (İstanbul: Damla, 2010), 26-27.

¹⁷ Ukaz; Arabistan Yarımadasının Hicaz bölgesi içinde, Mekke'nin güney doğusunda, hac bölgesi olan Mina'nın hemen kuzeyinde Nahle ile Taif arasında ve Taif'e yaklaşık 10 mil uzaklıkta kurulan bir panayırdır. bk. Murat Sarıcık, "Cahiliyye Döneminde Arap Yarımadası Panayırları", *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 2/31 (Aralık 2013), 121.

¹⁸ Zülmecâz; Mekke'ye birkaç mil uzaklıkta, Arafat'a yakın ve oraya bir fersah uzaklıkta kurulmaktaydı. Diğer panayırlar: *Dümetülcendel*: Medine'nin kuzeyinde, Şam yolu üzerinde, Nebatilerin başkenti Petra'nın 400 km. doğusunda stratejik bir yerleşim merkezinde kurulmaktaydı. *Muşakkar Panayırları*: Hacer topraklarında, bu günkü adıyla el-Hasa'da bulunuyordu. Bu panayır da Cumadel-Âhire'nin ilk günü, yani Dümetü'l-Cendel Panayırlarının kurulduğu Rebiü'l-Evvel'den üç ay sonra kurulur ve ayın sonuna kadar devam ederdi. *Suhar Panayırları*: Recep ayının ilk günü kervan tüccarları Muşakkar panayırlarını terk edip, Umman'da deniz kıyısında yer alan bu panayıra giderlerdi. *Debâ Panayırları*: Recep ayının son günü kurulan bu panayıra Hint ve Çin tüccarları da katılırdı. *Sıhr (Mehre) Panayırları*: Bu panayır Şaban ayında açılırdı. *Aden Panayırları*: 1-10 Ramazan arasında kurulur. *San'a Panayırları*: 15-20 Ramazan arasında açılırdı. *Rabiye (Hadramut) panayırları*: 15-30 Zilkade arasında kurulurdu. *Netat Panayırları*: 10-30 Muharrem arasında Hayber'de kurulurdu. *Hacer Panayırları*: 10-30 Muharrem arasında Yemame'de açılırdı. Panayırlar için bk. Sarıcık, "Cahiliyye Döa neminde Arap Yarımadası Panayırları", 109-130.

¹⁹ Bk. Hakkı Dursun Yıldız vd. "ARAP (Edebiyat)", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, (Ankara: TDV Yayınları, 1991), 3/286-287.

haftalık basılarak dağıtılan bir tür yayımdır. “Acta Diurna” adındaki gazetesinin M.Ö. 59 yılında Roma imparatorluğu zamanında basıldığı kaynaklarda yer almaktadır. “Kai Yuan Za Bao” adındaki genelge Çin’de Tang Hanedanı döneminde haber niteliği taşıyan bazı bilgilere yer verdiği için gazete kategorisine dâhil edilmektedir. On beşinci yüzyılda matbaanın Alman Johann Gutenberg (1398-1468) tarafından icadı süreli yayınların hızlı gelişmesini sağlamıştır. Bu meyanda gazete özellikle Almanya ve Belçika merkezli basılmıştır. İngiltere’de yayımlanan “Nathaniel Butter (1622)” ilk İngilizce, “Vakayi-i Mısriyye (1828)” ise ilk Türkçe gazete olarak tarihe geçmiştir.²⁰

Radyonun bilkuvve mucidi Nikolai Tesla, bilfiil mucidi ise Guglielmo Marconi kabul edilmektedir. Şu anlamda ki, Tesla radyo fikrini ortaya atmış ama ilk patentini alan ve uygulayan Marconi olmuştur.²¹ Özellikle I. Dünya savaşı sırasında orduların haberleşme aracı olarak kullanılması radyonun popüleritesini artırmıştır. Savaş sonrası Amerika ve Avrupa’da ortaya çıkan şirketler radyo istasyonları kurarak siviller arasında da yaygınlaşmasını sağladılar. Bu şirketlerden biri de İngiliz menşeli olan BBC’dir (Broad Casting Company). Amerika’da iletişim sektöründe halen varlığını sürdüren AT & T ilk radyo kuran şirketlerdendir. Günümüzde radyo çeşitli alanlarda yayın yapmakla beraber en fazla haber ve müzik dinlemek için kullanılan bir araçtır.

Gazete ve radyo’dan sonra icat edilen televizyon, günümüze kadar gelişmesini hiç durdurmamıştır. Televizyonun mucidi İskoç asıllı John Logie Baird bu icadını İngiltere’de lavabo ve çay teknesini kullanarak gerçekleştirmiş, görüntü almak için ise dikiş iğnesi, karton ve bisküvi kutusu kullanmıştır.²²

b. İnternet ve Sosyal Medya

Yirminci yüzyılın başlarından itibaren gelişen iletişim araçları, gelişmelerini elektrik, ışık, telefon gibi diğer araçlara borçludur. Bu süreç, 20. yüzyılın ortalarında ENIAC (Electronic Numerical Integrator And Computer) adında bir bilgisayarın icadına kadar gitmiştir. Kurulumu için 167 m² lik bir alana ihtiyaç duyan bu bilgisayar otuz ton ağırlığında devasa bir makinedir.²³ Ardından bilgi emniyetini sağlamak için Amerika Federal Hükümeti Savunma Bakanlığı’nın araştırma ve geliştirme kolu olan “Savunma İleri Düzey Araştırma Projeleri Kurumu” (DARPA - Defense Advanced Research Project Agency) tarafından internet geliştirilmiştir.²⁴ Ward Christensen ile Randy Suess’in arkadaşları arasında bilgi paylaşımında bulunmak için

²⁰ Philip Meggs, A History of Graphic Design. John Wiley & Sons, Inc. 1998, 130–133.

²¹ Fikriyat, Kültür-Sanat (Erişim 14 Şubat 2018)

²² Teknoliker, “Televizyonun icadı ve gelişim tarihcesi” (Erişim 28 Ocak 2020)

²³ Teknolojioku, “İlk bilgisayarın icadı” (Erişim: 08 Ocak 2020)

²⁴ Bidb, “Seyir defteri” (Erişim 28 Ocak 2020)

geliştirdikleri BBS (Bulletin Board Sistem/Mesaj Banosu Sistemi) yazılımını başarmışlar, böylece “Friends United” ağı ortaya çıkmıştır.²⁵

Bilgisayar teknolojisinin bulunmasından sonra iletişim uyduları ile daha da gelişen teknoloji sayesinde geliştirilen internet, “interconnected networks/kendi aralarında bağlantılı ağlar” demektir.²⁶ Aslında internet, haberleşme, bilgi alış-verişinde bulunma ve eğitime katkı sağlama amaçlı 1985’de geliştirilmiş iletişim aracıdır. İnternet sayesinde binlerce ciltlik kütüphanenin cepte taşınması, zaman ve mekan kısıtlaması olmadan sesli ve görüntülü iletişim araçları ile insanların birbirine ulaşması, toplumları sanayi çağından bilgi çağına taşımıştır.

Sosyal medyaya giden bu süreç 1969 yılında oluşturulan Arpanet ile başlamıştır. Daha sonra 1971’de mikro işlemci, 1976’da VHS videokaset kaydı, Teletext, 1978’de Telefax, 1979 Walkman, 1980’de CNN (Cable News Networks), 1981’de MTV (Müzik Televizyonu) ve IBM (kişisel bilgisayar), 1982’de Audio Compact Disk, 1984’de Apple Macintosh bilgisayar, 1991’de World Wide Web (World Wide Web/dünya çapında ağ), 2004’te Facebook, 2005’te Youtube ve 2006’da Twitter oluşturularak sosyal medya ağlarının temelleri atılmıştır.

Sosyal medya, kelimelerin, durağan ve hareketli görüntülerin, seslerin yapımına, ortak inşasına ve yayılmasına imkan sağlayarak teknolojiyi, telekomünikasyonu ve sosyal etkileşimi entegre eden internet ve mobil temelli araçlar ve aletler olarak tanımlanmaktadır.²⁷

Sosyal medya, karşılıklı iletişim, paylaşımların her türlü eleştiri ve yorumlara açık olması, yeni fikirlere katkı sağlaması gibi özellikleri sebebiyle yeni yaşam alanı haline gelmiştir. Bu alanın sanal olması sosyalleşmekten kaçanları cezbediği gibi topluluklar içinde takdir edilmeyi, takip edilmeyi isteyenler için de ayrı bir çekim merkezi haline gelmiştir.²⁸

2. Sosyal Medyanın Olumlu ve Olumsuz Yönleri

Çağımızda iletişimin şekli değişmiştir. Anlık paylaşımlar sayesinde

²⁵ Nihal Acar, *Siyasi Eylemlerde Sosyal Medya Örgütlenmesi: 15 Temmuz Darbe Girişimi ve Demokrasi Nöbetleri* (Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi), 49.

²⁶ Akıncı Vural, “Yeni Teknoloji ve Halkla İlişkiler: Halkla İlişkiler Alanında İnternet Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”, *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, 21. Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümler*, (Nisan 2006), 179-194.

²⁷ Dabner, N. “Breaking Ground” in the Use of Social Media: A Case Study of a University Earthquake Response to Inform Educational Design with Facebook”, *Internet and Higher Education*, 15/1 (2012) 69-78.

²⁸ M. Hazar, “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 32, (2011) 151-175; Lietsala, K. ve Sirkkunen, E. (2008). *Social Media: Introduction to The Tools And Processes of Participatory Economy*, Finland: Tampere University Press, 25.

dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayın sadece orayla sınırlı kalma ihtimali ortadan kalkmıştır. İnternetin sağlamış olduğu sosyal medya araçları sayesinde sanal âlem dünyanın yeni nesil kamusal alanı haline gelmiştir. Bu sebeple sosyal medyanın gündelik hayatın bir parçası haline gelmesi bir yana neredeyse vazgeçilmezler listesinin başlarında yerini almıştır. Sosyal medya aracılığıyla insanlar, bilgi, görüş ve ilgi alanlarını paylaştıkları gibi sivil toplum kuruluşlarının ulaşmakta zorlandıkları hedef kitlelere ulaşmalarını, kolay eyleme geçebilmelerini ve mesajlarını rahat ve hızlıca yayabilmelerini sağlamaktadır.²⁹

Bu durum sosyal medyanın bir iletişim aracı olmasından daha öte etkileşim alanı olma özelliğini ortaya koymakta ve insanlar üzerinde bir kontrol mekanizması kurma fonksiyonunu göstermektedir. Dolayısıyla, toplumlar üzerinde kontrol görevi üstlenen din, aile, okul, mahalle ve arkadaş unsurlarına daha kitlesel bir araç olarak sosyal medya ağları da eklenmiş bulunmaktadır. Bu ağlar sayesinde kitleler çok kolay yönlendirilebilmekte ve çoğu zaman mensup oldukları grupların etkisinde kalarak hipnotize olabilmektedirler.

Günümüzde internet ve sosyal medya bilgiye kolay, ucuz ve hızlı ulaşmanın en rahat yoludur. Herhangi bir konu hakkında bilgi almak, araştırma yapmak isteyen veya bir ürün satın almak, beğendiği markaların yeni ürünlerini takip etmek isteyenler için internet ve sosyal medyadan daha iyi bir alternatif bulunmamaktadır. Eğlence ihtiyacını gidermek isteyenler için de internet ve sosyal medya birçok seçenek sunmaktadır. Diğer taraftan işverenler için işçi bulma, iş arayanlar için farklı sektörlerdeki iş alanlarını araştırma imkânı sunmaktadır. Öğretmen, öğrenci ve bilimsel araştırma yapanlar için e-kütüphaneler, elektronik ortamda sunulan akademik dergi vb. teknik hizmetler sayesinde eğitimsel ve bilimsel materyal ve makalelere ulaşma ve istifade etme olanağı bulunmaktadır.³⁰

Sosyal medya sayesinde internet, bilgi ortamından daha ziyade sohbet ortamına dönüşmüş; insanlar arkadaş ve akrabaları ile bu ortamda görüşmeye, etkinliklerini paylaşmaya, mesajlaşmaya, gündemi ve gelişmeleri takip etmeye başlamışlardır. Sosyal medya sadece bireysel kullanım için değil, kurumlar için de önemli iletişim ve halkla ilişkiler aracı konumundadır. Bununla birlikte, zaman zaman sosyal medyanın kurumlar için olumsuz sonuçlar doğurduğu, negatif yorumlar sebebiyle işletmelerin zor durumda kaldığı da ifade edilmesi gereken bir gerçektir.³¹

²⁹ Mustafa Çalışkan, Yunus Mencik, “Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya”, *Akademik Bakış Dergisi* 50 (Temmuz Ağustos 2015), 255.

³⁰ Ş.Ş. Demir, ve M. Kozak, *Tüketici Davranışları*, (Ankara: Detay Yayıncılık, 2013), 127.

³¹ Yavuz M.C. ve Haseki M.İ. “Konaklama İşletmelerinde E-Pazarlama Uygulamaları: E-Medya Araçları Temelinde Bir Model Önerisi”, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 9 (2012), 127.

Diğer taraftan insanların sosyal medyada kısa süreliğine görünür kılınması internette vakitlerini zayi etmelerine neden olmakta, bu esnada maruz kaldıkları gayr-i ahlaki içerikteki siteler ve reklamlar yoluyla günah olan pek çok şeyle tanıştıkları gibi kurulan yanlış arkadaşlıklar yuvaların yıkılmasına da sebep olmaktadır. Özellikle gençler gerçek hayattan ve ilişkilerden koparak sanal ortamda bir kimliksizlik sorunu ve sosyalleşememe tehlikesi ile karşı karşıya kalabilmektedir.³²

3. Sosyal Medyada Kullanılan Dil

Yukarıda görüldüğü gibi sosyal medya öfkelerin, sevinçlerin, övgülerin, yergilerin, kırgınlık ve kızgınlıkların açık ve sansürsüz ifade edildiği mecralar haline gelmiştir. İfade dilinin çoğu zaman bir yazarın makalesi, bir karikatüristin karikatürü veya resimler, videolar olduğu görülmektedir.

Dil, insanların duygu ve düşüncelerini aktarmada önemli bir araçtır. Aynı zamanda dilin kültür ile çok sıkı bir ilişkisi vardır. Dil, kültürün en önemli unsurlarındandır. Bu sebeple milletlerin kültür zenginliği kullandıkları kelime ve kavram zenginlikleri ile ölçülür.³³ İnternet ve sosyal medyada dil deyince elbette sadece konuşma dili olarak anlaşılmalıdır. Mesaj iletme bakımından beden dili, resim, işaret, canlı görüntü vs. bir anlatım dilidir. Dolayısıyla sosyal medyada paylaşılan sözler, resimler, videolar; bunların her biri dil kapsamında değerlendirilmelidir.

II. FIKİH-AHLAK EKSENİNDE İLETİŞİM İLKELERİ

1. Geçmişte İletişim Ahlakına Hâkim Olan İlkeler

Yukarıda ifade edildiği gibi İslâm'ın geldiği çağda insanlar panayırlarda şiiri, hutbeyi iletişim aracı olarak kullanmışlardır. Bu araçlarda işlenen temaları üç başlık altında toplamamız mümkündür.

a. Mürüvvet

Mürüvvet, Arapçada مرء kökünden erkeklik, efendilik anlamlarında kullanılan bir kelimedir.³⁴ Mürüvvet kelimesi her ne kadar İslâmi dönemde “ahlâkî ve mânevî meziyetler” anlamı kazanmış olsa da Câhiliye devri edebiyatında kişinin bedenî üstünlüklerini ifade etmek üzere kullanıldığı bilinmektedir.³⁵

³² Çalışkan-Mencik, *Sosyal Medya*, 265.

³³ Ali Türkmen, *İslâm İletişim Hukuku*, (Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 1995), 202.

³⁴ İbn Manzûr, *Lisânü'l-'Arab*, “mr'e” md.; Tâcü'l-'arûs, “mr'e” md.; İbn Kuteybe, *'Uyûnü'l-ahbâr*, 1/ 411-413.

³⁵ Mustafa Çağrıncı, “Mürüvvet”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, (Ankara: TDV Yayınları, 1991), 32/814-817; Râgıb el-İsfahânî, *ez-Zerîa ilâ mekârimi 'ş-şerî'a*, 143.

Özellikle cahiliye şiirinde yiğitlik, cömertlik, soyluluk, adalet, akıllılık, komşuyu himaye etme, düşküne yardım elini uzatma gibi erdemlerin yanı sıra caize/hediye toplamak için yazılan şiirlerde savaş ve silahları, şarap ve içki meclisleri, eğlence ortamları ayrıntılarıyla tasvir edilmiştir.

Günümüz iletişim araçlarının başında gelen sosyal medyada bölgesel ve küresel haberlerin kolayca, anlık takip edilmesinin yanı sıra kullanıcıların maddi refahlarını gösterecek, övünmeye vesile olacak varlıklarının, alışkanlıklarının hatta bedenlerinin teşhir edilmesi iletişim aracının değiştiğinin fakat iletişim ahlakının değişmediğini göstermektedir.

b. Asabiyet

Asabiyet cahiliye toplumunda, kişinin baba tarafından akrabaları ile olan bağını ve herhangi bir tehlike veya saldırı durumunda birlikte karşı koyma ruhunu ifade eden bir kavramdır.³⁶ Burada vatan, tarih, kültür, gelenek ve görenek gibi ortaklıklara dayanan milliyet fikrinden daha ziyade ırk birliğine dayalı kabileci bir anlayış bulunmaktadır. Kanun halinde uygulanan bu anlayış öyle bağınazca uygulanıyordu ki kabile mensuplarından birinin zulmü diğerleri tarafından körü körüne savunulur hale gelmişti. Cüde b. Anber b. Temim'e isnat edilen şiirde, "İster zalim ister mazlum olsun kardeşine yardım et" düşüncesi kabile anlayışı olarak yerleşmişti.³⁷ Asla' b. Abdullah'ın, "Kardeşim bir topluluğa karşı haksızlık yapınca ben ona yardım etmeyeceksem haksızlığa uğrayınca da yardım etmem" sözü, yine "Senin gerçek kardeşin seninle birlikte hareket eder; sen zalim olursan o da seninle birlikte zalim olur"³⁸ manasındaki şiir hep bu anlayışın ürünü olarak söylenmiştir.

Asabiyet, kabilelerden oluşan Arap toplumunda bireysel ve toplumsal sigortanın adı olmuştur. Asabiyet bağı ile bir kabileye bağlı olan himaye altındaydı, bu bağı kaybeden kişi her an büyük bir tehlike ile karşı karşıya kalabilirdi. Bu yüzden asabiyet bağı şiirlerde daima övülen bir rabıttaydı.

Günümüzde benzer bir yaklaşımı internet ve sosyal mecralarda görmekteyiz. Aidiyet bağları olan ırk, milliyet, din, mezhep, tarikat, kulüp, parti veya herhangi bir gruba mensubiyet övgü sebebi sayılırken diğerlerinin yerilmesi hatta aşağılanması sosyal medyada sıkça rastlanılan durumlardan-

³⁶ Mustafa Çağırıcı, "Asabiyet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, (Ankara: TDV Yayınları, 1991), 3/453-455.

³⁷ Kabile kültüründe yaygın olan bu söze göre kabilenden olan ister mazlum ister zalim olsun yardım edilmelidir. Bu sözü Hz. Peygamber tekrar edince sahabeleri şaşırmış "Ya Rasullallah mazluma yardımı anladık ama zalime yardım nasıl olur? Sorusunu sorma ihtiyacı duymuşlar. Hz. Peygamber bu soruya "Zalime yardım onu zulmünden alkoymakla olur" diyerek yeni bir bakış açısı getirmiştir. Buhârî, "İkrah", 89; Dârimî, "Rikak", 3/812, Mektebe-i Şamile, <https://al-maktaba.org/book/33769/3884> (Erişim 22 Nisan 2020).

³⁸ Lutfi Abdulvehhab, *Kitabu'l-arab fi'l-usuri'l-kadime*, (Beyrut: Daru'l-marife,), 180.

dır. İnsanın mensup olduğu milleti sevmesi veya aidiyet bağı ile bağlandığı bir yeri koruması bir dereceye kadar kabul edilmekle beraber, bunun adal-letten ve hakkaniyetten uzaklaştırarak şekilde yapılması kör bir asabiyetin göstergesidir. Ayrıca mensup olunan cemaat veya tarikat üzerinden nesnel kimlikler oluşturulup bu kimliklerin yüceltilmesi, diğerlerinin dışlanması veya bu kimlikler üzerinden bir rekabet ortamının oluşturulması, uğruna bir araya gelinen dinin ruhuna aykırı bir davranış olmaktadır. Çünkü İslâm dini, Allah ve resulüne itaati emreden, çekişmenin gücü zayıflatacağını tembih eden,³⁹ hep birlikte Kur’ân’a sarılmanın önemini anlatan,⁴⁰ dinde bölünmenin⁴¹ peygamberin getirdiği mesajla bağdaşmadığını her fırsatta dile getiren bir dindir.

c. Hürriyet

Hürriyet kelimesi yaygın olarak “soylu, şerefli, seçkin, iyi”⁴² anlamlarında kullanılmakla birlikte özellikle Farabi’de eylemlerin insana sağlayacağı hazlara kapılmadan iyi ile kötü arasında fark gözeterek iyi olanı seçme yeteneği olarak tanımlanması dikkat çekicidir.⁴³ Farabi’nin hürriyet ile ilgili “fertlerin istek ve arzularını gerçekleştirme özgürlüğü” şeklinde yaptığı tanım konumuz açısından ayrı bir önemi haizdir.⁴⁴ Ona göre yönetim felsefesinde erdemli devletin karşısına konulan cemâî devletin (halk yönetimi) temel özelliği bireylerin söz ve davranışlarında istedikleri gibi hür olmalarıdır. Böyle bir yönetimde çeşitli haz ve tutku arayışlarının ortaya çıkması kaçınılmazdır. Meselenin en kritik boyutu ise halkın ilkesiz ve görgüsüz bir şekilde istediklerini elde etmede yönetim üzerinde baskı kurmasıdır.⁴⁵

Gerçekte hürriyet, başkasının hakkını ihlâl etmeksizin bireyin istediğini yapması olarak tanımlandığı takdirde hak kavramı ile yan yana zikredilmesi herhangi bir olumsuzluğa sebep olmayacaktır. Nitekim günümüzde uluslararası hukukta temel hak ve hürriyetler en fazla tartışılan ve üzerinde durulan mevzulardan birisidir.

Cahiliye toplumunda ilkel bir hürriyet anlayışı vardı. Araplar her türlü otoriteye başkaldırırlardı. Onun için merkezi otorite yoktu, soylular bütün hak ve yetkileri ellerinde bulundururlar, efendiler kölelerine istedikleri gibi

³⁹ el-Enfâl, 8/46.

⁴⁰ Âl-i İmrân, 2/103.

⁴¹ el-Enfâl, 8/159; Rûm, 30/39.

⁴² Mustafa Çağrıncı, “Hürriyet”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, (Ankara: TDV Yayınları, 1991), 18/502-505.

⁴³ Ebu Nasr el-Fârâbî, *el-Medînetü'l-fâzıla*, 133.

⁴⁴ Ebu Nasr el-Fârâbî, *es-Siyâsetü'l-medeniyye*, thk. Fuad Abdu'l-mun'im, (İskendeF riyye: Şebabu'l-camia), 58.

⁴⁵ Fârâbî, *es-Siyâsetü'l-medeniyye*, 69-72.

davranma hak ve hürriyetine sahiptirler.⁴⁶

Aynı hürriyeti şiirde de görüyoruz. Cahiliye dönemi şiirlerinin konusu kadın, aşk, şarap, aşâğılama ve övünme yollarıydı. Bu ise gayri meşru ilişkilerin, yüz kızartıcı âdetlerin ve son derece çirkin nikah çeşitlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Şiirlerde fuhşa özendirici ifadelere yer verilmesi zinayı ve fuhuş ticaretini artırmıştır. Araplarda kız çocuğu dünyaya geldiğinde yüzlerini ekşitmelerinin bir sebebi de buydu yani ilerde kötü yola düşer ve ailemizi lekeler endişesi.⁴⁷

d. Değerlendirme

Geçmişte kullanılan iletişim araçları ile günümüzdeki iletişim araçları, kullandıkları dil ve işledikleri temalar açısından birbirine benzemektedir. Günümüzde özellikle sosyal medyada kullanıcıların övünmeyi gerektiren hususlardan bindikleri arabayı, oturdukları evi, giydikleri elbiseyi, yediklerini, içtiklerini, özel günlerini paylaşmaları bunun örnekleridir. Aynı zamanda kendi millet ve toplumlarını öven, diğer millet ve toplumları yeren paylaşımlar veya kendi grup ve klanından olmayanlara hakaret içerikli mesajlar gönderilmesi asabiyet duygusunun hala yaşadığını göstermektedir. Aynı şekilde insanların gizli halleri/mahremiyetlerinin ifşa edilmesi buraya ilave edilebilir.

Günümüzde sosyal medya sürekli yeni uygulamalar ile gelişmekte, kullanıcıları çığ gibi büyütmektedir. Kısa vadede iletişim araçlarını engellemek veya kontrol altına almak mümkün gözükmemektedir. Bununla birlikte insanları özellikle gençleri sosyal medya konusunda bilgilendirerek, onlara iletişim ahlakını, sosyal medyayı kullanma âdâbını öğreterek, onları sosyal medyanın kontrolsüz bilgi kirliliğinden ve zararlarından koruyabiliriz.

2. İletişim Ahlakına Hâkim Olması Gereken İlkeler

Günümüz iletişim ahlakının kaynağında akıl ve toplum, temelinde ise menfaat bulunmaktadır. Din dogmatik kabul edildiği ve din kaynaklı bir medya ahlakının özgürlüğü kısıtlayacağı düşünüldüğü için reddedilmektedir. Hâlbuki menfaat ahlakının esas alındığı yerde ahlakın amaç değil araç olarak kullanıldığı görülmektedir. Dolayısıyla medya araçlarının amacı daha çok seyirciye veya takipçiye ulaşmak, daha çok reklam yayınlamak ve daha çok para kazanmaktır.

İslâm'ın iletişim ahlakının kaynağında vicdanın sesine kulak vermek, topluma karşı sorumluluk bilinci taşımak, temelinde ise Allah korkusu ve

⁴⁶ Ali Abdu'l-Wahid Wafi, "İslâmiyete Göre Kölelik", çev. Kemal Işık, *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9 (Ankara): 207-212; Hamza Aktan, "Hz. Peygamber Döneminde Kölelik Olgusu ve İnsan Özgürlüğüne Kur'anî Yaklaşım", *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9 (Ankara), 61.

⁴⁷ Feriha Özmen, "Dönemin Şiirlerinden Örneklerle Câhiliyye Araplarında Ahlak", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 1/3 (2012), 314.

âhîret inancı olmalıdır. Çünkü vicdan ve toplum tek başına yaptırım gücüne sahip değildir. Her ikisi de ancak Allah inancı ve âhîret bilinci sayesinde fonksiyonlarını icra edecektir. Zira insanları iyilik yapmaya veya kötülükten uzak durmaya iten asıl sebep, Allah inancı ve yaptıklarının tam ve eksiksiz olarak mutlaka karşılığını göreceklerine inandıkları âhîret bilincidir.

İdeal iletişim ilkeleri şu maddelerden oluşabilir:

a. Samimiyet

Samimiyet, içtenlik, bildiğinden, inandığından ve olduğundan başka türlü görünmemeye veya göstermemeye çalışmaktır. Samimiyetin oluşması iyi niyete bağlıdır. Niyet davranışların değerini belirler. Akseki'nin "*İnsanın kıymet-i ahlâkiyyeyi, a' mâl-i zahiresinden ziyade niyeti iledir. Hüsn-i niyete iktiran etmeyen ef'al, kıymet-i ahlâkiyyeyi hâiz değıldir.*"⁴⁸ sözünün muhtevası yerinde bir tespittir. Niyet iyi olursa samimiyete dönüşür, aksi halde riya ortaya çıkabilir. Nitekim sosyal medya reklam ve gösterişin ön planda olması hasebiyle bu duruma müsait bir ortamdır. Bu ortamda hakikat yerine imaja, öz yerine kabuğa, iç güzellik yerine dış görünüme daha fazla değer verilmektedir. Çünkü sosyal medya yapaylığın ve gösterişin hâkim olduğu bir dünyadır. Orada sahicilik ve tabîlik yerine sunîlik ve yapmacıklık vardır.⁴⁹ Bu noktada samimiyet önem kazanmaktadır.

Samimiyet, insanda belli bir bilincin oluşması demektir. Burada samimiyetten kastedilen kişinin içinde yaşadığı topluma ve o toplumun değerlerine bağlılık bilincidir. Bu anlamda sosyal medyada samimiyet erdeminin sergilenmesi çok zordur. Çünkü sosyal medya belli bir toplumun değil tüm dünyada yaşayan toplumların bulunduğu platformdur. Bu platformda dolaşanın sergileyeceği bilinç, toplulukların oluşturduğu kalabalıklar arasında kaybolmadan veya bireyselleşmeden mensup olduğu kültür ve medeniyetin değerlerine sırt çevirmeden hareket edebilmektir. Bu çerçevede samimiyet, insanlara hakaret içeren, imrendiren, özendiren paylaşımlarda bulunmamayı gerektirir. Yine samimiyet, şahıslara, gruplara, kliklere, topluluklara hakaret etmemeyi salık verir.

b. Hakkaniyet

Hakkaniyet, hakka uygunluk, bireylerin haklarının ve özgürlüklerinin korunması, layık ve uygun olanı yapmaktır.⁵⁰ Hakkaniyet kelimesinin türediğı hak, gerçeğe uygun olan doğrudur. Ancak her doğru, hak olarak adlandırılmamaktadır. Çünkü doğru, olayların gerçekliğı iken; hak, olguların

⁴⁸ Ahmed Hamdi Akseki, *Ahlak dersleri*, (İstanbul: 1968), 92.

⁴⁹ Mehmet Görmez, *Küresel Dünyada Din, Diyanet ve Medeniyet*, (Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları), 163.

⁵⁰ İbn Manzûr, *Lisânu'l-Arab*, 10/ 51; Zebîdî, *Tâcu'l-arûs*, 25/ 170.

gerçekliğidir. Olayların gerçekliğinde birden çok doğru olabilir, ama olguların gerçekliğinde hak yalnızca bir tane olur. Örneğin yağmurun ıslatması veya güneşin ısıtması olgudur ve haktır, yağmur altında ve güneşli havada şemsiye kullanmak olaydır ve doğrudur.⁵¹

Hakkaniyetin adalet ile yakın ilişkisi vardır. Adalet, biçimsel ve dağıtıcı olarak iki şekilde anlaşılmalıdır. Biçimsel adalete göre bireysel hak ve özgürlükler herkese eşit dağıtılmalıdır. Dağıtıcı veya diğer ifadeyle paylaşımcı adalet, ehliyet ve liyakate göre bireyleri farklılaştıran adalettir. Bu adalet türünde, sorumlulukları eşit olmadığı için bireylerin paylaşımında eşit olmaları da düşünülemez. Bununla birlikte paylaşımcı adalette sosyal ve ekonomik eşitsizlikler toplumdaki en az avantajlı olanların durumları dikkate alınarak yapılandırılmalıdır.⁵²

Hakların zayi edilmesi adaletin bozulmasına neden olur. Çünkü adalet, bir arada yaşayan bireylerin karşılıklı olarak birbirlerinin haklarına riayet etmeleriyle gerçekleşir. Ancak adaletin uygulanmadığı yerde devlet devreye girerek adaletin tesisi için gerekli adımları atar, önlemleri alır. Devletin müdahale edemediği veya yeterli müdahaleyi yapamadığı alanda vicdani bir değer olan hakkaniyet devreye girmelidir.⁵³ İşte sosyal medya böyle bir alandır. Bu sebeple iletişim ahlakı için hakkaniyet ilkesi çok önemlidir.

Hak, olgu ve yargı bağlamında ele alındığında hükmün bir yansıması veya sonucudur. Usul ve furu' kitaplarında hakkın en kapsamlı tasnifi Allah ve kul hakkı şeklinde yapılandırılmıştır. Allah hakkı, kimseye özel olmadan kamuyu ilgilendiren maslahatlar olarak tanımlanırken; kul hakkı, bireye özel maslahat alanı olarak tanımlanabilir. Mesela zinanın doğurduğu neslin bozulması, genel olarak insanlığın geleceğini ilgilendirdiği için zina fiilini işleyenin cezası fıkıh usulü ilminde hükmün mevzuu olan fiiller açısından Allah hakkı olarak değerlendirilirken; başkasına ait malın çalınması bireyi ilgilendirdiği için hırsızlık fiilinin cezası kul hakkı bağlamında değerlendirilmiştir. Bu hakların bilinmesi iletişim araçlarını kullananların kamu düzenini bozacak paylaşımlarına engel olma ve yapanları dava ederek diğerlerini koruma açısından önem arz etmektedir.⁵⁴

3. Fıkıh-Ahlak Eksenli İletişim İlkeleri

Ebü Hanîfe tarafından fıkıh, kişinin lehine ve aleyhine olanları bilmesi

⁵¹ Nitekim şemsiye kelimesi şems yani güneş kelimesinden gelmektedir. Bkz. Cürçânî, *Mucemu'l-Târifât*, thk. Muhammed Sıddık Mişâvî, nşr. Dâru'l-Fâile, (Kahire: 2004), 79.

⁵² Hüseyin Maraz, "Ötekileştirici Örgütlenmenin Tehdit Olarak Gördüğü Dört Ahlaki Değer: Adalet-Hakkaniyet ve Liyakat", *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi* 6/2 (2017), 148.

⁵³ Maraz, "Adalet-Hakkaniyet ve Liyakat", 150.

⁵⁴ Hasan Hacak, *İslâm Hukukunun Klasik Kaynaklarında Hak Kavramının Analizi*, (İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2000), 34.

olarak tanımlanmıştır.⁵⁵ Günümüz tabiriyle söylenecek olursa fıkıh, bireyin hak ve sorumluluklarını bilmesidir. Aslında fıkıh, din ile hayat arasında bağ kurmak, dinin hayata taşınmasını sağlamaktır. İslâm kendi sistemi içinde ibadet, ahlâk, hesaba çekilme şuuru ile terbiye edilmiş bir toplum oluşturmayı amaçlamaktadır. Bunu yaparken âhiret korkusu ve inancı zayıf kimseleri suçtan vazgeçirmek için etkili bir ceza sistemi ortaya koyarak onun caydırıcılığından da yararlanmaktadır.⁵⁶ Bununla birlikte günümüzde salt iman, bireyleri ibadet ve ahlaka yönlendirmede yetersiz kalmaktadır.⁵⁷ O açıdan iman, ibadet ve ahlak arasındaki bağın güçlendirilmesi ihmal edilmemesi gereken bir konudur. Bu noktada fıkıh önemli bir görev düşmektedir. Bu ise iman sahibi olanlara ahlaki davranışın, sadece ibadet olarak tanımlanan amellerde değil insanın var olduğu ve rol aldığı her yerde olması gerektiğini öğretmesidir. Bu yerlerden birisi de iletişim araçları ve sanal platformlardır.

Fıkıh ilkeleri ile ahlak kuralları birbirini koruyan ve destekleyen normlardır. Hırsızlık yapanın cezalandırılması fıkıhın gereği olmasının yanı sıra başkasının mülkiyet hakkına saygı gösterilmesini ortaya koyan ahlaki bir hükümdür.⁵⁸ Ancak bazı davranışlar vardır ki fikhî cezası bulunmamaktadır. Örneğin yalan konuşmanın cezası vicdani veya uhrevidir. Sokakta kalmış birisine yardım etmek de aynı kategoride değerlendirilecek meseledir. Yine borcun talep edilmesi fikhî açıdan doğru olmakla beraber, istismar etmeyen zorda kalmış borçluya mühlet tanımak⁵⁹ dinin tavsiye ettiği ahlâkî bir davranıştır. Bu noktada iletişim fıkıhının ahlâkın temel ilkelerinden ayrı olarak ele alınmasının zorluğu bir tarafa dinin nasihatleri doğrultusunda ahlak ilkeleri ile birlikte işlenmesi zorunluluğunun bulunduğu anlaşılmaktadır. Özellikle iletişim ahlakı bağlamında Ebû Hanîfe'den yapılan “imanın kaynağı kalptir, uzantıları ise tüm organlardır” alıntısı çok anlamlıdır.⁶⁰ Yine “Tartılmak üzere âhirette teraziye konulan amellerin en ağırı güzel

⁵⁵ Buhâri, Alâuddîn Abdülaziz b. Ahmed b. Muhammed, *Keşfu'l-esrâr an Usûl-i Fâhri'l-İslâm el-Bezdevî*, 1/5; Molla Hüsrev, Muhammed b. Feramuz, *Mir'âtü'l-usûl şerh-i Mirkâti'l-vusûl ilâ İlmi'l-usûl*, (İstanbul: ts.) 15- 16; (Büyük) Ali Haydar Ef. *Usûl-i Fıkıh Dersleri*, (İstanbul ts.) 9; Ömer Nasuhi Bilmen, *Hukukî İslâmîyye ve İstilahatı Fıkhiyye Kamusu*, (İstanbul: Bilmen yayınevi, 1985), 1/14;

⁵⁶ Abdullah Çolak, *İslâm Hukuk Tarihi ve İslâm Hukukunun Delilleri*, (İstanbul: y.y. 2018), 45.

⁵⁷ Ayten Erol, “Fıkıhî Bakış Açısıyla Ahlaki Değerlerin Kazandırılması”, *Kırkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 6/2 (Temmuz 2016), 231. (Erdoğan, Mehmet, Vahiy-Akıl Dengesi Açısından Sünnet, (İstanbul 2001), s. 278; Çolak, Abdullah, *İslâm Hukuk Tarihi ve İslâm Hukukunun Delilleri*, (İstanbul: 2018), 45.

⁵⁸ Hayrettin Karaman, *Anahatlarıyla İslâm Hukuku*, (İstanbul: Ensar Neşriyat, 1987), 1/39.

⁵⁹ el-Bakara, 2/280.

⁶⁰ Ahmet Yaman, “Fıkıh-Ahlak İlişkisi”, *Usul İslâm Araştırmaları*, 9/9, 88-118.

ahlâktır. Zira güzel ahlâk sahibi, bu özelliği sayesinde oruç tutan ve namaz kılanların derecesine mutlaka ulaşır.”⁶¹ hadisi amel-ahlak ilişkisinin önemini vurgulayan delillerdendir.

a. Bilgiyi paylaşmanın (iletici-verici-kaynak) riayet etmesi gereken temel ilkeler⁶²

(1) Mahremiyet

Mahremiyet, “gizlilik, başkaları tarafından görülmesi, bilinmesi ve duyulması istenmeyen şeyler” demektir.⁶³ Mahremiyet kavramı, İslâm fık-hında kan hısımlığı sebebiyle nikâhın haram olması anlamında aile hukukunda kullanılan bir kavramdır.⁶⁴ Günümüz hukukunda mahremiyet ile kast edilen bireyin diğerleri ile iletişime geçme kararının yalnız kendisine ait olması, izni ve iradesi olmadan özel alanının ihlal edilmemesi ve kişisel saygınlığının çiğnenmemesidir.⁶⁵ Bizim de burada mahremiyet ile kast ettiğimiz bu anlamdır. Bu tanımdan hareket edecek olursak her bireyin kendine mahsus özel alanı vardır. Bu alan saygındır, saygı duyulması icap eder. Burada mesele bu alanın sınırları ve bu sınırların kim tarafından belirlendiğidir. İslam fık-hında bu sınırları belirleyen Şâri‘ iken⁶⁶ günümüz hukukunda şahsın kendisidir.⁶⁷

Günümüz dünyasında bu anlamda mahremiyet anlayışında değişikliğin meydana geldiğini görüyoruz. Özellikle sosyal mecralarda bir mahremiyet anlayışından bahsetmek bile mümkün değildir.

Mahremiyet kavramı, örtünmesi gereken yerleri bir bütün halinde ifade eden beden mahremiyetini ifade ettiği gibi, insanların başkaları tarafından görülmesini istemediği mekânlar anlamında mesken mahremiyeti

⁶¹ Ebû Dâvûd, “Edeb” 7; Tirmizî, “Birr” 61-62; Muvatta, “Husnû’l-Huluk” 6; Müsned, 6/442.

⁶² İletişimin unsurları için bk. Türkmen, İslâm İletişim Hukuku, 213-.

⁶³ İlhan Ayverdi, *Misallî Büyük Türkçe Sözlük (Kubbealtı Lüğati)*, (İstanbul: Kubbealtı Neşriyat, 2005) 2/1907.

⁶⁴ Bilmen, *İstîlâhât*, 2/8; Abdullah Kahraman, “Mahremiyetin Tanımı ve Sınırı”, *Din Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, ed. Yavuz Ünal v.dğr. (Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayını, 2015), 1/33

⁶⁵ Selahattin Bağdatlı, *Hukuk sözlüğü*, 291’den nakleden Ülfet Görgülü, *Din İşleri Yüksek Kuruluna Gelen Sorular Bağlamında Mahremiyet Algıları*”, *Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, (Ordu: 27-29 Mart 2015): 113; Mehmet Yüksel, “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Kültürel Gelişimi”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 58/1 (2003), 182-187.

⁶⁶ Bk. Ebû Bekr Şemsü’l-Eimme Muhammed b. Ebî Sehl Ahmed es-Serahsî, *el-Mebsût* (Beyrut: Daru’l Marife, 1993), 10/148-152.

⁶⁷ Nilüfer Sena Çalık, *Beden, “Mesken ve Bilgi Mahremiyeti Açısından Sosyal Medyadaki Tasarrufların Fkhî Açısından Değerlendirilmesi”*, *Turkish Academic Reserarch Review*, 3/1, 31.

ve başkalarının vâkıf olmasını istemedikleri bilgi mahremiyetini de ifade eder. Sosyal medyada tüm bu mahremiyetlere karşı umursamaz bir tavır içine girilmesi dikkat çekmektedir. Yine insandaki merak duygusu Kur’ân’da “tecessüs”⁶⁸ diye adlandırılan başkalarının gizli kalmasını istediği durumları araştırmaya itmektedir. Kur’ân’ın bu konudaki tavrı gayet açıktır: “Birbirinizin gizli yönlerini araştırmayın ve arkanızdan birbirinizi çekiştirmeye kalkışmayın! Aranızdan, hiç ölmüş kardeşinin etini yemek isteyen kimse çıkar mı? Hayır, siz ondan öğrenirsiniz. Öyleyse Allah’tan sakının!”⁶⁹ Hz. Peygamber bu âyetin izahı sadedinde şöyle buyurmuştur: “Dünyada bir kulun hatasını örten kimsenin, Allah da kıyamet gününde günahlarını örtbas eder.”⁷⁰

İnternet ve sosyal medyada en çok ihlal edilen ilkelerden birisi de kusur araştırma, yazışmaları takip etme ve böylece bilgi mahremiyetini çiğnemidir. Hâlbuki Allah (c.c.) “Hakkında bilgin olmayan şeyin ardına düşme! Çünkü kulak, göz ve gönül, bunların hepsi ondan sorumludur”⁷¹ buyurarak bu konuda uyarılmaktadır.

Ticari amaçla internet ve sosyal medya açan firmaların pazarlama stratejileri gereği okunan gazete, köşe yazarı veya bir makale, satın alınan bir ürün veya kurulan arkadaşlıklar dâhil olmak üzere sanal ortamlardaki hareketliliği takip ederek arşivlemeleri emeğe saygısızlık ve telif haklarını ihlal olduğu gibi mahremiyete hâle getirmektedir. Arşivlenen bu bilgiler daha sonra ya firma tarafından kullanılmakta ya da başka bir firmaya satılmaktadır.⁷² Yine dijital ortamda faaliyet gösteren bazı siteler bir yazarın yeni yayınlanan bir kitabını henüz yazarının eline ulaşmadan, yazarın ve yayıncının iznini almadan internet ortamında paylaşımları telif hakkını ve kul hakkını ihlal olarak değerlendirilmektedir.

Sosyal medya kullanıcıları iletişimde aktif oldukları zaman normal hayatlarında davrandıklarından farklı bir ruh haline bürünebiliyor ve farklı davranabiliyorlar. Hâlbuki normal hayatta sahip olunan sorumluluklar ve uyulması gereken kurallar sanal hayatta da geçerlidir. Kur’ân âyetlerinin uyarıları tüm hayatı kapsamaktadır. Sanal ortamlar da bu hayatın bir parçasıdır. Dolayısıyla “Nihayet oraya geldiklerinde vaktiyle yaptıklarından dolayı kulakları, gözleri ve derileri onların aleyhine şahitlik eder”⁷³ âyetinin uyarısı sadece gerçek âlemi değil sanal âlemi de ilgilendirmektedir.

⁶⁸ Mustafa Çağrıncı, “Tecessüs”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, (Ankara: TDV Yayınları, 1991), 40/246.

⁶⁹ el-Hucurât, 49/12.

⁷⁰ Müslim, “Birr” 72; Ebû Dâvûd, “Edeb” 38; Tirmizî, “Hudûd” 3.

⁷¹ el-İsra, 17/36.

⁷² M. Raşit Akpınar, “İslâm Hukukunda Yeni Bir Alan: Sosyal Medya Fikhi”, *Din ve Hayat: İstanbul Müftülüğü Dergisi*, 39, (İstanbul: 2019), 24-27.

⁷³ Fussilet, 41/20.

(2) Davet

Davet, çağırmak,⁷⁴ dua etmek,⁷⁵ yardım istemek,⁷⁶ sormak,⁷⁷ gibi anlamlara gelmektedir. İnsan, görüntüsünde, sözleri, kararları ve davranışlarında her an bir davet temsilcisidir. Bu çağrı yaşadığı çevrede ve iletişim halinde olduğu insanlar ile daha dar bir çerçevede kalırken, internete ve sosyal medyaya düştüğünde genişlemektedir. Aslında bu, karşılıklı iletişimin ve etkileşimin lokalden daha küresel boyuta taşınmasıdır. Herkesi gören ve herkes tarafından görülen bir konumdan, görünmeden herkesi gören ve görmeden herkesin gördüğü kişi olma durumuna geçmiştir.⁷⁸

Yani insanın gören ve görünen olma algısında bir paradigma değişikliği meydana gelmiştir.⁷⁹ Bu durumu, davet bilinci ile “Emri bi'l-ma'rûf ve nehyi ani'l-münker /iyiliği emretmek kötülüğü engellemek” ilkesini hayata geçirmek için bir fırsata dönüştürmek sosyal medyayı kullananların iradesindedir. Böylece Allah'ın (c.c.) aşağıdaki âyetlerinde bahsettiği topluluktan bir fert olma fırsatı da yakalanmış olur:

“İçinizden hayra çağıran, iyiliği emredip kötülüğü meneden bir topluluk bulunsun. İşte onlar kurtuluşa erenlerdir.”⁸⁰

“Müminlerin erkekleri de kadınları da birbirlerinin velileridir; iyiliği teşvik eder, kötülükten alıkoyarlar, namazı kılarlar, zekâtı verirler, Allah ve resulüne itaat ederler. İşte onları Allah merhametiyle kuşatacaktır. Kuşkusuz Allah mutlak güç ve hikmet sahibidir.”⁸¹

b. İletinin (mesaj) ilkeleri

Bir mesajın güvenilir ve etkileyici olması için belli şartları taşıması gerekir. Bu şartlar “sıdk/güvenilir olması” ve “hikmet” içermesi ile mümkündür.

(1) Sıdk

Sıdk; hakikati konuşmak, gerçeği söylemek, doğru, dürüst ve güvenilir olmak, doğrulamak, tamamen uymak, sözüne sadakat göstermek⁸² anlamlarına gelir. Hz. Peygamber sıdkı, kişinin yaptıklarından huzur ve sükûn

⁷⁴ el-Enfâl, 7/24.

⁷⁵ el-İsrâ, 17/110.

⁷⁶ Yûnus, 10/12.

⁷⁷ el-Bakara, 2/68, 69, 70.

⁷⁸ Mustafa Derviş Dereli, “Gözetim toplumunda Sosyal Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü”, *Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, Din, Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*, (Ordu: 27-29 Mart 2015), 553.

⁷⁹ Huriye Martı, “Hz. Peygamber’in Hadislerinde Beden ve Mahremiyeti”, *Marife*, 2 (2009), 11.

⁸⁰ Âl-i İmrân, 2/104

⁸¹ et-Tevbe, 9/71

⁸² Halil b. Ahmed, *Kitâbü'l-'Ayn*, 5/56- 57.

duyması, şüphe içinde olmaması⁸³ diye tanımlamıştır. Dolayısıyla doğru olanın paylaşılması, doğruluğundan şüphe duyulmanın paylaşılmaması gerekir. Nitekim Cenâb-ı Hak bu hususta müminleri “Hakkında bilgin olmayan şeyin ardına düşme! Çünkü kulak, göz ve gönül, bunların hepsi ondan sorumludur.”⁸⁴ şeklinde uyarmaktadır.

Kur’ân’da sıdk kavramı “kizb/yalan”⁸⁵ ve “nifak/iki yüzlülük”⁸⁶ kelimeleriyle zıt anlamda kullanılmıştır. Bununla birlikte adalet, hakkaniyet⁸⁷ ve istikamet kelimeleri ile eş anlamlarda kullanıldığı yerler de olmuştur.⁸⁸ Bu anlamların birlikte bulunduğu âyette Hz. Peygamber ve ona tabi olanlara verilen mesaj gayet açık bir şekilde şöyle ifade edilmektedir.

“Öyle ise emrolduğun gibi dosdoğru ol! Beraberindeki tövbe edenler de dosdoğru olsunlar! Hak ve adalet ölçülerini aşmayın! Şüphesiz O, yaptıklarınızı hakkıyla görür.”⁸⁹

Kullanıcılar sosyal medyanın herhangi bir ağına bağlanmak istediklerinde oraya kayıtlarını yapmaları istenmektedir. Kayıt yaparken doğru olmayan bilgi verebilir, başkasına ait fotoğraf paylaşabilir, böylece diğer kullanıcıları aldatabilirler. Oysa bilgilendirmede yalana başvurmak, kabul şartlarına aykırı davranarak sözünde durmamak veya kendisine emanet edilene ihanet etmek Hz. Peygamber’in hadislerinde nifak alameti olarak tanımlanmıştır.⁹⁰

Sosyal medyada yalan, yanlış veya yanıltıcı paylaşımlarda bulunmak İslâm’ın çok önem verdiği “sıdk” ilkesiyle bağdaşmaz.⁹¹ Dolayısıyla, kişiler veya kurumlar hakkında hilaf-ı hakikat beyanda bulunmak ve bu beyanı internet ve sosyal medya yoluyla yaymak yalan haber olarak değerlendirilir. Yalan, Allah’a ortak koşmaktan (şirk) sonra en büyük günahdır. Yalan, hadislerde nifak alametlerinden biri olarak sayılmaktadır.⁹² Yalan, hakkı batıl, batılı hak gösteren, toplumlar ve devletler için tehdit oluşturan büyük bir tehlikedir.

⁸³ Ahmed bin Hanbel, *el-Müsned*, 1/200.

⁸⁴ el-İsrâ, 17/36

⁸⁵ Yûsuf, 12/26-27.

⁸⁶ et-Tevbe, 9/43.

⁸⁷ el-En’âm, 6/152.

⁸⁸ İsmail Karagöz, “Kur’ân’da Sıdk Kavramı ve Sâdık İnsan”, *Diyaret İlmî Dergi* 37/1, (Ankara: 2001), 109.

⁸⁹ Hûd, 11/12.

⁹⁰ Müslim, “İman”, 106; el-Bakara, 2/8; el-Bakara 2/14; en-Nisa 4/142; el-Enfâl 8/62.

⁹¹ Mehmet Emin Özafşar, “İslâm’da Haber Konsepti ve İletişim Ahlakı”, (Kutlu Doğum: 2007), 164.

⁹² Ahmed b. Hanbel, *el-Müsned*, 14/314. Mektebe-i Şamile, Erişim 27 Nisan 2020. Ebû Hureyre’den rivayet edilen hadiste “إذا حدث كذب، وإذا وعد أخلف، وإذا أوتمن خان”/آية المنافق ثلاث: إذا حدث كذب، وإذا وعد أخلف، وإذا أوتمن خان” buyrulmuştur.

(2) Hikmet

Hikmet, engellemek anlamında “حکم” kökünden türemiştir. Cürcânî (ö. 816/1413), hikmeti, gerçeğe uygun, faydasız ve gereksiz laftan korunmuş makul söz olarak tanımlar.⁹³ Hikmetin, bir şeyin sağlamaştırılması, kuvvetli söz gibi anlamları da vardır.⁹⁴ Râğıb el-İsfehânî hikmeti, eşyayı ilmin doğrusu ile keşfetmek, her şeyi yerli yerine koymak, teoride ve pratikte hakikati bulmaktır, diye tanımlamıştır.⁹⁵ Hikmet, Gazzalî (ö. 505/1111)⁹⁶ perspektifinde önemli konularda en uygun ve faydalı olanı çıkartmak, karışık ve tartışmalı görüşlerin arasından doğruyu bulmak, olumlu sonuçlara götürecek sebeplere süratle vâkıf olmak, delilleri incelemeyen tecrübeye ve gözleme bağlı olarak sahil bilgiyi tahmin etmek olarak anlatılmaktadır.⁹⁷

Hikmet ile marifetin aynı anlamda kullanıldığı veya iç içe bulunduğu yerler vardır. Şöyle ki, insanın lehine ve aleyhine olanları bilmesi ve ona göre davranması, nefesine hâkim olması ve düşüncelerini kontrol altına alması marifet ilmi içerisinde açıklanırken hikmetin bilgi boyutu anlatılmış olur.⁹⁸

Hikmetin evrensel olduğunu söyleyenler, bilginin kimden geldiğinden ziyade söylenen söze veya paylaşılanı vurgu yaparlar. Kur’ân’da iletinin/ mesajın bu yönüne dikkat çeken şu âyet bunu en güzel şekilde ortaya koymaktadır: “Onlar ki, sözü dinlerler ve onun en güzeline uyarlar. İşte onlar Allah’ın kendilerini doğru yola ilettiği kimselerdir ve onlar sağduyu sahipleridir.”⁹⁹

Hz. Peygamberin hadislerinde hikmete özel yer verilmiştir. “Hikmetin yayıldığı meclis ne güzeldir. Ondan rahmet beklenir”¹⁰⁰ “Kardeşine vereceğin hikmet sözünden daha üstün bir hediye yoktur.”¹⁰¹ hadisleri bunlardan birkaçıdır.

Sebebine bakarak hikmete bilgi, sonucuna bakarak güzel davranış diyenler,¹⁰² bireysel ve toplumsal hayatı yönlendirme yönüne dikkat çekmek istemişlerdir. Hikmete dayalı bilgide ve hikmetli davranışta, bireylerin ırk ve milletlerine, inanç, ideoloji ve temayüllerine, kılık ve kıyafetlerine bakılmadan; ahlak ve erdemlerin esas alındığı değerler sisteminin ön plana

⁹³ Seyyid Şerif Cürcânî, *Ta’rifât*, Hikmet maddesi.

⁹⁴ Mecdüddin Muhammed b. Yakûb Firûzabadî, *el-Kâmusu’l-muhît*, 1414-1415.

⁹⁵ Seyyid Şerif Cürcânî, *Ta’rifât*, Hikmet maddesi.

⁹⁶ Gazzâlî, Ebu Hâmid Muhammed b. Muhammed, *Mizânü’l-amel*, thk. Süleyman Denya, (Mısır: Dâru’l-Marife, 1964), 264-287.

⁹⁷ Yaman, “Fıkıh-Ahlak İlişkisi”, 109.

⁹⁸ Ebu Hizam Enver Fuat, *Mu’cemu mustalahâti’s-süfiyye*, 77.

⁹⁹ ez-Zümer 39/18.

¹⁰⁰ Darimi, *Sünen*, *Mukaddime*, 28.

¹⁰¹ İbn Mace, “Zühd”, 15; Tirmizi, “İlim”, 19.

¹⁰² Süleyman Uludağ, *İslâm’da Emir ve Yasakların Hikmeti*, (Ankara: TDV yayınları 1997): 8.

çıkarıldığı bir anlayış ve yaklaşım geliştirilir.¹⁰³ Bu çerçevede sosyal medyada yer alan iletilerde daima hikmet merkezli paylaşımlar yapmaya özen gösterilmesi gerekir.

Meseleye İslâm fihkî açısından yaklaşıldığında hikmet, özellikle fihkî usulü kitaplarında hüküm koyanın gerçekleşmesini istediği bir maslahat/fayda veya gerçekleşmesini istemediği bir mefsedet/zarar olarak tanımlanır. Fihkî usulünde hikmete yakınlığı ile bilinen illet ve sebep kavramları, hükmün alameti, konuluş gayesi olarak görülürken, hikmet hükmün birey üzerinde meydana getirdiği etki olarak bilinmiştir. Örneğin insanın dünyaya gelmesinde karı-koca ilişkisi bir sebep olarak, Allah'ın yaratması ise ontolojik alamet olarak bir illet kabul edilirken, epistemolojik açıdan insan varlığının devamının hikmeti Allah'ın iradesine bağlanmıştır.¹⁰⁴ Buna göre, sosyal medyadaki mesajlarda sebep veya illetten daha ziyade hikmetin yani fayda ve zararın hesabının yapılması olası olumsuzlukların engellenmesinde etkili olacaktır.

Ahlak ilmi zaviyesinden bakıldığında İslâm âlimlerinin erdemli olmanın yolunu gösterirken üzerinde ısrarla durdukları bir şey vardır. O da nefsin üç temel gücü olan aklın hikmete, şehvetin iffete ve gazabın şecaate çevrilmesidir.¹⁰⁵

c. İletkenin (araç-vesile) özellikleri

Burada bilgiyi elde etme ve muhataplarına aktarmada izlenecek yöntemden söz edilecektir.

(1) Meşruiyet

Meşruiyet kavramı yasaya uygun, haklı, doğru gibi anlamlara gelen meşru' kelimesinden türetilmiştir, “dinin, yasanın veya kamu vicdanının doğru bulduğu şey” anlamına gelir.¹⁰⁶ Hukukta meşruiyet, bir taraftan kanna uygunluk anlamı taşıırken diğer taraftan ahlâk kurallarına uygunluk anlamına da gelir. Hukuka göre birlikte yaşanan yerlerde sınırsız hürriyetten söz edilemez. Dolayısıyla, herkes kendi hukuk alanında kalmak ve başkasının haklarına tecavüz etmemek gibi bir sorumluluğa sahip olmalı-

¹⁰³ Talip Özdeş, “İslâm'ın Ferdi ve Sosyal Hayata Taşınmasında Hikmet'in Esas Alınması”, *İslâmî Araştırmalar*, 7/16 (2001): 296-312.

¹⁰⁴ Yunus Vehbi Yavuz, “Sebep-İllet-Hikmet Açısından Kur'an Hükümlerine Bir Bakış”, *Kur'an'ı Anlamada Tarihsellik Sorunu Sempozyumu*, Kur'an Araştırmaları Vakfı, (Bursa: 8-10 Kasım 1996): 64-77.

¹⁰⁵ Ebüssuud Efendi, *Tefsiru Ebüssuud: İrşadü'l-akli's-selim ila mezaya'l-Kur'an-i'l-Kerim*, Dârü'l-Mushaf, (Kahire: y.y., ts.), 1: 276.

¹⁰⁶ Bilal Aybakan-İbrahim Kâfi Dönmez, “Meşrû”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, (İstanbul: TDV Yayınları), 29: 378-383.

dır.¹⁰⁷ Bu, gerçek hayatta böyleyken sanal âlemde de böyledir.

Fıkıhta meşruiyet, kişinin hak, özgürlük ve ödev anlamında yapması gerekenlerin veya yaptıklarının taşıdığı değere göre tasnif edilmesidir. Buna göre, yapılması kesin ve bağlayıcı olanlar “farz”, terk edilmesi kesin ve bağlayıcı olanlar “haram”, yapılması kesin ve bağlayıcı olmayanlar “mendub”, terk edilmesi kesin ve bağlayıcı olmayanlar “mekruh”, kişinin yapıp yapmamada serbest olduğu fiiller ise “mubah” olarak adlandırılmıştır. Genel anlamda ise “caiz” veya “caiz değil” gibi kavramlar kullanılmaktadır. Bu tasnif, sorumluluk bağlamında “ferdî meşruiyet” denetiminde önemli bir fonksiyon icra etmekte ve bunun temelini sevap işleme veya günaha düşme düşüncesi oluşturmaktadır. İnsana hayatta belli bir disiplin kazandırmayı amaçlayan din, günahı maddi ve manevi hayatı olumsuz etkileyen bir virüs kabul etmektedir. İnternet ortamında, sosyal medyada işlenen günahlar ferdî mesuliyet ile bağlantılıdır. Sanal ortamlarda başkalarına hakaret etmek, sövmek, rencide etmek, aşağılamak¹⁰⁸ veya izinsiz bilgilerin paylaşılmasıyla bilgi hırsızlığının yapılması¹⁰⁹ fikhî olarak meşruiyet sınırlarını aştığı gibi dini olarak da kişiyi manevi mesuliyet altına sokmaktadır. Nitekim Hz. Peygamber’den rivayet edilen bir hadiste böyle kimselerin âhirette bütün sevaplarını, alacaklılara dağıtılabacağı için kaybetmiş, hatta sevapları yetmediği noktada hakkını ihlal ettiği kişilerin günahlarının kendilerine aktarılacağını ifade ile “iflas etmiş kişi” olarak gösterilmesi bunu ispat etmektedir.¹¹⁰

Burada meşruiyet sınırları içinde, iletişim aracının özellikleri ayarlanırken din, ahlâk, hukuk, gelenek ve görenek gibi farklı kaynak ve yaptırımı sahip sosyal düzen kurallarına uygun olarak ayarlanmasının gözetilmesi de düşünülmektedir.

Sosyal medya araçları çok geniş kitleler tarafından kullanılmaktadır. Bu kitleler içinde ırkı, rengi, dili ve milleti farklı veya dini, kültürü ve medeniyeti farklı toplumlar ile iletişim kurulurken yıkıcı, bozucu etkileşimin olmaması için gerekli tedbirlerin alınması meşruiyet içinde kalınmasının bir gereğidir.

¹⁰⁷ Levent Gönenç, *Meşruiyet Kavramı ve Anayasaların Meşruiyeti Problemi*, 50/1, (Ankara: 2001): 133.

¹⁰⁸ “Şüphesiz ribanın en şiddetlisi haksız yere bir Müslümanın şerefine saldırmaktır.” “Gerçek Müslüman, elinden dilinden Müslümanların emniyet ve esenlikte olduğu (zarar görmedikleri) kimsedir. Hakiki muhacir de, Allah’ın yasak ettiği şeylerden uzaklaşıp onları terk edendir.”

¹⁰⁹ Alâüddîn Ebû Bekr b. Mes’ûd b. Ahmed el-Kâsânî, *Bedaiu’s-sanâi’ fi tertibi’s-şerâ’i* (Daru’l Kutubi’l İlmiyye, 1986), 7/65. Yaşar Yiğit, *İslâm Ceza Hukuku Hükümlerin Yürürlüğü*, (Ankara: Sistem Ofset Yayıncılık, 2012), 69; Ayrıca bk. Hüseyin b. Ma’levî Şehrânî, *Hukuku’l-ihтира’ ve’t-te’lif fi’l-fikhi’l-İslâmi*, (Riyad: 2004.)

¹¹⁰ Buhari, “Bir”, 60; Tirmizi, “Kıyame”, 2; Ahmed b. Hanbel, *el-Müsned*, 2/303, 334, 372.

(2) Mev'ize-i Hasene

Mev'ize-i hasene güzel öğüt demektir. Bu ifade şu âyetten alınmıştır: “Rabbinin yoluna hikmetle ve güzel öğütle davet et; onlarla en güzel yöntemle tartış. Kuşkusuz senin Rabbin, yolundan sapanların kim olduğunu en iyi bilendir; O, doğru yolda bulunanları da çok iyi bilir.”¹¹¹

İletişim araçlarında bilgi bombardımanına maruz kalan kullanıcı, faydalı-faydasız birçok haberi zihnine doldurmakta, onları kesin bir bilgi diye çevresi ile paylaşmaktadır. Paylaşılan bu bilgiler çoğu zaman insanları iyiyeye güzele sevk etmediği gibi sıradan meselelere çok büyük değerler atfedilip vakitlerin zayı edilmesine de sebep olmaktadır. Ancak iletişim araçlarından kaçınmak mümkün olmadığına göre en iyi yol onları mevize-i hasene aracı olarak kullanmaktır.

Görselliğin öne çıktığı internet ortamında “güzel öğüt” anlamına gelecek paylaşımlarda bulunmanın zorluğu ortada¹¹² olmasına rağmen, zamanının önemli bir kısmını sanal âlemde geçiren gençlerin dünyasına girmenin başka bir yolu da kalmamıştır. Üstelik interneti ve sosyal medyayı üreten aklın ve gücün dünya üzerindeki etkinliğini artırma amacı ortada dururken bu imkânı kullanmamak en hafif ifadesiyle gaffet olur.

d. İletilenin (alıcı-hedef) riayet etmesi gereken ilkeler

(1) Takva

Takva bir şeyi korumak demektir.¹¹³ Takva Kur'ân'da fitri bir özellik olarak tanımlanmaktadır. Âyette “Nefse ve onu düzgün bir biçimde şekillendirip ona kötülük duygusunu ve takvasını ilham edene and olsun ki, nefsinin arındırılan kurtuluşa ermiştir”¹¹⁴ buyurulması takvanın bilgi, duygu ve biçim boyutları olduğunu göstermektedir.

Takvanın bilgi boyutunda neyin hayır neyin şer olduğunun bilinmesi önem taşımaktadır. Bu bağlamda “Yüzlerinizi doğuya ve batıya çevirmeniz takva/erdemlilik değildir. Asıl erdemli kişi Allah'a, âhret gününe, meleklere, kitaba ve peygamberlere iman eden; sevdiği maldan yakınlarına, yetimlere, yoksullara, yolda kalmışlara, yardım isteyenlere ve özgürlüğünü kaybetmiş olanlara harcayan; namazı kılıp zekâtı verendir. Böyleleri anlaşma yaptıklarında sözlerini tutarlar; darlıkta, hastalıkta ve savaş zamanında sabrederler. İşte doğru olanlar bunlardır ve işte takvâ sahipleri

¹¹¹ en-Nahl, 16/125.

¹¹² Fatma Ekinci, “Çağın Etkin İletişim Aracı İnternet Üzerinden Tebliğ Faaliyeti Yürütmek”, *İslâmî İlimlerde Metodoloji/Usûl Problemi-II, Tartışmalı İlmî İhtisas Toplantıları*, (2008), 618.

¹¹³ Zebîdî, Muhammed b. Muhammed b. Abdurrazzak el-Hüseynî, *Tâcu'l-arus min cevâhiri'l-Kâmûs*, (Y.y. Dâru'l-Hidâye, ts.), 40/227.

¹¹⁴ eş-Şems, 91/7-8

bunlardır.”¹¹⁵ âyeti anlamlıdır.

Takvanın duygu boyutunu sevgi, korku ve ümit halleri teşkil etmektedir. Hz. peygamberin göğsünü göstererek üç defa “*takva buradadır*”¹¹⁶ demesi belagat ilmindeki “zikru’l-mahal ve iradetu’l-hal” yani mahalli zikredip hali kastetmek kabilindedir.¹¹⁷ İbn Kayyim el-Cevziyye bu durumu şöyle tasvir ederek açıklamaktadır: “Takva kuşa benzer; sevgi başı, korku ile ümit kanatlarıdır. Başı ve kanatları sağlam olan kuş hür bir şekilde uçar. Fakat kafası olmayan kuş ölüdür, kanatları olmayan kuş ise avcılarının ve yırtıcılarının hedefidir.”¹¹⁸

Takvanın biçim boyutunda ise insan hayatını tehlikeye sokacak davranışlardan uzaklaşmak veya hayatı kolaylaştıran ve koruyan işleri yapmak vardır. Ebu Hureyre “takva çalıya dolaşmadan, çukura batmadan yolda yürümektir” diye tarif yaparken bunu kastetmiştir.¹¹⁹

Bilgi boyutunda takva ilkesinin iletişim araçları üzerindeki etkisi iman bilgisiyle sağlanır. Çünkü iman bilgisi sayesinde insan, “Allah her şeyi görüp gözetmektedir.”¹²⁰ âyeti gereği daima Allah’ın murakabesi altında olduğunu bilir¹²¹ ve “...Bilin ki Allah içinizde olanları bilmektedir. O’ndan sakının...”¹²² “İnsanlardan gizlerler de -razı olmadığı sözü geceden kurup düzdüklerinde yanlarında olan- Allah’tan gizleyemezler. Allah onların bütün yapıp ettiklerini kuşatmaktadır”¹²³ âyetleri gereği de ister kamuda ister tehada Allah’a karşı gelmekten sakınır.¹²⁴

İman bilgisi aslında Allah’ın her şeyi bildiğine inanmaktır. İnsanı takvaya ulaştıran da zaten bu bilgiye sahip olup gereğini yapmaktır. Konunun işlendiği âyetlerden bazıları şunlardır: “Siz ne kulaklarınızın, ne gözlerinizin, ne de derilerinizin aleyhinize şahitlik etmesinden sakınmıyordunuz, yaptıklarınızdan çoğunu Allah’ın bilmeyeceğini sanıyordunuz. Rabbiniz hakkında beslediğiniz zan var ya, işte sizi o mahvetti ve ziyana uğrayanlardan oldunuz.”¹²⁵ “Farkında değil misin, Allah göklerde olanı da yerde olanı da bilmektedir! Gizli gizli konuşan üç kişi yoktur ki dördüncüsü O olmasın; beş kişi yoktur ki altıncısı O olmasın. Bundan az veya çok olsunlar ve nerede bulunurlarsa bulunsunlar mutlaka Allah

¹¹⁵ el-Bakara, 2/177.

¹¹⁶ Müslim, 4/1986.

¹¹⁷ Ali Özek, Sadreddin Gümüş, *Belağat*, (İstanbul: İFAV yayınları, 1983), 34; M. Sadi Çögenli, *Âyet ve Hadis Örnekli Belağat*, (Erzurum: 2012), 92.

¹¹⁸ İbn Kayyim el-Cevziyye, *Medaricu’s-sâlikin*, 1/517.

¹¹⁹; İbn Recep, *Camiu’l-ulum ve’l-hikem*, 1/402.

¹²⁰ el-Ahzab 33/52.

¹²¹ İbn Kayyim, *Medaricu’s-sâlikin*., 1/65.

¹²² el-Bakara, 2/235.

¹²³ en-Nisâ 4/108.

¹²⁴ Gazzalî, *İhyâ’ü ’ulûmi’d-dîn*, 4/398.

¹²⁵ el-Fussilet, 41/22-23.

onların yanındadır; nihayet kıyamet günü onlara yapıp ettiklerini bildirecektir. Çünkü Allah her şeyi bilmektedir.”¹²⁶

Duygu boyutunda takva ilkesinin iletişim araçları üzerindeki etkisi hayâ ile sağlanır. Hayayı imandan bir şube¹²⁷ kabul eden Hz. Peygamber “Eğer utanmıyorsan istediğini yapabilirsin.”¹²⁸ diyerek çok genel ve evrensel bir mesaj vermiştir.

Biçim boyutunda takva ilkesinin iletişim araçları üzerindeki etkisi şahsiyeti korumak olmakla beraber, şahsiyeti koruyan en önemli önlem günahları terk etmektir. İletişim araçları ve sosyal mecralarda birçok günahın irtikâp edildiğini görmekteyiz. Bunlardan müstehcenlik ve fuhuş, göz zinası, kumar ve falcılık, ateizm, eşcinsellik, gıybet, hile, aldatma, yalan, riyakârlık, bilgi hırsızlığı, alay/aşağılama, iftira, ayıp araştırmak, nemime/koğuculuk, küfür/üstehcen konuşmalar en çok göze çarpanlardır.¹²⁹

Sonuç olarak burada takva ile internet kullanıcıların kendilerini sanal ortamlarda dolaşan bozuk fikirlerden ve müstehcenliklerden koruması kastedildiği gibi, zarar ve günah içerikli paylaşımlarda bulunarak başkalarını korumasız bir duruma düşürmemeleri de düşünülmektedir.

(2) Edep

Edep, terbiye, utanma duygusu, usule uygun hareket etme gibi anlamlara gelir. Bu kelime edebiyatımızda ve kültürümüzde “âdâb-ı muaşeret” tamlamasıyla, birlikte yaşayanların uyması gereken terbiye ve nezâket kuralları anlamında kullanılır.¹³⁰

Hız. Peygamber’in Abdullah b. Ümmü Mektûm’un yanında eşlerinden örtünmelerini istemesi, iletilenin nasıl davranması gerektiğini ortaya koyan edepli bir davranıştır. Gözleri görmeyen bir sahâbi olması hasebiyle onun yanında kendilerini rahat hissedebileceklerini düşünen eşleri bu duruma şaşırınca Hız. peygamber; “O görmese de siz onu görmüyor musunuz?” diyerek uyarmıştır.¹³¹

Edepli kişi, sîreti düzgün yani ahlaki değerlere sahip kişi demektir. Cürcânî, edebi, kişinin yaşadığı toplumda mahcubiyet duymaması için gerekli görgü kuralları bilgisine sahip olması şeklinde tanımlamıştır.¹³² Cürcânî’nin bu tanımından hareketle diyebiliriz ki, Müslüman toplumlarda selamlaşma, konuşma, bir yere girme ve bir yerden çıkma, toplantılara

¹²⁶ el-Mücadele 58/7

¹²⁷ Buhârî, “İman”, 16; Müslim, “İman”, 57-59.

¹²⁸ Buhârî, “Enbiyâ”, 54, “Edeb”, 78; Ebû Dâvûd, “Edeb”, 6.

¹²⁹ Kıraşal, *Sosyal Medya İlmihali*, 15-30.

¹³⁰ M. Zeki Duman, *Kur’ân-ı Kerimde Âdâb-ı Muaşeret*, (İstanbul: Tuğra Yayınları, 1991), 19.

¹³¹ Ebû Dâvûd, *Libâs*, 34; Tirmizî, “Edeb”, 29.

¹³² Seyyid Şerif Cürcani, *Ta’rifât*, 8.

katılmanın bir âdâbı var ve olmalıdır. Örneğin selamlaşmada edep, daima aktif durumda olanın pasif durumda olana selam vermesidir. Konuşmada edep, boş ve faydasız sözlerden uzak durulmasıdır. Toplantılara, rahatsız edici kıyafet ve koku ile katılmak, yine toplantıda başkalarını rahatsız edecek şekilde fısıltı ile yanındakine bir şeyler söylemek su-i edep bir davranıştır.¹³³ Bir yere girerken izin alınması ve izin verildikten sonra girilmesi edebî diğer örneğidir.

Tüm bu edep örnekleri insanların birbirlerini gördükleri, duydukları ve aynı ortamı paylaştıkları yerlerde uygulanan davranışlardır. Sanal dünyada gerçekleşen görüşme, görüntü üzerinden konuşma ve aynı ortamı paylaşmanın mümkün olduğu modern iletişim araçları, tek yönlü bilgi paylaşımının yapıldığı geleneksel medya araçlarının aksine insanlığa yeni bir ufuk açarken, toplumların sahip olduğu edep kurallarının en fazla ihlal edildiği yerler haline gelmiştir. Örneğin internete giren, sosyal medyada dolaşan veya haber sitelerine bakan bir kişi isteği dışında bir reklama maruz kalabilmektedir. Bu durum maalesef internet şirketlerinin tıklanma ilkesine dayalı reklam politikalarının bir gereği olarak meşru zemine oturtulmaktadır.¹³⁴

SONUÇ

Tarih boyunca insanlar birbirleri ile iletişim kurmada farklı araçlar kullanmışlardır. İlk zamanlardan beri haberleşme aracı olarak kullanılan “berîd/posta” hala kullanılmaya devam etmektedir. Özellikle panayırarda söylenen şiir ve hutbeler etkili iletişim araçları olmalarının yanı sıra aynı zamanda çok zengin bilgi kaynağıdır. Geçen yüzyılın başından itibaren gelişerek günümüze gelen gazete, radyo ve televizyon gibi iletişim araçlarının kullanımı durmamış olsa bile dijital teknolojinin ürünü internet ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla yavaşlamıştır.

Elektronik iletişim araçlarının gelişmesi ve çoğalması ile dünya küçülmüştür. Bir yerden başka bir yere gitmek, uzak ülkeler ile iletişime geçmek ve anında haber almak kolaylaşmıştır. İletişim araçlarında kaydedilen gelişmeler, özellikle geliştirenlerin sahip oldukları kültür kodlarını taşıması hasebiyle diğerlerinin değerlerini tehdit olarak algılanmaya başlanmıştır. Bu tehlide en çok maruz kalan ise sanal âlemin sokaklarında büyüyen yeni nesildir. Çünkü bu nesil, davranış kodlarını artık yakın çevresinden değil, sosyal medya araçlarından alır hale gelmiştir.

Değerlerinin tehdit altında olduğunu düşünen toplumlar kendilerine yönelen tehditlere zamanında ve etkili cevap vermeden yeni tehditlere maruz kalmakta ve kendilerini çaresiz hissetmektedirler. Bu durum karşısında kimisi yenilgiyi kabul ederek teslim bayrağını çekerken, kimisi ise müca-

¹³³ Mevlüt Uzut, Adab-ı Muaşeret-Sünnet İlişkisi, *Katre Hadis Özel Sayısı*, 4/149-153.

¹³⁴ Akpınar, İslâm Hukukunda Yeni Bir Alan: Sosyal Medya Fıkhı, 24-27.

dele etmeye devam etmektedir. Bu mücadele çerçevesinde, internete altın çağını yaşatan sosyal medyanın zararlarını en aza indirmek adına iletişim ilkelerini tespit etmek, eski ifadesiyle ilmihalini yazmak veya yeni ifadeyle medya okur-yazarlığını öğretmek önem arz etmektedir.

Hız. Peygamberin yaşadığı çağda ve toplumda iletişim araçlarında işlenen temalar mürüvvet, asabiyet ve hürriyet olarak sıralanabilir. Mürüvvet, insanın sahip olduğu ve övündüğü varlıkların ve özelliklerin başkalarının haset duygularını kamçılacak şekilde dile getirilmesidir. Bu anlamda geçmişte kullanılan iletişim araçları ile günümüzde kullanılan iletişim araçlarında bir farklılık gözükmemektedir. Geçmişteki iletişim araçlarında yiğitlik, soyluluk, içki ve eğlence ortamları ve benzerleri tema olarak işlenirken, günümüzde evler, arabalar veya insanın varlığını gösteren diğer vasıtalar başkalarını imrendirecek şekilde teşhir edilmektedir. Asabiyet, dar anlamda kan bağı, geniş anlamda kabile bağına ifade eden bir kavramdır. Geçmişte bu bağ kullanılarak üstünlük kurulmaya çalışıldığı gibi günümüzde dînî, siyasî veya sosyal aidiyetler üzerinden üstünlük arayışlarının olduğu görülmektedir. Hürriyete gelince Farabi'nin yapmış olduğu tanım diğerleri içinde en dikkat çekicidir. Farabi'ye göre hürriyet, fertlerin istek ve arzularını gerçekleştirme özgürlüğüdür. Bu tür bir özgürlüğün en tehlikeli tarafı ilkesiz ve görgüsüz bir şekilde kendi hürriyetini kullanma adına başkaları üzerinde kurulan baskıdır.

Geçmişte kullanılan iletişim araçlarına hâkim olan ilkelerin günümüz iletişim araçlarında varlığını sürdürmesi, zaman değişse de beşerî anlayışın değişmediğinin bir delilidir. Dolayısıyla ilahi vahyin ortaya koyduğu hakikat ilkelerinin tespitinin yapılması ve eşyaya yansıtılması her çağda ve coğrafyada yerine getirilmesi gereken icthadî faaliyettir. Buna göre evrensel nitelikteki samimiyet ve hakkaniyet ilkeleri iletişim alanında gözetilmesi ve üstün medeniyet açısından gelişmemiş toplumlardaki mürüvvet, asabiyet ve hürriyet ilkelerinin yerine konulması gerekli önemli değerlerdir.

Din tarafından belirlenen değer yargıları, ahlak ilminde yaşam ilkeleri haline getirilir, fıkıh ise bu ilkeleri uyulması gereken kurallara haline getirir. Dolayısıyla, dinin hayata aktarılması tekniği demek olan fıkıh, koyduğu normlar ile toplumun uyması gereken kuralları belirlediği gibi çeşitli alanlarda korunması gereken ahlak ilkeleri sayesinde dinin esas gayelerinin gerçekleşmesine de katkı sunmaktadır. Bu alanlardan birisi de iletişim araçları ve sosyal mecralardır. İletişimde dört unsur yer almaktadır. Bunlar iletişimin tarafları, iletişime konu olan ve iletişim üslubudur. Fıkıh ahlak ekseninde değerlendirildiği zaman iletişim taraflarının yani kaynağın en fazla riayet etmesi gereken ilkeler olarak mahremiyet ve davet ön plana çıkmaktadır. Burada mahremiyet ile kast edilen bireyin diğerleri ile iletişime geçme kararının yalnız kendisine ait olması, izni ve iradesi olmadan özel alanının ihlal edilmemesi ve kişisel saygınlığının çiğnenmemesidir.

Buraya adalet ilkesiyle bağlantılı telif haklarını ihlal anlamına gelen her türlü bilgi hırsızlığını da eklemek gerekir. Davet ile kast edilen ise, görüntüde, konuşmalarda ve eylemlerde daima iyiye, güzele çağırmaaktır.

İletişime konu olanda diğer bir ifadeyle mesajda ilk önce sıdk yani doğruluk, dürüstlük esas alınmalıdır. Buna göre bilgilendirmede yalana başvurmak, kabul şartlarına aykırı davranarak sözünde durmamak veya kendisine emanet edilen profile ihanet etmek nifak içine düşmektir. İletinin diğer bir özelliği ise hikmet, sosyal medyadaki mesajlarda fayda ve zararın hesabının yapılması ve olası olumsuzlukların engellenmesidir.

İletişim üslup özelliklerinin ilki meşruiyettir. Meşruiyet, dinin, yasanın veya kamu vicdanının doğru bulduğu şeydir. Sanal ortamlarda başkalarına hakaret etmek, sövmek, rencide etmek, aşağılamak veya izinsiz bilgilerin paylaşılmasıyla bilgi hırsızlığının yapılması fikhî olarak meşruiyet sınırlarını aştığı gibi uhrevî olarak da kişiyi manevi mesuliyet altına sokmaktadır. İletkenin diğer özelliği mev‘ize-i hasene/güzel öğüt olmasıdır. Özellikle seyretme, seyredilme ve kendini gösterme yani görseiliğin öne çıktığı sanal ortamda “güzel öğüt” anlamına gelecek paylaşımlarda bulunmanın zorluğu ortadayken iletinin bu özelliği farklı bir anlam kazanmaktadır.

İletilenin riayet etmesi gereken ilkelerin başında takva gelir. Takva iletişim alanında, bilgi, duygu ve biçim boyutlarıyla ele alınmalıdır. Takvanın bilgi boyutunda, bireyin nerede olursa olsun Allah’ın murakabesi altında olduğu inancı vardır. Takvanın duygu boyutunda, insanın ar perdesi olan haya duygusu bulunmaktadır. Takvanın biçim boyutu ise insanın şahsiyetini koruması şeklinde ortaya çıkmaktadır. İletilende bulunması gereken diğer ilke ise edeptir. Cürcânî’nin tanımıyla edep, kişinin toplum hayatında mahcubiyet yaşamaması için gerekli görgü kuralları bilgisine sahip olmasıdır. Bu kurallar insanların birbirlerini gördükleri, duydukları ve aynı ortamı paylaştıkları yerlerde riayet edilmesi gerekli kurallar olduğu gibi, sanal dünyada da riayet edilen kurallar olmalıdır. Fakat modern iletişim araçları internet ve sosyal medya üzerinden görüşme, görüntü üzerinden konuşma ve aynı ortamı paylaşmanın yapıldığı bu ortamlar, maalesef toplumların hayatlarında asırlardan süzülüp gelen edep kurallarının en çok ihlal edildiği yerler haline gelmiştir. Gerçek hayatta başkalarının bakması rahatsızlık yaratacak fotoğrafların sanal ortamlarda paylaşılmasının normal karşılanır hale gelmesi bunun en bariz örneklerindedir.

Son olarak, iletişim ahlakı aslında iletişim araçlarını üretenlerin kendi düşünce ve değerlerinin yansıdığı bir alandır. Günümüz iletişim ahlakından rahatsız olanların -ki İslâm dünyası bu rahatsızlığı yaşamaktadır- yapmaları gereken kendi duygu, düşünce ve değerleriyle bağdaşan web siteleri ve yazılım programları geliştirmek ve bu sektörde varlıklarını, ağırlıklarını hissettirecek yatırımları yapmaktır.

KAYNAKÇA

Abdulvehhab, Lutfi. *Kitabu'l-arab fi'l-'usuri'l-kadîme*. Beyrut: 2. Basım, Daru'l-Marife, ts.

Acar, Nihal. *Siyasi Eylemlerde Sosyal Medya Örgütlenmesi: 15 Temmuz Darbe Girişimi ve Demokrasi Nöbetleri*. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. 49.

Ahmed b. Hanbel, Ebu Abdillah Ahmed b. Hanbel b. Hilal b. Esed eş-Şeybânî. *el-Müsned*. Thk. Şuayb el-Arnâvud v.dğr. Dimaşk: Dâru'r-Risâle, 1421/2001.

Akpınar, M. Raşit. "İslâm Hukukunda Yeni Bir Alan: Sosyal Medya Fikhi", *Din ve Hayat*. Erişim 21 Aralık 2019. <https://webdosyasp.diyaret.gov.tr/muftuluk/>

Akseki, Ahmed Hamdi. *Ahlak dersleri*. İstanbul: 1968.

Aktan, Hamza. "Hz. Peygamber Döneminde Kölelik Olgusu ve İnsan Özgürlüğüne Kur'ânî Yaklaşım". *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* Erişim 1 Ocak 2020. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniilah/issue/2732/36341>

Aktaş, Cihan. *Mahremiyetin Tükenişi*. İstanbul: Nehir Yayınları, 1995.

Ali Haydar Ef. (Büyük) *Usûl-i Fıkıh Dersleri*, İstanbul ts.

Atakan, Altınörs. *Platon ile Aristoteles'in Retorik Anlayışlarının Karşılaştırılması*. *EKEV Akademi Dergisi*, 49.

Aybakan, Bilal-Dönmez, İbrahim Kâfi. "Meşrû", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 29/378-383, İstanbul: TDV Yayınları, 1991.

Ayten, Erol. "Fıkhi Bakış Açısıyla Ahlaki Değerlerin Kazandırılması". *Kırkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 6/2. (Temmuz 2016).

Ayverdi, İlhan. *Misalli Büyük Türkçe Sözlük (Kubbealtı Lügatı)*. İstanbul: Kubbealtı Neşriyat, 2005. 2/1907.

Bilmen, Ömer Nasuhi. *Hukukî İslâmiyye ve İstilahatı Fıkhiyye Kamusu*. 8 Cilt. İstanbul: Bilmen Yayınevi, 1985.

Buhârî, Alâuddîn Abdülaziz b. Ahmed b. Muhammed. *Keşfu'l-esrâr an usûl-i Fahri'l-İslâm el-Bezdevî*, 1/5.

Buhârî, Ebû Abdillâh Muhammed b. İsmail. *el-Câmi'u's-şâhih*. Nşr. Muhammed Züheyr b. Nasr. 8 Cilt. b.y. Dâru Tavki'n-Necât, 2. Basım, 1422/2001.

Bidb, İTÜBİDB BİLGİ İŞLEM DAİRE BAŞKANLIĞI. "Seyir defteri". Erişim 28 Ocak 2020. <https://bidb.itu.edu.tr/se-yir-defteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarih%C3%A7esi>

Çağrı, Mustafa v.dğr. "Adalet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, 1/343-344.

İstanbul: TDV Yayınları, 1991.

Çağrı, Mustafa. "Asabiyet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, 3/453-455, İstanbul: TDV Yayınları, 1991.

Çağrııcı, Mustafa. “Hürriyet”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, 18/502-505, İstanbul: TDV Yayınları, 1991.

Çağrııcı, Mustafa. “Mürüvvet”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, 32/814-817, İstanbul: TDV Yayınları, 1991.

Çağrııcı, Mustafa. “Tecessüs”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, 40/246, İstanbul: TDV Yayınları, 1991.

Çalık, Nilüfer Sena. “Beden, Mesken ve Bilgi Mahremiyeti Açısından Sosyal Medyadaki Tasarrufların Fkhî Açısından Değerlendirilmesi”, *Turkish Academic Reserarch Review*, 3/1.

Çalışkan, Mustafa- Yunus Mencik. “Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya”, *Akademik Bakış Dergisi*, 50, Temmuz Ağustos 2015.

Çolak, Abdullah. *İslâm Hukuk Tarihi ve İslâm Hukukunun Delilleri*. İstanbul: y.y., 2018.

Çögenli, M. Sadi. *Âyet ve Hadis Örnekli Belağat*. Erzurum: 2012.

Dabner, N.(2012). “Breaking Ground” in the Use of Social Media: A Case Study of a University Earthquake Response to Inform Educational Design with Facebook”, *Internet and Higher Education*,15/1, 69-78.

Dârimî, Ebu Muhammed Abdullah b. Abdurrahman b. el-Fadl b. Behram b. Abdussamed. *Sünen-i Dârimî*. Thk. Hüseyin Selim Esed ed-Dârânî. Riyad: Dâru’l-Muğnî, 1412/2000.

Demir, Ş.Ş.- Kozak, M. *Tüketici Davranışları*. Ankara: Detay Yayıncılık, 2013.

Dereli, Mustafa Derviş. “Gözetim toplumunda Sosyal Medya ve Mahremiyetin Dönüşümü”, Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu, Mart 2015.

Doğru, Mehmet. *Güzel ve Etkili Konuşma Sanatı*. İstanbul: Damla, 2010.

Duman, M. Zeki. *Kur’ân-ı Kerîmde Âdâb-ı Muaşeret*, İstanbul: Tuğra Yayınları, 1991.

Durmuş, İsmail. “Şiir”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 39/158-161, İstanbul: TDV Yayınları, 1991.

Ebû ‘Abdirrahmân Halîl b. Ahmed. *Kitâbü’l-‘Ayn*. Müessesetü’l-A‘lemî. 2/38-40. Beyrut: 1988.

Ebû Bekr Şemsü’l-Eimme Muhammed b. Ebî Sehl Ahmed es-Serahsî. *el-Mebsût*. 15 Cilt. Beyrut: Daru’l-Marife, 1993.

Ebû Mansûr Muhammed b. Ahmed el-Ezherî. *Mu‘cemu tehzîbi’l-lüğâ*, Beyrut: Dâru’l-Ma‘rife, 1999.

Ebu’l-Fadl Cemalüddîn Muhammed b. Mükerrrem İbn Manzûr. *Lisâ-nü’l-‘Arab*. Beyrut: Dar Sâder, 2003.

Ebu’l-Huseyn Ahmed b. Fâris. *Mu‘cemü mekâyîsi’l-lüğâ*. Beyrut: Dâru İhyâi’t-Türâsi’l-‘Arabiyye, 2001.

Ebu’l-Kâsım Hüseyin b. Muhammed Râğîbel-İsfehânî. *el-Müfredât fi ğarîbi’l-Kur’ân*. Beyrut: ed-Dâru’ş-Şâmiyye, 1997.

Ebü'l-Hüseyn Ahmed b. Ebî Bekr Muhammed b. Ahmed el-Kudûrî. *Muhtasar 'ul Kudûrî*. Thk. Kamil Muhammed Muhammed Avide. Beyrut: Daru'l Kutubi'l İlmiyye, 1997.

Ebüssuud Efendi. *Tefsiru Ebüssuud: İrşadü'l-akli's-selim ila mezaya'l-Kur'an-i'l-Kerîm*, 1/276, Kahire: Dâru'l-Mushaf, 1997.

Ekinci, Fatma. “Çağın Etkin İletişim Aracı İnternet Üzerinden Tebliğ Faaliyeti Yürütmek”, İslâmi İlimlerde Metodoloji /Usûl Problemi-II, Tartışmalı İlmî İhtisas Toplantıları, 2008.

Fârâbî, Ebu Nasr. *es-Siyâsetü'l-medeniyye*. Thk. Fuad Abdu'l-mun'im. İskenderiyye: Şebabu'l-camia.

Fikriyat. “Kültür-Sanat”. Erişim 14 Şubat 2018.

<https://www.fikriyat.com/arama?query=radyonun%20bilkuvve%20mucidi%20nikolai%20tesla>

Gazzâlî, Ebu Hâmid Muhammed b. Muhammed. *İhyâu ulumu'd-dîn*. Beyrut: Dâru'l-Marife, ts.

Gazzâlî, Ebu Hâmid Muhammed b. Muhammed. *Mizânü'l-amel*. Thk. Süleyman Denya. Mısır: Dâru'l-Marife, 1964.

Göneç, Levent. “Meşruiyet Kavramı ve Anayasaların Meşruiyeti Problemi”, 1/50. (Ankara: 2001).

Görgülü, Ülfet. “Din İşleri Yüksek Kuruluna Gelen Sorular Bağlamında Mahremiyet Algıları”, *Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*. (Mart 2015).

Hacak, Hasan. İslâm Hukukunun Klasik Kaynaklarında Hak Kavramının Analizi. İstanbul: Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2000.

Harekât, İbrahim. “Berîd”, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 5/498-501, İstanbul: TDV Yayınları, 1991.

Hazar, M. “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 32. (2011).

İbn Kayyim el-Cevziyye. *Medaricu's-sâlikin*. 1/517.

İbn Kuteybe. *Uyûnü'l-ahbâr*. 1/411-413.

İbn Mâce, Ebu abdillah Muhammed b. Yezid el-Kazvîni. *Sünen-i İbn Mâce*. Thk. Şuayb

el-Arnâvud v.dğr. Dımeşk: Dâru'r-Risâle. 1430/2009.

İbn Recep. *Camiu'l-ulum ve'l-hikem*. 1/402.

İlhan Ayverdi. *Misalli Büyük Türkçe Sözlük (Kubbealtı Lügatı)*. 3 Cilt. İstanbul: Kubbealtı Neşriyat, 2005.

İsmâil b. Hammâd el-Cevherî. *es-Sihâh fi'l-lüğa ve'l-'ulûm*. Beyrut: Dâru'l-Hadâratı'l-'Arabiyye, 1974.

Kahraman, Abdullah, “Mahremiyetin Tanımı ve Sınırı”, *Din Gelenek ve Ahlak Bağlamında Mahremiyet Algıları Sempozyumu*. Ed. Yavuz Ünal v.dğr. (Samsun: Ordu İlahiyat Vakfı Yayını, 2015).

Karagöz, İsmail, “Kur’ân’da Sıdk Kavramı ve Sâdik İnsan”, *Diyanet İlmî Dergi* 37/1, (Ankara 2001), 104-128.

Karaman, Hayrettin. *Anahatlarıyla İslâm Hukuku*. İstanbul: Ensar Neşriyat, 1987.

Kâsânî, Alâüddîn Ebû Bekr b. Mes’ûd b. Ahmed. *Bedaiu’s-sanâi’fi tertîbi’s-şerâ’i*. 10 Cilt. Beyrut: Daru’l Kutubi’l İlmiyye, 1986.

Kazancı, Ahmet Lütfi. *Peygamber Efendimizin Hitabeti*. İstanbul: Ensar, 2015.

Kazıcı, Ziya. *İslâm Müesseseler Tarihi*. İstanbul: Kayıhan Yayınları, 1996.

Kıranşal, Abdulaziz. *Sosyal Medya İlmihali*. Ankara: MGV Yayınları, 2015.

Lietsala, K.-Sirkkunen, E.. *Social Media: Introduction to The Tools And Processes of Participatory Economy*”, Finland: Tampere University Press, 2008.

Maraz, Hüseyin. Ötekileştirici Örgütlenmenin Tehdit Olarak Gördüğü Dört Ahlaki Değer: Adalet-Hakkaniyet ve Liyakat. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi* 6/2, 2017.

Martı, Huriye. “Hz. Peygamber’in Hadislerinde Beden ve Mahremiyeti”, *Marife*, 9/2 (Güz 2009). <https://doi.org/10.5281/zenodo.3344072>

Meggs, Philip. *A History of Graphic Design*. John Wiley & Sons, Inc. 1998.

Molla Hüsrev, Muhammed b. Feramuz, *Mir’âtü’l-usûl şerh-i Mirkâtî’l-vusûl ilâ ilmi’l-usûl*, İstanbul.

Müslim, Ebû’l-Hüseyn Müslim b. el-Haccâc. *el-Câmi’u’s-şahîh*. Nşr. Muhammed Fuâd Abdülbâkî. Kahire: y.y.

Öndağ, Faruk. *İnternet Çağında Pozitif Ebeveynlik*. İstanbul: Timaş Yayınları, 2015.

Özafşar, Mehmet Emin. “İslâm’da Haber Konsepti ve İletişim Ahlâkı”. İsamveri. Erişim 8 Şubat 2020. http://isamveri.org/pdfdrgr/D179166/2007/2007_OZAFSARME.pdf

Özdeş, Talip. “İslam’ın Ferdi ve Sosyal Hayata Taşınmasında Hikmet’in Esas Alınması”, *İslâmî Araştırmalar Dergisi* 14/2, (2001), 307-315.

Özek, Ali- Gümüş Sadreddin. *Belağat*. İstanbul: İFAV yayınları, 1983.

Özmen, Feriha. “Dönemin Şiirlerinden Örneklerle Câhiliyye Araplarında Ahlak”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 1/3, (2012), 30-328.

Sarıcık, Murat. “Cahiliye Döneminde Arap Yarımadası Panayırıları”. *Süleyman Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 2/31 (Aralık 2013), 109-130.

Seyyid Şerif Cürçânî. *Mucemu’t-tâ’rifât*, Thk. Muhammed Sıddik el-Minşâvî, Kahire: Dâru’l-Fâile, 2004.

Sözlük. Erişim 15 Aralık 2019. <https://kelimeler.gen.tr/iletisim-nedir-ne-demek-162937>

Şeker, Mehmet. *İslâm'da Sosyal Dayanışma Müesseseleri*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, 2003.

Talib Kabadayı, “Hakkaniyet Adaletin Temelidir”, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 15 (Haziran 2013), 49-57.

Telman, Nursel-Ünsal, Pinar. *İnsan İlişkilerinde İletişim*. İstanbul: Epilsson Yayınları, 2009.

Teknolojioku. “İlk bilgisayarın icadı”. Erişim: 08 Ocak 2020.

<https://teknokoliker.com/2017/09/televizyonun-icadi-ve-gelisim-tarihcesi>

Türkmen, Ali. “İslâmî İletişimde Konuşma ve Dinleme Ahlakı”, *Kur’ân Mesajı: İlmî Araştırmalar Dergisi* 1/1, 1997.

Türkmen, Ali. *İslâm İletişim Hukuku*. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 1995. [https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp//file:///C:/Users/HP/Downloads/042368%20\(1\).pdf](https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezSorguSonucYeni.jsp//file:///C:/Users/HP/Downloads/042368%20(1).pdf)

Tirmizi, Muhammed b. İsa. *Sünen-i Tirmîzî*. Thk. Beşşar ‘Avad. Beyrut: Dâru’l-Garbi’l-İslâmî, 1998.

Uludağ, Süleyman. *İslâm'da Emir ve Yasakların Hikmeti*. Ankara: TDV Yayınları, 1997.

Uzut, Mevlüt. “Adab-ı Muaşeret-Sünnet İlişkisi”, *Katre Dergisi Hadis Özel Sayısı*, 4.

Üstünel Gülcan. *Etkili İletişim ve Beden Dili*. Tekirdağ: T.C. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2011.

Vural, Akıncı. “Yeni Teknoloji ve Halkla İlişkiler: Halkla İlişkiler Alanında İnternet Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”. *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, 21.Yüzyılda Halkla İlişkilerde Yeni Yönelimler, Sorunlar ve Çözümler*. (Nisan 2006).

Yaman, Ahmet. “Fıkıh-Ahlak İlişkisi”, *Usul İslâm Araştırmaları*. 9/9. (Haziran 2008), 87-118.

Yavuz, Mehmet Cihan- Haseki Murat İsmet. “Konaklama İşletmelerinde E-Pazarlama Uygulamaları: E-Medya Araçları Temelinde Bir Model Önerisi”. Researchgate. Erişim 19 Ocak 2020. https://www.researchgate.net/publication/322657236_Konaklama_Isletmelerinde_E-Pazarlama_Uygulamaları_E-Medya_Araçları_Temelinde_Bir_Model_Onerisi_E-Marketing_Practices_in_Hospitality_Establishments_A_Proposal_Model_Based_on_E-Media_Tools

Yavuz, Yunus Vehbi. “Sebeup-İllet-Hikmet Açısından Kur’ân Hükümlerine Bir Bakış”, İsamveri. Erişim 1 Ocak 2020. http://isamveri.org/pdfdrq/D073081/2005/2005_YAVUZV.pdf

Yıldız, Hakkı Dursun v.dğr. “ARAP (Edebiyat)”. *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. Ankara: TDV Yayınları, 1991.

Yiğit, Yaşar. *İslâm Ceza Hukuku Hükümlerin Yürürlüğü*, Ankara: Sistem Ofset Yayıncılık, 2012.

Yüksel, Mehmet. “Mahremiyet Hakkı ve Sosyo-Kültürel Gelişimi”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 64/1. (2009), 275-298. https://doi.org/10.1501/SBF_der_0000002130 Sözlük, Erişim 15 Aralık 2019. <http://sozluk.gov.tr.136>.

Zebîdî, Muhammed b. Muhammed b. Abdurrazzak el-Hüseynî. *Tâcu'l-arus min cevâhiri'l-kâmûs*. Y.y. Dâru'l-Hidâye, ts.

Wearesocial. “Global Dijital Overview 2019”. Erişim 18 Aralık 2019. <https://wearesocial.com/digital-2019>