

Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi

Haziran 2021

Yıl 11, Sayı 1, ss.05-26.

DOI: <https://doi.org/10.20493/birtop.860619>

Makale Türü: Araştırma makalesi

Geliş Tarihi: 25.01.2021

Kabul Tarihi: 07.04.2021

Journal of Individual & Society

June 2021

Year 11, Issue 1, pp.05-26.

Article Type: Research article

Submitted: 25.01.2021

Accepted: 07.04.2021

Atf Bilgisi / Reference Information

AVCI, N. & TOPÇU, D. (2021). Sosyal Medya, Dil ve Edebiyat, Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi, 11 (1), 05-26.

SOSYAL MEDYA, DİL VE EDEBİYAT

SOCIAL MEDIA, LANGUAGE AND LITERAURE

Nazmi AVCI

Prof. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü
Prof. Dr., Manisa Celal Bayar University, Faculty Of Science And Literature, Sociology.

e-posta: nazmi.avci@cbu.edu.trORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1904-2353>

Damla TOPÇU

Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi

Süleyman Demirel University, Institute of Social Sciences Postgraduate Student

e-posta: damlatopcukars@gmail.comORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1594-6806>

Öz

Yeni iletişim teknolojileri ve bunların yanı sıra ortaya çıkan sosyal medya, toplumsal yaşamı önemli derecede etkilemektedir. Sosyal medyanın birçok alanı etkilemesi ve kendisinin de bu alanlardan etkilenmesi onu ilgi çekici hale getirmektedir. Sosyal medyanın dil ve edebiyat üzerinde de olumlu-olumsuz etkilerinin olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada, sosyal medyanın dil ve

alışılmış edebiyat anlayışımız üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır. Sosyal medya aracılığıyla bilgiye kolay yoldan ulaşılabilmesi ve sosyal medyanın edebiyata bilgi kaynağı sağlaması edebiyat alanını olumlu etkilemektedir. Ancak bu durumda internet kaynaklı bilginin teyit edilmesi önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra sosyal medyanın popüler olması ve aynı anda birçok kişiye ulaşılmasına imkân sağlaması, yazar ve şairlerin dikkatini çekmektedir. Sosyal medya, bu yazarlar ve şairler ile kendine özgü bir dil ve edebiyat anlayışı geliştirmektedir. Bu durumda dil ve alışılmış edebiyat anlayışımızda kırılmalar yaşandığı görülmektedir. Sanal edebiyatın gerçek edebiyatın önüne geçmeye başlaması ile edebi ürünlerin, estetikten yoksun, gerçek okuyucu kitesinden uzak, basit ürünler olmaya başladıkları görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Dil, Edebiyat, Yozlaşma.

Abstract

New communication technologies as well as the emerging social media significantly affect social life. The fact that social media affects many areas and that it is affected by these areas makes it interesting. It is seen that social media has positive and negative effects on language and literature. Therefore, in this study, it is tried to understand how social media has an effect on our understanding of language and literature. Easy access to information through social media and the fact that social media provides a source of information positively affect the field of literature. However, in this case, it is important to confirm the internet-based information. In addition, the popularity of social media and its ability to reach many people at the same time attracts the attention of writers and poets. Social media develops a distinctive understanding of language and literature with these writers and poets. In this case, it is seen that there are breaks in our understanding of language and usual literature. As virtual literature starts to take precedence over real literature, it is seen that literary products start to be simple products that lack aesthetics and are far from the real audience.

Keywords: Social Media, Language, Literature, Corruption.

GİRİŞ

Günümüzde sosyal medya, milyonlarca insanın rahatlıkla ulaşabileceği bir iletişim platformu sunmaktadır. Bu özelliği sosyal medyayı popüler hale getirmektedir. İnternetin popüler kullanım alanı olan sosyal medya, kültürden edebiyata, politikadan ekonomiye birçok alanı etkilemekte ve kendisi de bu alanlardan etkilenmektedir.

Sosyal medya, her türlü bilginin paylaşıldığı bir platform olmasından dolayı birçok kullanıcının odak noktası haline gelmiştir. Yazar ve şairlerin de odak noktası haline gelen sosyal medyanın, dil ve edebiyat üzerinde önemli etkilerinin olduğu görülmektedir. Sosyal medyanın çok popüler olması, milyonlarca kullanıcıya sahip olması, sınır tanımayan özgürlük anlayışı ve birçok bilgiye ulaşılmasını kolaylaştırması gibi özellikleri yazar ve şairlerin ilgisini çekmiştir. Bu yönüyle edebiyatı etkileyen sosyal medya, kendine özgü bir dil ve edebiyat anlayışı geliştirmiştir. Sosyal medyanın bu kendine özgü dil ve edebiyat anlayışının Türkçe ve alışılmış edebiyat anlayışı üzerinde olumlu-olumsuz etkilerinin olduğu gözlemlenmektedir. Bu nedenle sosyal medyanın bilinçli kullanılması bu noktada önem arz etmektedir.

Dil ve kültür bir milleti oluşturan özgün değerler arasında yer almaktadır. Dilden ve kültürden beslenerek kişileri ve toplumu besleyen, estetik yargılarına, insanî sanatsal ihtiyaçlarına karşılık veren edebiyatın dili ve kültürü etkileyen her alandan kendisinin de etkilendiğini söylemek mümkündür. Sosyal medyanın günümüzde dil ve kültürün kendisini gösterdiği bir sahne olduğu göz önünde bulundurulduğunda edebiyata etkisi daha net anlaşılacaktır.

Sosyal medyanın Türkçe ve alışılmış edebiyatı etkilemesi, edebi ürünlerin hem biçimini hem de kalitesini etkilemektedir. Sosyal medya şair ve yazarlarının birçok kişiye ulaşmak ve dikkat çekmek adına ürünlerini hızlı ve özentisiz bir şekilde meydana getirmeleri, yabancı kelimeleri kullanmaları, ürünlerini basit ve estetikten yoksun bir hale getirmektedir. Bu durum, dilin ve edebiyatın yozlaşmasına, milli kültürümüzün zarar görmesine neden olmaktadır. Sosyal medya, kültürel unsurları olduğundan daha ileriye taşımak için kullanılırsa ya da sanal edebiyat

gerçek edebiyattan beslenirse milli kültür unsurlarımız yozlaşmaktan korunmuş olur.

Bu çalışmada; eleştirel bir bakış açısından hareketle sosyal medyanın kendine özgü dil ve edebiyat anlayışının, dilimiz ve alışılmış edebiyat anlayışımız üzerinde nasıl bir etki yarattığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmada teorik verilerden yola çıkılarak konuya açıklık getirilmeye çalışılmıştır.

1. İNTERNETİN POPÜLER KULLANIM ALANI: SOSYAL MEDYA

İnternet dünyada ve Türkiye’de 1995 yılından sonra yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla internetin 20-25 yıldır toplumsal yaşam içerisinde yer aldığı görülmektedir. İnternetin kullanılmasına olanak sağlayan cihazların icat edilmesi ve internetin kendi içinde gelişim göstermesi toplumsal alanda internetin kullanımını doğrudan etkilemiştir (Irak & Yazıcıoğlu, 2012, s.7). 21. yüzyılda teknolojinin gelişmesi ile yayılan medya, insanlara büyük kolaylıklar sağlamaktadır. İnternet aracılığıyla birçok bilgiye daha rahat şekilde ulaşılmasına olanak sağlanmıştır. Bilgiye ulaşımın kolay olmasının sebebi bir yerde bilginin paylaşımının da kolay olmasından kaynaklanmaktadır. Herkes her konuda istediği bilgiyi internet ortamına yayabilmekte, kullanıcılar da genellikle bilginin doğruluğu üzerinde düşünmemekte ya da araştırmamaktadır. Kişi, bilgi kirliliğinin yoğun olduğu bu ortamda ulaşılan bilgilerin doğruluğunu araştırmak, sorgulamak zorunda kalmaktadır. Bu bilginin sorgulanması, kritiğinin yapılması özel düşünme becerileri gerektirmektedir. Bu durumda medyayı doğru kullanan insanların yetiştirilmesi önem kazanmaktadır (Karadeniz & Özdemir, 2018, s. 251).

Tarihe sahip her unsur gibi internet de büyük değişimler yaşamıştır. Yahoo, Altavista, WebCraw gibi birçok arama motoru kullanılmış; 1998 yılında kurulan Google, bu arama motorlarını geri planda bırakmıştır. Sonrasında yaşanan teknolojik gelişmeler, sosyal medyayı gündeme getirmiştir. YouTube sitesinin kurulması ile sanal kimlikler sanal cemaatlere dönüşmüş, Facebook’un doğuşu ile sanal kimlikler sanal

dünyayla tamamen temas etmeye başlamıştır. Facebook ile sanal ve gerçek yaşam iç içe geçmiştir. Sosyal medyanın önemli mecralarından biri de Twitter'dır. Twitter'ı Facebook'tan ayıran özellik, Twitter'ın daha basit olması ve anında paylaşımı mümkün kılmasıdır (Irak & Yazıcıoğlu, 2012, s.14-20).

Medya, Türk Dili Kurumu sözlüğünde “*iletişim ortamı/ iletişim araçları*” karşılığı ile verilmektedir (<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 25.08.2020). İnsanların zamansal ve mekânsal farklılıktan dolayı kuramadıkları iletişim medya ile mümkün olmaktadır (Anık, Kırık & Soncu, 2017, s.46). Alioğlu sosyal medyanın, “*insanların bilgiyi, haberi, içeriği nasıl paylaştığı, keşfettiği, okuduğu konusundaki değişiklikler*” anlamında kullanıldığını ifade etmektedir. Ona göre sosyal medyanın yaygınlaşması, insanların mesleki, politik, kişisel alanlarda ilişkilerini güçlendirmelerine yardımcı olmaktadır (2013, s.256). İnternet ve sosyal medya, her türlü bilginin paylaşıldığı oldukça geniş bir iletişim platformudur. Bu platformda insanlar birbirleriyle haberleştikleri gibi sosyal paylaşım sitelerinde duygu ve düşüncelerini, isteklerini aktarma olanağı da elde etmektedirler (Kırık, 2013, s.86). Sosyal ağlar, bloglar, sohbet siteleri, anlık mesajlaşma programları gibi internet siteleri içerik ve bilgi paylaşımını mümkün kılmakta ve giderek artan sayıda insan da bu bilgi ve içeriklere ulaşma olanağına sahip olmaktadır (Öztürk & Talas, 2015, s.108). Sosyal medya ile farklı gruplar bir araya gelirken, toplumsal bilgi alışverişi de gerçekleşmektedir. Facebook, Instagram, YouTube gibi sosyal paylaşım siteleri ile görsel ve işitsel unsurlar paylaşılırken bilgi alışverişi de yapılmış olmaktadır (Anık, Kırık & Soncu, 2017, s.48).

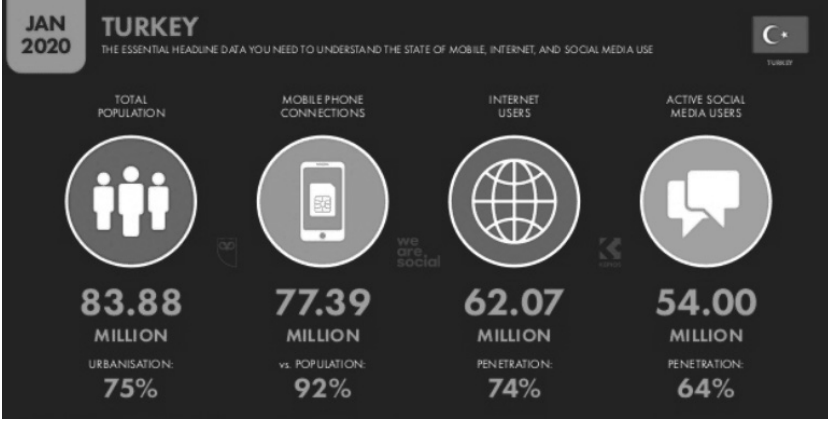
Kara'ya göre sosyal medyanın fonksiyonel dağılımı; sosyal ağ siteleri, fotoğraf ve video paylaşım siteleri, bloglar, mikro bloglar, sanal yaşam simülasyonları, wiki'ler ve sanal oyun simülasyonları olmak üzere yedi tanedir. Sosyal ağ siteleri, kişisel profil oluşturulmasına, tanıdık insanların davet edilerek bir grup oluşturulmasına, oyun oynamaya, üyelerin birbirlerine e-posta ve mesaj göndermelerine olanak veren bir uygulamadır. Google, Facebook, MySpace, LinkedIn popüler olan sosyal ağ siteleridir. Fotoğraf ve video paylaşım siteleri ise kişilerin, kendisinin

ya da başkasının oluşturduğu fotoğraf ve videoları paylaşabilmelerine olanak veren bir sosyal medya uygulamasıdır. YouTube ve Flickr başta olmak üzere Instagram da bu kategori içerisinde ele alınmaktadır (Kara, 2013, s.73-74).

Günlük siteler olan bloglar, kullanıcıların gönderilerini kronolojik olarak yayınlayan ve bunları video, ses ve fotoğraf ile destekleyen sitelerdir. Mikro bloglar ise insanların anlık olarak ne yaptıklarını başkalarıyla paylaşılmasına olanak veren bir sosyal medya uygulamasıdır. En popüler mikro blog servisi Twitter'dır. Kısa içeriklerin paylaşıldığı Twitter'da blog yazısı 140 karakter ile sınırlıdır. Sanal yaşam simülasyonları, fertlerin sanal dünyada ikinci bir yaşam sürmesini sağlayan, etkileşimin olduğu oyun siteleridir. Bu sitelerde gerçek yaşamın bir simülasyonu yaşamaktadır. Sanal oyun simülasyonları ise, tanıdık ya da tanımadık insanların birbirleriyle karşılıklı oyun oynadıkları, mesajlaştıkları, grup oluşturdukları sosyal ağ siteleridir. Kullanıcıların herhangi bir konuda bildiklerini ilgili konu başlığının altına yazmaları ile oluşan sayfalar da wikilerdir. Önde gelen wiki sayfaları Wikipedia ve Wikibook'tur (Kara, 2013, s.74-75). Wikiler, bilginin yayılmasını sağlayan en önemli sosyal medya uygulaması olarak karşımıza çıkmaktadır (Babür Tosun & Levi, 2010, s.102).

We Are Social 2020 raporunun sonuçlarına göre dünyada sosyal medya kullanıcısı 3.80 milyara ulaşmıştır. Dolayısıyla dünya genelinde her iki kişiden birinin sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir. Bu durum sosyal medyanın popüler hale geldiğini yansıtmaktadır. Facebook, 2.49 milyar kullanıcısıyla en çok kullanılan sosyal medya uygulamasıdır. Facebook'u 2 milyar kullanıcısı ile YouTube, 1.6 milyar kullanıcısı ile WhatsApp takip etmektedir. Türkiye, sosyal medya kullanımında dünya genelinde ilk 10'a girmiştir. Bu da Türkiye'de sosyal medya kullanıcısının oldukça fazla olduğunu göstermektedir. Şekil 1'de We Are Social 2020 raporuna göre Türkiye'de internet, sosyal medya ve mobil kullanıcı sayıları yer almaktadır (<https://dijilopedi.com> Erişim Tarihi: 31.08.2020):

Şekil 1. Türkiye’de İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı Sayıları



Bu rapora göre Türkiye nüfusunun %74’ü (62 milyon) internet kullanıcısı, %64’ü (54 milyon) sosyal medya kullanıcısı, %92’si (77 milyon) ise mobil kullanıcısıdır. Dolayısıyla Türkiye’de sosyal medya, internetin popüler kullanım alanını oluşturmaktadır.

İnternetin popüler kullanım alanı olan sosyal medya zaman ve mekân ayırımını ortadan kaldırarak, sosyalleşmeye olanak sağlamaktadır. Toplumda yaşanan kopuk ilişkilere rağmen sosyal medyada ilişkiler süreklilik göstermektedir. Dolayısıyla sosyal medya, insanın sosyalleşmesini tamamlayan bir bileşen olarak görülmektedir (Öztürk & Talas, 2015, s.118). Yaşamın olduğu her yerde sosyallik ve sosyalleşme vardır. Sosyal medya ortamı da sosyalliğin ve sosyalleşme olanağının olduğu ortamlardır. Sosyal medyada kurulan arkadaşlıklar, atılan tweetler de sosyalleşme açısından önemlidir. Sosyal medya ağları içerisinde oluşturulan uygun bir zemin, etkileşim ve anlayış ile toplumsal norm ve değerler, davranışlar, kültürel öğeler bireye kazandırılabilir (Kara, 2013, s.79-81).

İnternet ve sosyal medya, tüm kesimler için birçok şeyi kolaylaştırmış, bilginin yayılmasını, haberleşmeyi, metinlerin dolaşımını, bir grup oluşturmayı problem olmaktan çıkarmıştır. Sınır tanımayan sosyal medya, geleneksellikte var olan kalıpları ortadan kaldırmıştır. Sosyal

medya, farklı grupları bir araya getirme, düşüncelerini ifade etme, paylaşım yapma gibi özelliklere sahiptir. Sosyal medyanın her şeyi kolaylaştırma özelliği birçok değişikliğin meydana gelmesine de neden olmaktadır. Sosyal medyada her türlü paylaşım çok hızlı yayılmaktadır. Ancak yapılan paylaşımların denetlenmemesi, sonuçlarının da neler olabileceğinin kestirilmemesine neden olmaktadır (Çakır, 2013, s.25).

Sosyal medya ile farklı coğrafyalardaki insanlar birbirleri ile iletişime geçebilmektedir. Bu yönüyle sosyal medya, topluma çeşitli imkânlar sunmaktadır. Sosyalleşme aracı olma özelliğini devam ettiren sosyal medyanın; yeni oluşumları, yeni arkadaşlıkları, yeni bilgileri olanaklı hale getirmesi, gözetlenme riskini arka plana itmiş, sosyal medya kullanımının devamlılığını beraberinde getirmiştir (Çakır, 2013, s.37-38). Ancak sosyal medyanın tüm kesimler –yıldırıncılar, ahlak yoksunları, suç işleyenlerin de içinde bulunduğu- tarafından kullanılması sosyal medyanın kötüye kullanılmasına da neden olabilmektedir. Bu durumda sosyal medya, tüm olumlu yönlerine rağmen topluma zarar vermek isteyenler tarafından kötüye kullanılacak bir imkânı da sunmuş olmaktadır (Lökke, 2018, s.49).

Sosyal medya, insanlara birçok fırsat sunmaktadır. İnsanlar bu fırsatları iyi değerlendirdiklerinde olumlu sonuçlar elde edilecektir. Aksi bir durumda ise olumsuz sonuçlarla karşılaşılacak ve milli kültür unsurlarımız zarar görecektir. Dolayısıyla sosyal medya ile yapılan paylaşımların -gelecek nesli de etkileyeceği göz önünde bulundurularak-dilimizin ve kültürümüzün yozlaşmasına müsaade etmeyecek şekilde düzenlenmesine özen gösterilmelidir.

2. SOSYAL MEDYADA DİLİN KULLANIMI

Dil, insanlar arasında iletişimi mümkün kılması bakımından oldukça önemli bir yere sahiptir. İnsanların bir arada yaşamasının bir sonucu ve gereği olan dil, bir topluluğu millet yapan unsurlar arasında yer alması bakımından da önemlidir. Bir milletin devamlılığını sağlayan değerler; dil, din, örf, adet ve tarihtir. Bu nedenle dil, en güzel ve en etkili şekilde kullanılmalı, dilin yozlaşmasına müsaade edilmemeli

ve yeni nesiller bu dil şuurunu ile yetiştirilmelidir. Dil, kişinin kendisini ifade edişinin temel yapı taşıdır. Kişiler kendilerini ifade de güçlük çektikçe kaos artacaktır. Anlaşılmamanın verdiği travma, ötekileşme ve yalnızlık toplum içerisinde muhtelif problemlere sebebiyet verecektir (Bayar, 2016, s.428).

Bütün toplumlarda sözlü, yazılı ve sanal bir iletişimin var olduğu bilinmektedir. Bu iletişim türlerinin yoğun olarak kullanılması zamansal olarak farklılık göstermektedir (Alav, 2020, s.62). Örneğin, ilkel toplumlarda sözlü iletişim ağırlıklı iken günümüz dünyasında sanal iletişimin ağırlıkta olduğu gözlemlenilmektedir. Ancak kişinin kendisini daha iyi ifade edebileceği temel araç anadildir. Dilin öğrenilmesi ve etkili bir şekilde kullanılması için o dilde yazma, dinleme, konuşma ve o dilin dilbilgisi kurallarını öğrenme gibi alanlarda başarılı olmak gerekir. Bugün Türkçenin, hem yazıda hem de konuşmada doğru bir şekilde kullanılmadığı gözlemlenilmektedir. Bu durum okuma alışkanlığıyla ilgilidir. Okuma alışkanlığı olmayan birinin etkili bir şekilde konuşması ve yazması pek mümkün görünmemektedir (Bayar, 2016, s.429-432).

Yapısalcıların dilin yapısının insanları kısıtladığı görüşünün aksine Derrida, dilin insanları kısıtlamadığını belirtmektedir. O, dili yazıya indirger ve yazının insanları kısıtlayan bir iktidar olmadığını, aksine yazı ve dil yapısöküme uğradığında yazının dilden daha kalıcı olduğunu belirtmektedir. Dilin yazıya yansması olan metin bu noktada önemlilik arz etmektedir. Ona göre farklı kontekstler, sözcüklere farklı anlamlar vermektedir (Ritzer, Stepnisky, 2014, s.618). Bu durumda sosyal medyada kullanılan sözcüklerin de farklı anlamlar kazanmalarının mümkün olduğu ifade edilebilir. Dünya üzerinde dilin hayat bulmadığı hiçbir yer yoktur. Sosyal medyada da dil aktif olarak kullanılmakta hatta sosyal medya kendine özgü bir dil yaratmaktadır. Ancak sosyal medyada kullanılan dilin yabancı kelime ağırlıklı olması dilimize ve aynı zamanda kültürümüze zarar vermektedir. Dil, bir milletin bayrağından sonraki en önemli bağımsızlık göstergesidir. Dilin kaybedilmesi, kültürün ve bağımsızlığın kaybedilmesi demektir. Kültürün en önemli taşıyıcısı olan dil, sosyal medyanın etkisiyle yozlaşmakta ve kültürel iktidarın

el değiştirmesinde rol oynamaktadır. Dolayısıyla sosyal medyanın etki-
siyle konuşma diline ve sonrasında yazı diline giren yabancı kelimeler bir
zaman sonra dili esir almaya başlamaktadır (Kırık, 2012, s.1018-1028).

Günlük konuşma dili, sosyal medyada kullanılan kelime ve kavram-
lardan etkilenmektedir. Sosyal medyada kullanılan kelime ve kavramlar,
Türkçe ve İngilizce olabildiği gibi bir kısmı Türkçe bir kısmı İngilizce
de olabilmektedir. Sosyal medyada “tweet at-“, “sol frame”, “blog oku-“
gibi bir kısmı Türkçe bir kısmı İngilizce kelimeler daha fazla kullanıl-
maktadır. Sosyal medyanın kendine özgü bir dilinin olması onu günlük
konuşma dilinden farklı kılmaktadır. Sosyal medyanın yoğun kullanıl-
ması, sosyal medya dilinin çok daha hızlı bir şekilde benimsenmesine
neden olurken Türkçenin de yozlaşmasına neden olmaktadır (Bülbül
Oğuz, 2012, s.1164). Günümüzde insanlar, sosyal medyada duygu ve
düşüncelerini ifade edebilmek için emojiler kullanmaktadır. Emojiler
sosyal medyada küresel bir dil yaratmaktadırlar. Sanal göstergeler ola-
rak kabul edilen bu emojiler, dilin yeterli olmadığı zamanlarda kulla-
nılarak sanal bir iletişim gerçekleştirilmektedir (Anık, Kırık & Soncu,
2017, s.49-52). Bu durum da yine dilin gelişimini engellemekte ve bozul-
masına neden olmaktadır. Dilin bozulması edebiyatı ve edebiyat ürün-
lerini de olumsuz etkilemektedir.

Edebiyatın dile hâkim olmayı gerekli kılması, edebî ürün veren ki-
şilerin dili en iyi bilen kişiler olması gerekliliğini de ortaya çıkarmakta-
dır. Günümüzde bazı yazarlar dil hâkimiyetini göz ardı etseler de edebî
nitelikte ürünlerde dilin en iyi şekilde bilinmesi gerekmektedir. Edebî
ürünler bir dilin gücünü, derin anlamlarını içinde barındırmaktadır.
Dilin vitrini sayabileceğimiz edebî ürünün günümüzde farklı mecrala-
rın ve popüler kültürün getirdikleri sebebiyle kimi yazarlar tarafından
ihmal edildiği ve yozlaşmış bir dilin edebî ürünlerinin göstergesi ola-
rak kullanıldığı görülmektedir (Doğan, 2016, s. 27).

Bir millet için dilin devamlılığı ve yozlaşmaması önemlilik arz et-
mektedir. Bu durumda dile gereken özenin gösterilmesi gerekmektedir.
Dilin nasıl bir gelişim gösterdiği, o dilde meydana getirilen edebi

ürünleri etkilemektedir. Dolayısıyla sosyal medyada kullanılan dilin edebi metinleri etkilemesi de kaçınılmaz olmaktadır.

3. SOSYAL MEDYANIN EDEBİYAT İLE İLİŞKİSİ

Türk Dili Kurumu sözlüğünde edebiyat, “*olay, düşünce, duygu ve hayallerin dil aracılığıyla sözlü veya yazılı olarak biçimlendirilmesi sanatı, yazın*” karşılığı ile verilmektedir. (<https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 25.08.2020). Vefa Taşdelen ise edebiyatı şu şekilde anlamlandırır:

Edebiyat dediğimiz her bir anda, şiir, roman, öykü, deneme gibi türleriyle ‘metin’ kavramı aklımıza gelir. Edebiyat, metin yazma, sözü sevmek ve sürdürme, dünyayı dile çevirme ve dilde görme sanatı demektir. Edebiyatın varlık alanı ve nedeni, sözdür. Sözü dışında edebiyat susar, insan bilinci susar. (...) Edebiyatı sevmek, sözü, sözdeki varoluşu ve güzelliği sevmek demektir. (...) (Taşdelen, 2016, s.107).

Edebiyatın birçok alanla ilişkili olması sosyal medyada da kendine yer edinebilmesini sağlamıştır. Edebiyatın hem etkileyen hem de etkilenen konumda olması, dilin değişime uğraması gibi unsurlar, edebiyatın yeni değişimler içerisine girmesine neden olmaktadır. Teknolojinin gelişmesi, popüler kültürün güçlenmesi, özgürlükçü, demokratik ve modern bir sistem vadinin getirmiş olduğu yenilikler ile kutsallık atfedilen yazıdan her şeyin yazıldığı, yazının ve edebiyatın eskisi gibi kutsal olmadığı bir döneme doğru ilerlenmiştir (Doğan, 2016, s.110). Sosyal medya, toplumsal yaşamda kalıplaşmış gerçekliklere bakış açımızı değiştirmekle birlikte yeni gerçeklikleri, muhtemel yaşam biçimlerini, aklın bağımsızlığı gerçeğini de ortaya çıkarmaktadır (Altan, 2013, s.83-84).

Bir kültür içinde meydana gelen teknoloji, yine o kültür içinde anlam kazanmakta ve o kültürün bir parçası olmaktadır. Teknolojinin anlamlandırılması, içinde bulunduğu sosyal dünyanın değerleriyle gerçekleşir. Teknolojiyi anlamlandıran bu değerlerden biri de edebiyattır. Teknolojiyi anlamsal olarak tamamlayan edebiyat gibi sosyal bilimler, teknolojiye büyük katkı sağlarlar. Bu noktada teknoloji sadece bir aygıt olmaktan çıkmakta kültüre ve değerlere göre anlam kazanan, anlamlı bir nesne

haline gelmektedir. Dolayısıyla edebiyat, teknolojinin anlam dünyasının oluşmasına katkı sağlamaktadır (Taşdelen, 2016, s.102). Bu anlamlandırma ve tanımlama ilişkisinde alışveriş karşılıklıdır. Edebiyatın teknolojiye ve sosyal medyaya kattığı ruh gibi sosyal medyanın da edebiyatın dinamiklerinde değişikliklere sebebiyet verdiği söylemek mümkündür.

Sosyal medya, toplumsal yaşamın hemen her alanında etkisini göstermekte ve belirleyici olma özelliğini devam ettirmektedir. Toplumun en küçük birimi olan aileden edebiyata kadar her alanı olumlu-olumsuz bir şekilde etkilemektedir (Karakoç & Taydaş, 2013, s.220-221). Edebiyat ve sosyal medya arasında daha çok diyalektik bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Sosyal medya edebiyattan olumlu-olumsuz bir şekilde etkileniği gibi edebiyat da sosyal medyadan olumlu-olumsuz bir şekilde etkilenmektedir. İnsanın kendini gerçekleştirme, takdir edilme isteği gibi dürtüleri onu sosyal medyaya tevcih etmektedir. Sosyal medya ile tek bir yaşam üzerinden hareket etmek geride kalmakta; milyonlarca yaşam, ayrıntılı bir şekilde incelenmeden okuyucunun önüne sürülmektedir (Doğan, 2016, s.89). Sosyal medyanın denetim mekanizmasının olmayışı yazarların eserlerini özensiz bir biçimde okuyucularına sunmalarına olanak sağlamaktadır.

Sosyal medyada yazar, sınırsız bir bilgi olanağı ile karşılaşmaktadır. Ancak bu noktada yazarın, bilginin doğruluğuna ve gerçekliğine dikkat etmesi gerekmektedir. Kaynağı internet olan her bilginin –denetim mekanizması bulunmayışı göz önünde bulundurularak- teyit edilmesi önem arz etmektedir. İnternet ortamında bilgi kirliliğinin çok fazla olmasından dolayı buradaki bilgilerden hareketle hazırlanan ürünler hem yazarı hem de okuyucuyu yanıltabilme ihtimali olan kaynaklardır. “*Ruhsal deneyimlerini paylaştan bir yazar dahî, ruhunun deneyimlediklerinden haberdar olmadan aktarımda bulunamaz.*” (Doğan, 2016, s.33-34). Bu noktada deneyim çok önemlidir. Yazarın hangi platformda var olduğuna bakılmaksızın, kaynaklarının sahil olması, kaygısının sanat olması eserin edebî niteliği açısından oldukça önemlidir. Sosyal medya yazarının karşılaştığı en büyük problemlerden birisi kaynaklanma ve sahil bilgiye ulaşarak aktarma sorunudur. Sanatın ve estetik

kayguların ortadan kalkarak, sanat yapmanın amacının popüler kültür ve kültürel iktidar öğeleri olduğu bir ortamda edebî ürünün niteliği de tartışma konusu olacaktır.

Taşdelen'e göre edebiyatın birbirini tamamlayan üç temel boyutu; yazar, eser ve okuyucudur. O, edebiyat ve sosyal medya ilişkisini bu üç boyut açısından ele almaktadır. Ona göre sosyal medya, esere ve yazara bilgi kaynağı sunması bakımından önemlidir. Ayrıca sosyal medya, okuyucuya yazar ve eser hakkında da bilgi sunmaktadır. Eser ve yazar hakkındaki yorumlara ulaşan okuyucu, eseri okuduktan sonra kendi düşüncelerini paylaşarak esere katkı sağlayabilmektedir. Sosyal medya, edebiyat ürünlerine ulaşmak için de büyük imkânlar sunmaktadır. Edebiyatın metin üzerine kurulu olmasından dolayı sosyal medya, metin ortaya çıkarmaya ve metnin okunmasına olanak tanıdığı müddetçe edebiyat alanına olumlu bir katkı sağlayacaktır. Tam tersi bir durumda ise edebiyat üzerinde olumsuz bir etki meydana getirecektir (2016, s.102-104).

Kendine özgü kuralları ve iletişim biçimleriyle sosyal medya, kalıplardan kurtulmayı, aynı olaylar, durumlar karşısında farklı duygu ve düşünceleri, farklı davranışları ortaya çıkarmaya çalışmaktadır (Gündüz, 2013: 137). Sosyal medya kullanıcıları, paylaşım sitelerinde paylaştıkları fotoğraf, video, metin vb. ile kendi istediklerini karşı tarafa aktarmaktadırlar. Dolayısıyla sosyal medyada herkes kendi imajını ortaya koymaya çalışmaktadır (Kaya, 2013, s.159).

Taşdelen'e göre, edebiyat, yazarını biçimlendiren, terbiye eden, olgunlaştıran, yolu ve yordamı belli olan bir disiplin alanıdır. *Edebiyatın eseri ve yazarı olgunlaştırma yönü sosyal medyada karşılanır mı?* Ona göre sosyal medyada iki satır yazı yazan insanlar, kendilerini meşhur yazar olarak görmektedir. Yazarların meşhur olduğu kesin ancak eserleri için aynı şeyi söylemek pek mümkün değildir. Edebiyat alanının sabır gerektiren bir alan olması, eserin ve yazarın olgunlaşmasını sağlamaktadır. Ancak sosyal medyanın hızlılığı dolayısıyla eserin ve yazarın olgunlaşmasına müsaade etmediği söylenilebilir. Bunun yanında sosyal medyada gerçek ile kurgu, gazete yazıları ile edebi eserler birbirine karışmaktadır. Edebiyatçılar bu ortamda kendi gerçekliklerinden

uzaklaşmakta ve verimli eserler ortaya koyamamaktadır (2016, s.103). Kişisel görüşlerin paylaşıldığı sosyal medyada toplumsal yaşam göz ardı edilmektedir. Bu durumda edebi ürünlerin paylaşıldığı sitelerde de sosyal medya dilinin ve kişisel beğenilerin ön plana çıktığı ifade edilebilir

4. SOSYAL MEDYANIN BASİT EDEBİYATI VE DİLİ

Sosyal medyanın yaygın olarak kullanılması, dilde yozlaşmalara neden olmaktadır. Bu durumdan edebiyat da etkilenmektedir. Sosyal medya, dili, sınırlı olmayan yapısı ve kuralları ile kendine özgü bir edebiyat anlayışı meydana getirmektedir. Yaşamın hemen her alanını etkileyen sosyal medyadan edebiyatı soyutlamak imkânsızken sosyal medyanın içeriğini yönetmek daha mümkün görülmektedir. Dolayısıyla Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal alanlarda kişilerin ve paylaşımların denetlenmesi zor olacağından gerçek edebiyattan internet üzerinden faydalanmak isteyenler için e-dergi şeklinde internet siteleri tercih edilebilir. Bu şekilde gerçek edebiyatın sanal karşılığı da ortaya konulmuş olacaktır (Doğan, 2016, s.116).

Edebiyatın temelinde metin vardır ve metin olmadan edebiyat olmaz. Metnin varlık değerini kaybetmesi dil ve edebiyatta kırılmalara neden olurken, okuyucu anlayışını da değiştirmektedir. Dolayısıyla metin-dil-edebiyat ve okuyucu arasında bir bağ söz konusudur. Sosyal medya, bu metin-dil-edebiyat-okuyucu arasındaki bağı koparmakta ve yeni bir yazım türü ortaya çıkarmaktadır. Bu durum, edebiyatın kırılma yolunda olduğunu göstermektedir. Sosyal medya aracılığıyla edebiyat, estetik anlamda farklı bir boyut kazanmaktadır (Taşdelen, 2016, s.107).

Tüketim toplumu içinde bulunmamız sanatı tüketilen ve pazarlanan bir nesne haline getirmektedir. Para kazanmak için hızlı yazılan ve basılan ürünlerin kalitesiz ve basit olduğu görülmektedir. Bu durum edebi ürünlerin amacını saptırmaktadır. Çok satmak ve çok kazanmak amacıyla yazılan bu ürünler, popüler olmanın basitliğini de ortaya koymaktadır. Sosyal medyada edebiyat varlığını devam ettirirken kaliteli ürünlerin basitleştirildiği görülmektedir. İlk olarak sosyal medyada bir blogta yazmaya başlayan yazarlar sosyal medyadaki gidişatlarından

yola çıkararak kitap yazmaya, yeni ürünler ortaya koymaya başlamaktadır. Ancak sosyal medyada yazılan edebi ürünlerin, gerçek anlamda kitap ve derginin yerini alamayacağı aşikârdır. Sosyal medyada kalitesiz ve basit ürünlerin yaygınlaşmasını engellemek amacıyla gerçek edebiyat sosyal medyaya taşınmalıdır (Doğan, 2016, s.27-31).

Dergilerde ve kitaplarda kendi yeteneklerini ortaya koyamayan yazarların sosyal medyada kendilerini gösterme fırsatı elde ettikleri görülmektedir. Dergi özelliği taşıyan internet sitelerinin okuyucu kitlesi oldukça fazladır. Sosyal medyanın bu özelliği, yazarlar tarafından çekici bulunmaktadır (Doğan, 2016, s.47). Yayınevleri tarafından kabul edilmeyen yazar ve şairler, sosyal medyada bu fırsatı elde etmektedir. Bu noktada bir kolaylık sağlayan sosyal medyanın yazar ve şairleri, yayınevlerinin tekeline kurtardığı bir gerçektir. Ancak bu durum isteyen herkesin kendisini yazar ve şair olarak sunduğu gerçeğini de ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya, yazarlara ve şairlere eserlerini basma, bilgi toplama gibi konularda olanak sağlarken, yaratıcılığın yok olması, intihalin artması gibi durumlara da neden olmaktadır (Çelebi, 2015, s.50-52). Edebiyat eserleri kalıcılığı esas almaktadır. Ancak sosyal medya, kalıcılığı hedeflememekte, gününbirlik bir tüketim ve alışkanlık alanı sunmaktadır. Sosyal medya, popülerliği ön plana çıkarmakta ve herkes bu popüler olanın peşinden gitmektedir. Sosyal medyada hızlı bir şekilde tüketilen, popüler olan ama estetik değeri olmayan eserler ortaya koyulmaktadır. Dolayısıyla sosyal medyada sanat değeri yüksek olan edebi ürünlerin ortaya koyulmadığı görülmektedir (Taşdelen, 2016: 105).

Sosyal medyada kendine bir yer edinen edebi türlerden biri şiirdir. Sosyal medyayı veya interneti kullanarak şiirlerini yayımlayan amatör ya da usta şairler, şiirlerini toplu hale getirmeden kısım kısım yayımlamakta; yapılan eleştiriler doğrultusunda şiirlerini düzenlemekte ve bir araya getirmektedir. Dolayısıyla böyle bir durum şiirin araçsal mantığına, okunabilirliğine, eleştirilebilirliğine ters düşmektedir. Sosyal medyada yer alan beğenme linklerinin de doğru bir ölçüt olduğu konusu tartışmalıdır. Çünkü şiiri beğenen kişilerin şiiri okuyup okumadığı, üzerinde düşünüp düşünmediği belli değildir. Ayrıca yapılan yorumların

çoğunun şiire değil şairin kendisine yapıldığı görülmektedir. Sosyal medyanın edebi ürünlerin yayımlanmasında kullanılması; metnin oluşturulmasını, okuyucuya ulaştırılmasını, değerlendirilmesini farklı boyutlara taşımıştır (Çelebi, 2015, s.47-48).

Sosyal medyada en çok görülen şiir paylaşımlarının Facebook ve Twitter gibi paylaşım sitelerinde yer aldığı görülmektedir. Bu paylaşım sitelerinde şiir geleneğinde yer alan basılı şiirlerin paylaşıldığı ya da yeni türde şiirler yazıldığı görülmektedir. Basılan şiirlerin paylaşılması şiirin ve şairin tanınmasına olanak sağlarken şiire ve şaire yönelik özensiz ve kuralsız bir tutum sergilendiği de görülmektedir. Ayrıca basılı şiirler paylaşılırken şiirin tamamının verilmediği, hatta bazen de şiirin bazı kısımlarının değiştirildiği ve şairin adının da geçmediği görülmektedir. Dolayısıyla şiirin ve şairin haksızlığa uğradığı bu paylaşımlardan anlaşılmaktadır (Çelebi, 2015, s.107).

Sosyal medyada yer alan yazarların meşhur olmalarına rağmen kaliteli ürün vermeyen, dile hâkimiyeti olmayan, sadece sosyal medyada beğenilen, basılı ürünleri olmayan yazarlar oldukları görülmektedir. Sosyal medyada yazılan metinler, dergilerden daha fazla okunma oranına sahiptirler. Bu durumdan dolayı sosyal medyada meşhur olan yazarlar, dergiler tarafından yazar kadrosuna davet edilirken, dergide yazan yazarlar, daha fazla kitleye ulaşmak amacıyla iyi edebi sitelerde kendilerine yer edinmeye çalışmaktadırlar (Doğan, 2016, s.34). Sosyal medya ile edebiyat ürünleri birçok kişiye ulaştırılmış olsa da sosyal medya edebiyatı niteliksizleştirmektedir. İnsanlar sosyal medyadaki edebiyat ürünlerini takip etmekle yetinmektedir. Okuma yapma zahmetinde bulunmayan bu insanlar kendi duygu ve düşüncelerini de bu metinlerden kopyala yapıştır yaparak ifade etmektedirler (Metin & Danış, 2017, s.214). Dolayısıyla sosyal medyanın üşengeç insanlarla dolup taşıdığı, edebiyatın ve dilin sosyal medyanın popülerliği karşısında basitleştiği söylenilebilir.

Sosyal medya, edebi ürünlerin yazılma şekillerini de değiştirmiştir (Çelebi, 2015, s.48). Sosyal medya yazarları daha önce denenmemiş yeni yazım tekniklerini ürünlerinde kullanmaya başlamışlardır. Birden

çok yazarın sosyal medya aracılığıyla bir araya gelerek roman yazmaları, 140 karakterden oluşan “tweet”ler, az sayıda kelimededen meydana gelen şiirler, fotoğraftan ya da resimden yola çıkılarak yazılan metinler gibi daha birçok teknik denenmiştir. Bu teknikler edebiyatın daha önce tecrübe edinmediği tekniklerdir (Doğan, 2016, s.37).

Geçmişin tüm kısıtlayıcı kalıplarına sosyal medya ile bir son vermeye çalışılmıştır. Sosyal medyanın sonsuz özgürlük alanı olarak görülmesi ve bunun tüm toplumsal yaşama indirgenmesi, toplumsal ilişkilerin değerini azaltmaktadır. Bu da ruhunu toplumsal yaşamdan alan edebiyat alanında kırılmalara neden olmaktadır (Babacan, 2016, s.29). Baudrillard’ın iletişim araçlarına bakışı bu konuyu özetler niteliktedir. Baudrillard’a göre iletişim araçları, toplumsallaşmayı değil bireyselleşmeyi ön plana çıkarmaktadır. Dolayısıyla iletişim araçları, diğer bir ifade ile sosyal medya, gerçek anlamda toplumsallığı eriten bir araç olarak görülmektedir (Göker, 2015, s.409).

Teknolojideki gelişmeler özellikle internet teknolojileri, düşsel dünya ile gerçek dünyayı bir araya getirerek sanal bir dünya kurmaktadır. Gerçek dünya ile yarış içerisine giren bu sanal dünya, sosyal medya aracılığıyla giderek büyümekte ve gerçek dünyanın önüne geçmektedir. “İnsanlar kendi gerçeklerini bu sanal dünya üzerinden gerçek dünyaya yansıtır.” Bu şekilde insanların daha fazla bireyselleşmeye doğru ilerledikleri görülmektedir (Kuyucu, 2013, s.37). Edebiyat da giderek artan bu bireyselleşmeden nasibini almaktadır. Sosyal medyanın herkes tarafından bilinen bir alan olması ve geniş bir katılımcı sayısına sahip olması bireyi etkilemektedir. Genellikle tanıdık insanlardan oluşan sosyal medya, sanal olması dolayısıyla bilginin doğru olup olmaması gibi birtakım endişeler de taşımaktadır (Gündüz & Pembecioğlu, 2013, s.250-251).

Sosyal medyada metinlerin tamamının paylaşılmaması, görselin ön plana çıkarılması sözün varlığını zayıflatmıştır. Şiirin giderek dijitalleştiği; kâğıdın yerini ekranların aldığı, sözün görsel semboller ile anlatıldığı bir anlayışa doğru ilerlediği görülmektedir (Çelebi, 2015, s.109). Russell Jacoby (1996)’nin şu ifadeleri edebiyatın günümüzdeki konumunu özetler niteliktedir:

...bir zamanlar üzerinde durulan sorunlar ve fikirler yalnızca sonradan gelenler yepyeni gibi öne çıksınlar diye gözden ve gönülden uzaklaşıyorlar. Bu sürecin her alanda yoğunlaştığı görülüyor. Toplum giderek artan bir hızla daha az anımsıyor. Zamanımızın göstergesi, düşüncenin modaya teslim olmasıdır. Geçmiş çok eski diye küçümsenirken, bugün en iyi diye göklere çıkarılıyor (akt: Babacan, 2016, s.29).

Sosyal medyanın kendine özgü dili ve edebiyat anlayışı, Türkçeyi ve alışılmış edebiyat anlayışını etkilemektedir. Edebiyatın basitleşmemesi, geçmişten gelen o estetik ruhunu kaybetmemesi ve her önüne gelenin ben yazarım-şairim diyerek edebi ürün ortaya koymaması için sosyal medyanın basit edebiyatına gerçek edebiyatın ruhu üflenmelidir. Bu şekilde hem dilin ruh bulduğu edebi ürünlerin hem de dilin kendisinin yozlaşmasının önüne geçilmiş olur.

SONUÇ

Gelişen iletişim teknolojileri ve bunun akabinde ortaya çıkan sosyal medya, toplumsal yaşamdaki bütün alanları etkilemiştir. Sosyal medya kullanıcısı insan olduğuna göre insanın ilgilendiği her şey de bu meceradan etkilenmiştir. Bu çalışmada üzerinde durulmaya çalışılan dil ve edebiyat alanının da sosyal medyadan olumlu-olumsuz etkilendiği görülmektedir. Sosyal medyanın edebiyata bilgi kaynağı sunması bakımından olumlu bir etkisi varken bireyselliği ve kişisel olanı ortaya çıkarması, ruhunu toplumdan alan edebiyat alanını ve edebi ürünleri olumsuz etkilemektedir.

Yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ve popüler hale gelmesi, edebiyatı ve dili etkilemiştir. İnternetin popüler kullanım alanı olan sosyal medya, yayınevleri tarafından kabul görmeyen ve görse dahi çok fazla okuyucuya ulaşamayan yazar ve şairlerin ilgisini çekmiştir. Sosyal medyada yazarlar ve şairler popüler hale gelse de ortaya estetik değerden yoksun, dil hâkimiyeti olmayan, niteliksiz ürünlerin çıktığı görülmektedir. Bu durum dilimizin ve edebiyatımızın gelişimini olumsuz etkilemektedir.

Yazar ve şairler için birçok olanak tanıyan sosyal medya, kendine özgü dil ve edebiyat anlayışı ile dil ve edebiyat alanında kırılmalara neden olmaktadır. Sosyal medya metin-dil-edebiyat ve okuyucu arasındaki bağı koparmakta ve kendi sanal dünyasını toplumsal gerçeklikler üzerinde hâkim kılmaktadır. Ancak sosyal medyanın ucuz edebiyatı ve yabancı kelimelerden ibaret olan dili ne kadar ilerlerse ilerlesin gerçek anlamda kitap ve dergilerin yerini alamayacağı aşikârdır. Edebiyat her şeyden önce hissetmektir; toplumu, doğayı, insana dair her şeyi. Bu nedenle kâğıtsız, metinsiz, eleştirisiz edebiyat yarım kalmaktadır. Edebiyat, teknolojiden ve onun getirilerinden etkilenmek yerine teknolojiyi ve onun özelinde sosyal medyayı anlamlandırmalı ve ona estetik değer yüklemelidir.

KAYNAKÇA

- Alay, O. (2020). Kitle İletişim Araçları Medya: Medyanın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri. İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Alioğlu, N. (2013). Genel İletişim, Sosyal Medya ve Sanat Pazarı. Sosyal Medya Araştırmaları I içinde (253-284). Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Altan, H. A. (2013). Sosyal Medyanın “Kullanımlar ve Doyumlar” Haritası: Youtube, Facebook ve Twitter. Sosyal Medya Araştırmaları II içinde (77-116). Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Anık, C., Kırık, A. M. & Soncu, A. G. (2017). Sosyal Medyanın Göstergebilimsel Dili: Emojiler, Online Academic Journal of Information Technology, 26(8), 41-54.
- Babacan, M. E. (2016). Toplumsal Derinlik, Sosyal Medya ve Gençlik, İnsan ve Toplum Dergisi, 6(1), 23-45.
- Babür Tosun, N. & Levi, E. (2010). Marka Topluluğu Yaklaşımında Sosyal Medyanın Kullanımı. İkinci Medya Çağında İnternet içinde (93-120). Filiz Aydoğan ve Aysen Akyüz (Der.). İstanbul: Alfa Yayınları.

- Bayar, N. (2016). Dil ve Toplum. Uluslararası Edebiyat ve Toplum Sempozyumu, 28-30 Nisan (2. Cilt), Bartın, 425-235.
- Bülbül Oğuz, B. (2012). Sosyal Medya Dilinin Görüntüsel Gösterge Boyutu ve Bunun Dile Etkisi, Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkic, 7(4), 1157-1166.
- Çakır, M. (2013). Sosyal Medya ve Gösteri. Sosyal Medya Araştırmaları I içinde (11-68). Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Çelebi, İ. (2015). Modern Türk Şiirinin Yeni Araçlarla İlişkisi (Sosyal Medya Örneği), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bartın.
- Doğan, R. S. (2016). Edebiyat Siteleri Çerçevesinde Sosyal Medya Edebiyatı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Göker, G. (2015). **İletişimin** Mcdonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme, Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkic, 10 (2), 389-410.
- Gündüz, U. & Pembecioğlu, N. (2013). Sosyal Medyanın Bilgi Tekrarına Geliştirilen Tepkiler. Sosyal Medya Araştırmaları I içinde (225-252). Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gündüz, U. & Pembecioğlu, N. (2013a). Sosyal Medya: Mizah, Muhalefet ve Direniş Pratikleri. Sosyal Medya Araştırmaları II içinde (55-75). Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gündüz, U. (2013). Toplumsal Hareketler, Sivil İtaatsizlik ve Sosyal Medya Yansımaları. Sosyal Medya Araştırmaları I içinde (133-154). Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- <https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> (Erişim Tarihi: 31.08.2020).
- <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 25.08.2020).
- Irak, D. & Yazıcıoğlu, O. (2012). Türkiye ve Sosyal Medya. İstanbul: Okuyan Us Yayınları.

- Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi: İnsan Toplum, Ekonomi. İstanbul: Beta Yayınları.
- Karadeniz, E. & Özdemir, M. (2018). Behiç Ak'ın Çocuk Kitaplarında Medya ve Sosyal Medya Eleştirisi, Özgün Araştırma Dergisi, 8(4), 250-264.
- Karakoç, E. & Taydaş, O. (2013). Toplumsal Dönüşüm Bağlamında Sosyal Medya ve Değişen Aile Kavramı. Sosyal Medya Araştırmaları I içinde (207-224). Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kaya, A. (2013). Sosyal Paylaşım Ağlarının Kişilerarası İletişim Sürecine Etkisi Bağlamında Facebook. Sosyal Medya Araştırmaları I içinde (155-206). Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kırık, A. M. (2012): Sosyal Medyada Gençlerin Dili Kullanımı ve Yozlaşma Problemi. International Symposium on Language and Communication : Research Trends and Challenges içinde (1017-1030). İzmir.
- Kırık, A.M. (2013). Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı. Sosyal Medya Araştırmaları I içinde (69-102). Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kuyucu, M. (2013). Sosyal Medyada Mahremiyet: Türkiye'deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı. Sosyal Medya Araştırmaları II içinde (21-53). Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık (Ed.). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Lökke E. (2018). Mahremiyet: Dijital Toplumda Özel Hayat. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Metin O. & Danış, M. S. (2017). Sosyal Medya “Kopyala-Yapıştır” Edebiyatçılığı. Akademik İncelemeler Dergisi, 2(12), 199-216.
- Öztürk, M. F. & Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi, Zeitschrift für die Welt der Türken/ Journal of World of Turks, 1 (7), 101-120.

Ritzer, G. & Stepnisky, J. (2014). Sosyoloji Kuramları. Himmet Hülür (Çev.). Ankara: De Ki Basım Yayım Ltd. Şti.

Taşdelen, V. (2016). Sosyal Medya ve Edebiyat. Uluslararası Edebiyat ve Toplum Sempozyumu, Bartın, 101-108.