

AHLAK
BİLGİ
ÜRETİM

Sosyal Medya Dili Üzerine Eleştirel Bir Bakış

İrem Oruk | ORCID : 0009-0008-0758-2484 | iremoruk10@gmail.com

Mardin Artuklu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Türk Dili ve Edebiyatı, Mardin, Türkiye.
ROR ID : <https://ror.org/0396cd675>

Özet

Teknolojik gelişmeler insan yaşamını etkilemekte ve geliştirmektedir. Bu gelişmelerden biri olan internet ve buna bağlı olarak gelişen sosyal medya, toplumsal yaşamda önem kazanmakta, hatta yeni bir toplumsal yaşam şekli ve rolleri yaratmaktadır. Toplumsal ve kişisel yaşam içinde önemli bir yere sahip olan internet ve sosyal medya bu nedenle bilimin konusu olmakta ve irdelenmektedir. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte sosyal medya dili hızla gelişmektedir ve bu da dilde önemli değişimlere yol açmaktadır. Dil, düşüncelerimizin bir yansıması olduğu için büyük bir önem arz etmektedir. Sosyal medyada kullanılan dil, düşüncelerimizi daha hızlı ve kolay bir şekilde ifade etmemize yardımcı olmaktadır. Bu nedenle, sosyal medya dilinin daha yakından incelenmesi ve bunun yeni bir dil oluşturduğunun kabul edilmesi önemli bir konudur.

Anahtar Kelimeler

Sosyal Medya, Dil, Toplum, Teknoloji

Atf Bilgisi

Oruk, İrem. (2024). Sosyal Medya Dili Üzerine Eleştirel Bir Bakış. *Uluslararası Filoloji Bengü*, 4/2, 135-145.<https://doi.org/10.62605/ufb.1581242>

Geliş Tarihi	07.11.2024
Kabul Tarihi	28.11.2024
Yayın Tarihi	30.11.2024
Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Köreleme
Benzerlik Taraması	Yapıldı – intihal.net
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Telif Hakkı ve Lisans	Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.
Etik Beyan	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Dizinleme Bilgisi	ERIH PLUS, MLA, ProQuest Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO - Central & Eastern European Academic Source (CEEAS), Linguistic Bibliography

**AHLAK
BİLGİ
ÜRETİM**

A Critical Perspective on the Language of Social Media

İrem Oruk | ORCID : 0009-0008-0758-2484 | iremoruk10@gmail.com

Mardin Artuklu University, The Institute For Graduate Educational Studies, Department of Turkish Language and Literature, Mardin, Turkey.

ROR ID : <https://ror.org/0396cd675>

Abstract

Technological developments influence and enhance human life. One of these advancements, the internet, and the evolution of social media in its wake, have gained significant importance in societal life, even creating new forms of social structures and roles. The internet and social media, which hold a prominent place in both societal and personal life, have thus become subjects of scientific inquiry and analysis. With the advancement of technology, the language of social media has rapidly evolved, leading to significant changes in linguistic patterns. Language, as a reflection of our thoughts, carries great importance. The language used in social media facilitates the expression of our ideas more quickly and efficiently. Therefore, closely examining social media language and recognizing it as a new linguistic form is a crucial subject.

Keywords

Social Media, Language, Society, Technology

Citation

Oruk, İrem. (2024). A Critical Perspective on the Language of Social Media. *International Journal of Philology Bengü*, 4/2, 135-145.

<https://doi.org/10.62605/ufb.1581242>

Date of Submission	07.11.2024
Date of Acceptance	28.11.2024
Date of Publication	30.11.2024
Peer-Review	Double anonymized - Two External.
Plagiarism Checks	Yes – intihal.net
Conflict of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Copyright & Licence	Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0.
Ethical Statement	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Indexing Information	ERIH PLUS, MLA, ProQuest Ulrich's Periodicals Directory, EBSCO - Central & Eastern European Academic Source (CEEAS), Linguistic Bibliography

Giriş

Günümüzde sosyal medya, iletişim araçlarındaki büyük bir değişimi tetiklemiş ve insanların haberleşme şekillerini dönüştürmüştür. Sosyal medya, kullanıcılarına anlık iletişim, bilgi paylaşımı ve etkileşim imkânı sunarak insanların düşüncelerini, duygularını ve deneyimlerini geniş bir kitleyle paylaşımlarını sağlamaktadır. Ancak sosyal medyanın dil kullanımı üzerinde de önemli etkileri olduğu bir gerçektir. Teknolojinin ilerlemesi ile sosyal medya dili de oldukça hızlı yaygınlaşmaktadır. Günümüzde yaş fark etmeksizin her insanın elinde akıllı telefonlar bulunmaktadır. Akıllı telefonların verdiği etkiyle de sosyal medya popülerleşmiştir ve gencinden yaşlısına kadar pek çok insan bu mecraları aktif bir şekilde kullanmaktadır. İnsanlar birbirlerine daha kolay ulaşabildikleri ve daha kaliteli bir iletişim sağlayabildikleri için bu mecraları tercih etmektedirler. Sosyal medyanın yükselişi, kısaltmalar, emojiler ve yeni kelime ve deyimler gibi dilin yapısal öğelerinde belirgin değişikliklere yol açmıştır. Sınırlı karakter sayısı nedeniyle, kullanıcılar kelimeleri kısaltarak veya bazı harfleri çıkararak iletişimlerini hızlandırmak için yeni bir yol geliştirmişlerdir. Örneğin, "nasılsın" yerine "nslsn", "merhaba" ve "selam" yerine "slm"ya da "mrb" yazmak, "teşekkür ederim" yerine "tşk" demek gibi. Bu, sosyal medya platformlarında kullanılan genel bir dil hâline gelmiştir (<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/internet-ve-cepte-kullanilan-kisaltmalar-turkceyi-tehdit-ediyor-18952994>).

İnsanlar çoğu zaman kolay olana eğilim göstermektedir. Bu sebeple dillerinde de basit ve zahmetsiz olanı tercih etmektedirler. Duygularını rahat ve daha kolay bir şekilde ifade etmek için sosyal medya âdeti kaçış yeridir. Bunun yanı sıra, emojiler de sosyal medyanın dilini şekillendiren önemli bir faktördür. İfade ve duyguları ifade etmek için kullanılan emojiler, metinsel iletişimi desteklemekte ve duygusal tepkileri daha hızlı bir şekilde iletmektedir. Örneğin, bir "mutlu" emoji, metinde oluşabilecek yanlış anlamaları önleyerek iletişimi daha anlaşılır hâle getirebilir.

"Emojiler aracılığıyla sosyal medyada duygu ve düşünceler ifade edilmekte ve emojiler aracılığıyla evrensel bir dil oluşmaktadır" (Cengiz Anık vd., 2017: 41-54).

Günümüzde medyayı incelediğimiz zaman pek çok insanın internet ortamında yazıştıkları ve kendilerini ifade ettikleri dili, günümüz konuşma dilinde de adapte ettikleri oldukça açık bir şekilde

gözlemlenebilmektedir. “Sosyal medyada kullanılan çeşitli kelime ve kavramlar sadece kullanıldıkları genel ağ ortamında değil, gündelik konuşma diline de dolaşıma girmiş durumdadır. İnternet ve dolayısıyla sosyal medyada kullanılan dil; sadece ses ve harflerden değil aynı zamanda anlam taşıyıcısı çeşitli şekil, resim ve işaretlerden oluşmaktadır” (Kara, 2016: 3323-3328).

Belirtildiği gibi sosyal medyanın kendine özgü bir dili oluşmaktadır.

1. Sosyal Medya Dili

Dil, insanlar arasında iletişimi sağlayan ve sürekli kılan oldukça önemli bir iletişim aracıdır. İnsanların birbirleri ile duygu, düşünce, bilgi ve kültür alışverişini sağlamaktadır. Bu bağlamda dil, kişisel olduğu kadar toplumsal işlevlik sağlamaktadır.

“Bütün toplumlarda sözlü, yazılı ve sanal bir iletişimin var olduğu bilinmektedir. Bu iletişim türlerinin yoğun olarak kullanılması zamansal olarak farklılık göstermektedir” (Alan 2020’den akt. Avcı, 2021:23).

İlk çağlarda insanlar arasındaki iletişim sözlü olarak sağlanırken günümüzde ise sanal iletişimin ve sosyal mecraların kullanıldığı aşikârdır.

Sosyal medya; günümüzde iletişim, etkileşim ve bilgi paylaşımının önemli bir parçası hâline gelmiştir. Sosyal medyanın hızlı yayılması ve popülerleşmesiyle birlikte, kullanıcılar arasındaki iletişim şekilleri de büyük ölçüde değişmiştir. Bu değişime paralel olarak, sosyal medya dilinin de değişim/dönüşüm geçirdiği ve kendine özgü özellikler geliştirdiği gözlemlenmektedir.

1.1. Hızlı ve kısa mesajlaşma tarzı

Sosyal medyada, iletişimden faydalanmak için mesajlar genellikle kısa ve öz şekilde yayımlanır”. Klasik dilde kullanılan uzun cümle yapıları yerine, anlatımlar, jargon ve argo kullanımıyla iletişim daha hızlı ve fonksiyonel hâle gelir. Hızlı ve kısa mesajlaşma tarzına birkaç örnek verilmiştir.

KYB: Kesin yaşanmıştır bu anlamına gelen cümlemiz genelde kurgu ya da yalan olduğu düşünülen olaylara tepki olarak ya da dalga geçmek amacıyla kullanılmaktadır. Karşıdaki insanın söylediği olay saçma geliyorsa bu şekilde tepki verilmektedir.

ARE: Allah rahmet eylesin anlamına gelmektedir. İnsanlar taziyelere giderken cümle kurmak yerine ARE demektedirler

(<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/internet-ve-cepte-kullanilan-kisaltmalar-turkceyi-tehdit-ediyor-18952994>).

Bu örnekler oldukça fazladır ve çoğaltılabilmektedir. Günümüz konuşma dilinde de uzun uzadıya cümle kurmak yerine bu tür kısaltmalardan yararlanılmaktadır. “Sosyal medya ve sosyal medya içerisindeki başlıklar kendilerine ait, gündelik konuşma dilinden bağımsız bir sözvarlığına sahiptir” (Kara, 2016: 3323-3328).

Bu durumdan analaşılabacağı üzere sosyal medyanın kendine ait bağımsız bir dile ve söz varlığına sahip olduğu tespit edilmektedir.

1.2. Kısaltmalar

Sosyal medya dilinin en temel özelliklerinden biri kısaltmalardır. Sosyal mecralarda olan sınırlı karakter sayısı nedeni ile insanlar kendilerini kısaltmalarla daha etkili ve hızlı ifade etmeye başlamışlardır. “Karakterler, tarzlar, yeni kimlikler toplum alanında mekâna, zamana, diyaloglara ve yaşamın diğer alanlarına göre bir dil varyasyonu geliştirmektedir. Bunun içinde entelektüel dilden halk diline, araştırma sorgulama dilinden eğlence diline yeni dil kümeleri ve kesişmeleri söz konusudur. Toplum ile dil arasındaki ilişkileri, birbirini etkilemesini konu alan toplum dil bilim ise toplum içindeki farklı dil türlerini de inceleme alanına katmaktadır. Bu açıdan bakınca sosyal medya toplum dil bilim için yeni mekân ve coğrafyalar açmakta ve burada oluşturulan dil de toplum dil biliminin inceleme alanına girmektedir” (Kara, 2016: 3323-3328).

Örneğin: “Slm: Selam. Mrb: Merhaba. Nbr: Ne haber? Kib: Kendine iyi bak. AEO: Allah emanet ol. kyb: Kesin yaşanmıştır bu. ARE: Allah rahmet eylesin” (Koç, 2024).

Günlük konuşma dilinde de kullandığımız bu terimler sosyal medyada genelde kısaltılarak ya da sadece baş harfleri kullanılarak yazılmaktadır. Yaptığımız gözlemler sonucunda genç kuşakların artık günlük konuşma dilinde de birbirleriyle bu şekilde konuştukları tespit edilmektedir. Bu kısaltmalar dışında da verilecek pek çok örnek vardır.

1.3. Emojiler

Emojiler gösterge dilidir. “Emojiler aracılığıyla sosyal medyada duygu ve düşünceler ifade edilmekte ve emojiler aracılığıyla evrensel bir dil oluşmaktadır” (Cengiz Anık vd., 2017: 41-54). Günümüzde sosyal medyada hızlı iletişim gerçekleştirilmektedir. Hızlı iletişimin sürekliliğini sağlayan en önemli etkenlerden biri de emojilerdir. Emojileri yazılı metinlerde kullanarak duygularımızı ve hislerimizi karşı tarafa basit ve

hızlı bir şekilde aktarabilmekteyiz. “Emojiler, beden dilinin bir tür dijitalize edilmiş hâlidir” (Mete, 2020: 1041-1048) Uzun uzun ruh halimizi anlatmaktansa kullandığımız tek bir emoji (beden dili) karşı tarafa bunu kolaylıkla anlatmaktadır. Örneğin;

🤔 : Gülmekten gözünden yaş gelen emoji; büyük bir kahkaha ve komik, eğlenceli bir duygunun ifadesidir. Örneğin; “Söylediğin şaka çok komikti!”

😊 : Kalp gözlü gülümseme: Hayranlık, aşk ve beğenme ifadesini temsil eder. Örneğin; “Elbisen harika görünüyor.”

🗣️ Avaz avaz ağalayan yüz: Hayal kırıklığı, kayıp ve derin bir üzüntüyü ifade etmektedir. Örneğin; “Annemi kaybettiğim için çok üzgünüm” (<https://www.milliyet.com.tr/teknoloji/emoji-anlamlari-2023-whatsapp-facebook-ve-instagramda-en-cok-kullanilan-yuz-kalp-el-ve-hayvan-emojilerinin-anlamlari-nelerdir-6618489>).

1.4. Hashtagler (Başlık Etiketi)

İngilizcede “hashtag” olarak kullandığımız kelime Türkçede “başlık etiketi” anlamına gelmektedir. Başlık etiketleri sosyal medyada veya farklı tarzlar etrafında sınıflandırma ya da gruplandırma yapmak için kullanılır. Başlık etiketleri sosyal medyada içerik bulmayı kolaylaştırmaktadır. Örneğin; Gündemde popüleritesi arttırılmak istenen bir konu başında “#” (hashtag) kullanılarak yazılmaktadır.

1.5 Meme\Caps

Türkiye’de caps olarak bilinen kavram diğer ülkelerde meme olarak bilinmektedir. Caps’lar genel anlamda mizah içeriklidir. Bazen ince bir mesaj anlamı içermektedirler. Aslında fıkralar ile bağdaştırabiliriz fakat capsler yazılı olmaktan ziyade görsel içeriklidir. Sosyal medyada sıklıkla kullanılır ve etileşim alırlar. Capslar kullanım durumuna göre pek çok duyguyu kapsamaktadır.” Kimi zaman gündelik hayatın saçma, komik ve eğlenceli yönlerini kendine malzeme edinerek güldürü ögesi hâline gelen; kimi zamansa toplumsal, siyasal gündeme muhalif eleştiriler getirmek için kullanılmaktadır” (Kırık & Saltık, 2017: 99-118). Bu yüzden sosyal medyanın bir dili hâline gelmektedir. “Görüntü ve yazı uyumuyla capslar, fıkranın barındırdığı zaman, mekân, tip ve beklenmezlik gibi öğeleri sözlü ve yazılı kültürden elektronik kültüre kendi şartlarında taşımaktadır” (Öncül, 2018: 329-338).



Şekil 1



Şekil 2

1.6 Yeni kelimeler ve argolar

Sosyal medyanın kullanımıyla birlikte sosyal medya dili oluşmuştur. İnsanlar çeşitli sosyal mecralarda ortak bir anlamı olan yeni ifadeleri ve argoları yaratmıştır. “Gençler sosyal medyadan öğrendikleri bazı kelimeleri kullanırken kendilerini özel ve farklı hissetmek amacını gütmektedir. Kendi grupları içinde konuşurken yetişkinlerin onları anlamaması iletişimin ötesinde ikincil bir kazanç sunmaktadır” (Çelikel, t.y). Örneğin; aşko: aşkım, yeto: yeter, erko: erkek v.b. (<https://www.haberturk.com/stil/z-kusaginin-kullandigi-jargon-argo-dili-ve-ergen-sozlugu-3671301>).

- Seni çok seviyorum aşkom.
- Buradan geçen erkolar çok yakışıklıydı.
- Bu olanlardan bıktım yeto artık.

1.7. İfade ve anlam değişiklikleri

Sosyal medyada, metinlerin ve ifadelerin hızla yayılması ve sözcük anlamlarının hızla değişmesi mümkündür. Bundan dolayı bazı ifadeler sosyal medya kullanıcıları tarafından farklı bir anlam kazanabilmektedir. Bu, bir ifadenin sosyal sosyal medyada farklı bir bağlama yerleşmesiyle gerçekleşebilir.

“İnternet kullanımlarının iletişim dilini de zamanla oluşturup, geliştirdiğine, bu kullanılan dilin anlaşılabilir olarak ortak oluşturulan bu dil kodlarını simge olarak da nitelendirilmektedir” (Çelikel, t.y)

Örneğin; janlarım: canlarım, mük: mükemmel, devamke: devam, aga be: pişman olunca ya da hayıflanınca kullanılan yeni bir kavramdır v.b. (<https://www.haberturk.com/stil/z-kusaginin-kullandigi-jargon-argo-dili-ve-ergen-sozlugu-3671301>).

- Mağazada beğendiğim elbise müktü.
- Böyle başarılı olmaya devamke.
- Aga be keşke bende aynı içecekten alsaydım.

1.8. Konuşma diline yansıyan yabancı kavram ve kısaltmalar

Türkçede; beğenmek, mesaj göndermek, takipleşmek, takip etmek ve gündemde olmak gibi tabirler kullanılırken zamanla bu tabirler yabancı kelimelerle sağlanmaktadır. “Twitter‘da kişiler eğer karşılıklı olarak takipleşiyorlarsa birbirlerine DM gönderebilirler. Bir kullanıcı bir diğer kullanıcıya DM gönderdiğinde ve kişi bu DM‘ı görmediğinde iletiyi gönderen kişi, gönderdiği kişinin adıyla beraber —DM sembolünü yazar. Bu haliyle DM göstereni, —sana DM attım, DM kutuna bak! uyarıcı gösterilenini taşır” (Kara, 2016: 3323-3328).

TT: Trend topic, gündemde üst sıralarda olan başlık etiketleri.

DM: Direkt mesaj, herhangi bir medya mecrasında özelden mesaj atmak

TBT: Throwback, eski fotoğraflarınızı paylaşarak o günü anımsamak.

GT: Geri takip, birini takip ediyorsunuz o da size geri dönüş yapıyor ve takip ediyor.

Yabancı kelimelerin günümüz konuşma diline yansımaları bu şekilde ele alınmaktadır. “Sana DM gönderdim” ya da “Beni neden GT etmedin?” gibi kullanımlar ve yansımalar olduğu tespit edilmektedir. (<https://brunos.digital/blog/sosyal-medyada-kullanilan-100-kisaltma-ve-anlamlari/>)

2. Sosyal Medyanın Toplumsal İletişimdeki Rolü ve Gençlere Etkisi

2.1. Toplumlararası iletişim etkisi

“Medya, ortak kültürler medyana getirmede bir araçtır” (Slater, 1998). Sosyal medya dilinin evrensel kullanımı, medya dilinin yaygınlaşmasına ve kültürel etkileşimin artmasına yol açmaktadır. Sosyal mecralar, farklı kültürdeki insanların kolaylıkla birbirleri ile etkileşimini sağlar. Böylece medya dili bu mecralarda hızlı bir şekilde yayılır. “Çağımızda en büyük değişim iletişim alanında yaşanmaktadır. Teknoloji alanında meydana gelen gelişmeler her şeyden önce iletişim alanında kendini göstermekte ve toplumda varlığını hissettirmektedir” (Kocadaş, 2005: 1-13). Örneğin, bir kalp ya da gülümseme emojisi farklı kültür ve dildeki insanların arasında benzer bir tepki yaratmaktadır ve kültürler arası iletişimi kolaylaştırmaktadır.

2.2. Yeni iletişim

Sosyal medya dilinin kullanımı günümüz iletişim kurallarında değişikliklere yol açabilir. Hızlı mesajlaşma tarzı geleneksel iletişim kurallarını değiştirebilmektedir. Özellikle gençler hızlı mesajlaşma ile kelimeleri kısaltarak ya da anlatmak istediklerini kısa ve hızlı bir şekilde yazarak bu kuralların değişmesine yol açabilmektedirler. Ayrıca kullanıcılar emoji, caps ve Gif'ler gibi görsel ifadeler duygularını daha kolay yansıtmalarını sağlamaktadır. Özellikle capsler mizahi yönden duyguları daha iyi ifade edebilmektedir (Öncül, 2018: 329-338). Sosyal medya dilinin kullanımı sosyal yorumlamada kullanılabilir.

2.3. Gençlere etkisi

Sosyal medyanın en fazla kullanıcıya sahip olan grubu genellikle gençlerdir. Gençler, sosyal medya platformlarında eşsiz bir dil ve jargon geliştirme konusunda öncülük etmektedir. Gençlerin sosyal medyada kullandığı dil, daha geniş bir kitleye yayılmakta ve sosyal medya dilinin şekillenmesine katkıda bulunmaktadır. Gençler, etkileşimde buldukları kişileri de etkileyebilirler. Özellikle kullanılan görsel içerikli ifadeler duygusal bağları güçlendirebilir. Fakat genellikle gençlerin kullandıkları ifadeleri yaşlı ya da orta yaşlı kesimden insanlar anlamakta güçlük çekebilmektedir. Bu yüzden kuşak çatışması da yaşanabilmektedir. Bu nedenle, sosyal medya dilinin kullanımı sosyal karmaşıklığa sebep olabilir.

Sonuç

Sosyal medya dili, günümüzde hem toplumsal iletişime hem de bireysel iletişime öncülük etmektedir. Emoji ve argo ifadeler sosyal medyaya ait yeni dil unsurlarını ortaya koymaktadır. Sosyal medya platformlarında yaygın bir şekilde kullanılan bu dil unsurları hızlı, yeni ve özlü iletişimi teşvik ederek, geleneksel dil kullanımını yeniden şekillendirmektedir. Özellikle mesajlaşma uygulamaları ve sosyal medya platformlarında kullanılan kısaltmalar, zaman tasarrufu sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, emojiler, duygusal ifadeleri daha etkili bir biçimde iletmek için dilin ayrılmaz bir parçası hâline gelmektedir. Argo ifadeler ise özellikle geniş kitleler arasında yaygın bir dil unsuru olarak benimsenmektedir. Bu dil, duygu ve düşüncelerin ifade edilmesinde hız ve verim sağlayarak yazılı iletişime kolaylık getirmektedir. Ancak, Türkçenin yapısal kuralları ve geleneksel söz varlığının göz ardı edilmesi, sosyal medya dilinin olası olumsuz etkileri arasında sayılabilir. Özellikle gençler içinde gelişen bu dil, hem gündelik konuşma diline hem de

toplumsal etkileşime taşınarak kuşaklar arası iletişimde olası zorluklara yol açabilmektedir. Sonuç olarak, sosyal medya dilinin günümüz Türkçesine çeşitli etkileri açıkça gözlemlenmektedir. Sosyal medya dilinin bu dönüşüm süreci hem yeni ifade biçimlerini değiştirmekte hem de kelime dağarcığını zenginleştirmektedir. Bu durum, dilin sürekli bir evrim içerisinde olduğunu ve sosyal medyanın dil üzerindeki etkisinin önemli bir faktör olduğunu göstermektedir.

Kaynakça

- Avcı, N. (2021). Sosyal Medya, Dil ve Edebiyat. *Birey ve Toplum*, 05-26.
- Alay, O. (2020). *Kitle İletişim Araçları Medya: Medyanın Birey ve Toplumsal Yapıya Etkileri*. İstanbul: Hiperlink yayınları.
- Cengiz Anık vd., A. M. (2017). Sosyal Medyanın Göstergibilimsel Dili: Emojiler. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 41-54.
- Çelikel, S. (t.y). İnternet Argosu ve Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıklarının Gençlerin Sözlü Dilleri Üzerindeki Etkisi. *acedamia*.
- Kara, S. (2016). Toplum Dil Bilimi Açısından Sosyal Medya Dili. *Asos Congress Bildiri Kitabı* (s. 3323-3328). içinde Elazığ: ASOS Yayınları.
- Kırık, A. M., & Saltık, R. (2017). Sosyal Medyanın Dijital Mizahı: İnternet. *Atatürk İletişim Dergisi*, 99\118.
- Kocadaş, B. (2005). Kültür ve Medya. *Bilig*, 1-13.
- Koç, İ. T. (2024, 10 20). *Anadolu Ajansı*. Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/sosyal-medya-dili-yozlastiriyor/919586> adresinden alındı
- Mete, F. (2020). Emoji Kullanımının Türkçe İletişim Kurmaya Etkisi. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 1041-1048.
- Öncül, K. (2018). Sözlü Kültürden Elektronik Kültüre, Fıkradan Capsa. *Eğitim Ve Toplum*, 329-338.
- Slater, P. (1998). *Frankfurt Okullu (A.Özden Çev.)*. İSTANBUL: Kabalcı Yayınevi.
- Milliyet Gazetesi. Emoji Anlamları 2024: WhatsApp, Facebook ve Instagram'da En Çok Kullanılan Yüz, Kalp, El İşaretleri ve Hayvan Emojilerinin Anlamları. Milliyet : <https://www.milliyet.com.tr/teknoloji/emoji-anlamlari-2023-whatsapp-facebook-ve-instagramda-en-cok-kullanilan-yuz-kalp-el-ve-hayvan-emojilerinin-anlamlari-nelerdir-6618489> adresinden alındı(erişim tarihi: 13.11.2024).
- Brunos.Digital.Sosyal Medyada Kullanılan 100 Kısaltma ve Anlamları. Brunos.Digital: <https://brunos.digital/blog/sosyal-medyada-kullanilan-100-kisaltma-ve-anlamlari/> adresinden alındı(erişim tarihi:13.11.2024).
- Habertürk. Habertürk. Z kuşağının kendi gizli dili mi var yoksa biz mi yaşlandık?: <https://www.haberturk.com/stil/z-kusaginin-kullandigi-jargon-argo-dili-ve-ergen-sozlugu-3671301> adresinden alındı(erişim tarihi: 30.09.2024).
- Hürriyet. Hürriyet. İnternet ve cepte kullanılan kısaltmalar Türkçe'yi tehdit ediyor: <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/internet-ve-cepte-kullanilan-kisaltmalar-turkceyi-tehdit-ediyor-18952994> adresinden alındı (erişim tarihi: 21.08.2024).