

SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞI ÇERÇEVESİNDEKİ YENİ KAVRAMLAR ÜZERİNE BİR HARİTALANDIRMA ÇALIŞMASI*

A MAPPING STUDY ON NEW CONCEPTS IN SOCIAL MEDIA LITERACY

Ayşe Aslı SEZGİN

Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, İletişim Bilimleri
Bölümü

asezgin@cu.edu.tr

ORCID No: 0000-0002-4557-7351

Sevda ÜNAL

Çukurova Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik
Bölümü

sevdaunal@cu.edu.tr

ORCID No: 0000-0003-2754-4780

ÖZ

Geliş Tarihi:

25.05.2022

Kabul Tarihi:

22.08.2022

Yayın Tarihi:

27.10.2022

**Anahtar
Kelimeler:**

Sosyal Medya
Okuryazarlığı,
Medya
Okuryazarlığı,
Yeni Medya
Okuryazarlığı,
Yeni
Okuryazarlıklar,
Zihin Haritası

Keywords:

Social Media
Literacy,
Media Literacy,
New Media
Literacy,
New Literacies.
Mind Map.

Sosyal ağların teknik özelliklerini bilme, bu ağlardaki içeriği oluşturma, analiz ve değerlendirme gibi teknik ve bilişsel yeteneklere sahip olma olarak tanımlanabilecek “sosyal medya okuryazarlığı”, medya okuryazarlığı ana başlığı altında sosyal medya içeriğine yönelik farkındalığa dikkat çeker. Bugün, gündelik yaşamın hemen hemen tüm pratiklerinde karşımıza çıkan sosyal medya içeriğini doğru okumak ve bu ortamda içerik üretmek için sosyal medya okuryazarı olmanın önemi vurgulanmalıdır. Bu konudaki farkındalık, sosyal medya ağlarındaki paylaşımlara ve hareketliliğe de bağlı olarak, literatürde yer almaya başlayan kimlik hırsızlığı, romantik dolandırıcılık (romance scams) ihbarcı (whistle-blower), siber taciz, siber zorbalık gibi ve daha birçok yeni kavram konusunda da bilgi sahibi olmayı sağlayacaktır. Bu çalışma, sosyal medya okuryazarlığına yönelik bir değerlendirmeyi, bu yeni kavramlar bağlamında yapmayı amaçlamıştır. Bu çerçevede, öncelikle sosyal medya okuryazarlığı kavramı açıklanmış, sosyal medyanın varlığı ile tartışılmaya başlanan kavramlar, ulusal ve uluslararası literatür taranarak tespit edilmiş, tespit edilen bu kavramlar, birbirleri ile ilişkilerini, toplumsal yaşamdaki kategorilerini ve tanımlamalarını daha net ortaya koyabilmek amacıyla, zihin haritalama yöntemi ile açıklanmıştır. Haritalama çalışması sonucunda sosyal medya sonrası hayatımıza giren ya da sosyal medyaya uyarlanan kavramlar “bilgi yayılımı, suçlar ve psikolojik hastalıklar” şeklindeki üç ana başlık altında sınıflandırılmıştır.

ABSTRACT

Social media literacy, which can be defined as knowing the technical features of social networks, and having technical and cognitive abilities such as creating, analyzing, and evaluating the content in these networks, draws attention to awareness of social media content under the main title of media literacy. Today, the importance of being social media literate should be emphasized in order to read the social media content that we encounter in almost all practices of daily life correctly and to produce content in this environment. Awareness of this subject will also provide information on many new concepts such as identity theft, romance scams, whistle-blower, cyber harassment, cyber bullying, and many other new concepts that have started to take place in the literature, depending on the shares and activity in social media networks. This study aimed to evaluate social media literacy in the context of these new concepts. In this framework, first of all, the concept of social media literacy was explained, and the concepts that started to be discussed with the existence of social media were determined by scanning the national and international literature. These identified concepts are explained with the mind mapping method to reveal their relations with each other, their categories, and definitions in social life more clearly. As a result of the mapping study, the concepts that entered our lives after social media or adapted to social media were classified under three main headings as "information dissemination, crimes, and psychological diseases".

DOI: <https://doi.org/10.30783/newsosbilen.1121223>.

Atıf/Cite as: Sezgin A. A. ve Ünal, S. (2022). Sosyal Medya Okuryazarlığı Çerçevesindeki Yeni Kavramlar Üzerine Bir Haritalandırma Çalışması, *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, Dijitalleşme Özel Sayısı*. 93-107.

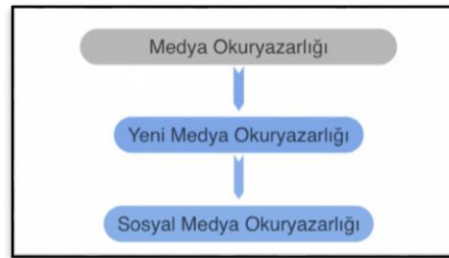
* Bu çalışma 16-18 Mayıs 2022 tarihinde, Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen 9.Uluslararası İletişim Günleri, Dijital Çağda İletişim Çalışmaları Sempozyumu'nda sunulmuş, özet bildiri olarak yer almıştır.

Giriş

2000’li yılların başlarında Türkiye’de gündeme gelen medya eğitimi ve medya okuryazarlığı konusu, ilerleyen yıllarda konuyla ilgili araştırmalar yapan birçok araştırmacı tarafından, farklı başlıklar altında çalışmalara konu olmuştur. Medya okuryazarlığının tarihçesinden başlayan çalışmalar, bu konuya ilişkin yürütülen eğitim politikalarına kadar geniş bir alanda değerlendirilmeye devam etmektedir. Eleştirel medya okuryazarlığı yaklaşımına karşılık, medya içeriği karşısında özellikle çocukları ve gençleri koruma anlayışını benimseyen korumacı yaklaşım tartışmalarına, günümüzde medya okuryazarlığının farklı okuryazarlıklar karşısında bir ana başlık olarak değerlendirilmesi gerektiği tartışmaları da eşlik etmektedir. Medya okuryazarlığı şemsiyesi altında değerlendirilen reklam okuryazarlığı, haber okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı vb. şeklindeki okuryazarlıklar arasında sosyal medya okuryazarlığı, günümüzde sosyal medyanın etkisi ve sosyal medyada geçirilen zaman da dikkate alındığında üzerinde durulması gereken okuryazarlık türü olarak öne çıkmaktadır. Özellikle eğitim sisteminde yapılan güncellemelerle genç kuşaklara erişebilmek, genç kuşakların ilgilerini çekebilmek ve onlara eğitim içeriğini aktarabilme konusunda sosyal medya okuryazarlığı ayrıca bu fırsatlarla da dikkate alınmalıdır. Ancak bu fırsatların kullanılmasına yönelik geliştirilecek politikaların öncesinde, sosyal medya okuryazarlığının ne olduğu konusunda bir değerlendirmeye ihtiyaç vardır. Sosyal medya içerikleri, teknoloji ile doğan nesiller olarak günümüz çocuklarının ve gençlerinin, sosyalleşme, eğlenme, haberleşme, bilgi alma, öğrenme kaynağı olarak dikkat çekmektedir. Sosyal medya içeriğinin yoğun kullanımı zaman içinde literatüre farklı kavramların girmesi ile sonuçlanmıştır.

Günümüzde gençler ve çocuklar medyanın hem tüketicisi hem de üreticisi olarak konumlanmaktadır. Bu durum internet ve sosyal medyanın yaygınlık kazandığı bir kültüre katılım için eleştirel olmayı gerektirmektedir. Eleştirel medya becerilerini geliştirebilme de gençler ve çocukların eğitimcilerden yardım alması gerekliliğini ortaya çıkartmaktadır. Medyanın tüm biçimlerinin, pasif bir tüketicinin ötesine geçerek, sivil katılımın da sağlanması amacıyla analiz edilmesi, değerlendirilmesi, yorumlanması ve yaratılması (Gammon & White, 2011:329) konusundaki önemli girişimlerden biri de sosyal medya okuryazarlığı konusunda yapılan çalışmalardır. Sosyal medya okuryazarlığı da medya okuryazarlığı çalışmalarının temel prensipleri doğrultusunda, bu kez yaratıcısı-üreticisi olunan içeriklere erişimi, onları analiz ederek doğru yorumlamayı sağlayacak bir bilinci ifade eder.

Bu çalışma, öncelikle medya okuryazarlığı araştırmalarından yola çıkarak, yeni okuryazarlıklar, yeni medya okuryazarlığı ve nihayetinde sosyal medya okuryazarlığı konusunda kavramsal bir çerçeve çizmeyi amaçlamıştır (Şekil 1). Çalışmada, sosyal medya içeriklerinin toplumsal yaşamın hemen hemen tüm alanlarındaki etkisiyle yeni bazı kavramların literatürde yer almaya başlaması araştırma konusu olarak benimsenmiştir. Sosyal medya okuryazarlığına ilişkin hazırlanacak kavram haritası, literatür taraması sonucunda bilgi yayılımı-psikolojik hastalıklar-suçlar kategorileri olarak üç kategori ile sınırlandırılmıştır. Bu doğrultuda çizilen kavramsal çerçevenin ardından, bu araştırmanın yapıldığı tarihler itibarıyla ulusal ve uluslararası literatürde, sosyal medya konusunda yapılmış olan araştırmalarda kullanılan ve belirtilen kategorilerde bulunan kavramlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu kavramların birbirleriyle olan ilişkileri de yine farklı bir yöntemsel yaklaşımla, zihin haritalama yöntemi aracılığı ile ortaya konulmaktadır. Çalışmada belirlenen kategorilerle ilgili verilerin sadece literatür taraması ile toplanması, dolayısıyla saha çalışması yapılmaması en önemli sınırlılığı olarak tanımlanabilir.



Şekil 1. Yeni Okuryazarlıklar
Not. Yazarlar

Dijital toplumda bireyler giderek birbirine bağlanırken, Web 2.0 aracılığı ile coğrafi ve zamansal engeller de azalmaktadır. Web 2.0, yalnızca bir yayın sistemi ve çevrimiçi veri tabanı olarak interneti ifade etmemektedir. Sosyal medya ağlarının yapılandırılmasına da olanak sağlayan Web 2.0, ağa eklenen farklı uygulamaları destekleyen, insanlar ve gruplar tarafından iş birliğine ve toplu inşaya izin veren bir platform olarak anlaşılmalı ve kullanılmalıdır (Machado, 2020).

Medya okuryazarlığı kapsamında daha ayrıntılı bir inceleme ve araştırma gerektiren sosyal medya okuryazarlığı konusu, son yıllarda farklı kavramların da konuyla ilgili literatürde yer almasını sağlamıştır. Web 2.0'ın etkileşimli yapısı sonucunda sürekli güncellenen, teknolojik gelişmelere bağlı olarak evrilen bu yeni literatür, sosyal medya okuryazarlığı konusunda etkin bir süreç izleyebilmek için araştırmalara konu olmalıdır. Her geçen gün yeni bir kavramın yer aldığı literatüre ilişkin bir araştırma da bu çalışma vasıtasıyla ve çalışmanın yapıldığı tarih sınırları kapsamında gerçekleştirilmiştir. Çalışma sosyal medya okuryazarlığı konusunda yapılacak olan çalışmalara kaynak olabilecek düzeyde bir kavramsal harita ortaya çıkartmayı amaçlamaktadır. Sosyal medya iletişimde ihtiyaç duyulacak kavramların birbirleri ile ilişkileri bağlamında da bir değerlendirme yapmayı amaçlayan çalışma, ilgili alanda bir rehber olarak da değerlendirilebileceği için önem taşımaktadır.

Medya Okuryazarlığı ve Sosyal Medya Okuryazarlığı

Medya eğitimi olarak başlayan ve zamanla medya okuryazarlığı yaklaşımı şeklinde devam eden süreçte, medya içeriklerine erişmenin, bu içerikleri analiz etmenin ve analiz edilen içerikleri değerlendirmenin önemi, bugün artık üzerinde dikkatle durulması gereken bir konu olarak değerlendirilmelidir. Özellikle eğitim sürecine dahil edilmesi gereken medya okuryazarlığına yönelik temel prensipler, medya ile kuşatılan 21. yüzyıl insanı için gündelik yaşamında yol gösterici bir role sahiptir. Medya okuryazarlığının müfredata dahil edilmesinin de ötesinde, farklı ders içeriklerine entegrasyonunun sağlanması bu konudaki önemli adımlardan biri olarak belirtilmelidir.

Medya okuryazarlığı, medya içeriğinin aktif bir şekilde sorgulanarak, eleştirel bir yaklaşımla değerlendirilmesini sağlar. Demokratik toplum olmanın gerekliliğine uygun olarak, medya okuryazarlığı bilgili ve ilgili katılımcıların kendilerini ifade edebilecekleri bir yaklaşımı vurgular. Medyanın, bir kültürün parçası olduğu düşüncesinden hareket ederek, sosyalleşme aracı olarak da işlev gördüğünü medya okuryazarlığı vasıtasıyla değerlendirmek mümkündür (Hobbs & Jensen, 2009:7). Medya okuryazarlığı ayrıca bu konu üzerinde araştırma yapan bilim insanları, eğitimciler, aktivistler ve diğer toplumsal temsilciler için farklı anlamlar bağlamında tanımlanabilir. Son 40 yılda medya okuryazarlığı konusunda birçok araştırma, akademik çalışma gerçekleştirilmiştir. Son yıllarda ise bilginin dijitalleşmesi, iletim kanalları arasında yakınsama ile kitle iletişim araçlarının değişim göstermesi bu konuda daha fazla araştırma yapılmasını sağlamaktadır (Potter, 2010: 675). Ayrıca medya okuryazarlığının yanı sıra yeni okuryazarlıklar konusunda da çalışmaların artırıldığı, bu okuryazarlıklar kapsamında ön plana çıkartılan yetilerle ilgili değerlendirmelerin yapıldığı da gözlenmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojileri modern toplum için ne kadar merkezi hale gelirse, bunları kullanmak için gerekli yeteneklerin gelişimini belirlemek ve yönetmek de o kadar zorunludur. Bugün hem akademik hem de politik söylemlerde, medya okuryazarlığı kavramı, geleneksel basılı ve görsel-işitsel medyaya odaklanan düşüncenin yanı sıra interneti ve diğer yeni medyayı kapsayacak şekilde genişletilmektedir (Livingstone, 2003). Bu genişletmeye bağlı olarak da yeni okuryazarlıklar ana başlığı altında bugün birçok farklı okuryazarlıktan söz edilmektedir.

Yeni okuryazarlıklar fikri, 1990'ların başlarından bu yana, eğitim üzerindeki etkileri hissedilerek, son yıllarda görülen önemli değişiklikleri anlamlandırabilmemiz ve tepki verebilmemiz amacıyla geliştirilmiştir. Yeni okuryazarlıklar teknolojik değişiklikleri dikkate almakta ama diğer koşulları da dışlamamaktadır. Günümüz koşullarında anlam oluşturma yollarına odaklanılmaktadır. Yeni okuryazarlıklar geleneksel okuryazarlıklardan hem sosyal uygulamaların dijital teknoloji dolayımı olması hem de dijital kod aracılığıyla sunulması nedeniyle geleneksel okuryazarlıklardan farklıdır. Yani, yeni okuryazarlıklar, “maddi kayıttan dijital kodlamaya, analogdan dijital temsillere geçişi içerir” (Knobel & Lankshear, 2014:97-98).

21. yüzyıl, yeni medyanın benzeri görülmemiş bir şekilde, toplumun hemen hemen her alanına nüfuz ederek ilerlemesine şahit olunan bir dönemi temsil etmektedir. Yeni medya okuryazarlığı da herhangi bir vatandaşın bu yeni yüzyılın toplumsal ortamına katılmasında önemli bir rol üstlenmektedir (Chen Wu & Wang, 2011:84). Araştırmalarda okuryazarlığın tarihsel olarak nasıl bir evrilme yaşadığı aktarılırken yeni okuryazarlıklara ulaşan yolda yeni medya okuryazarlığının önemi de vurgulanmaktadır.

Farklı okuryazarlık türleri arasında geçiş yani klasik okuryazarlıktan, görsel-işitsel okuryazarlığa, dijital okuryazarlığa veya bilgi okuryazarlığına ve son yıllarda da yeni medya okuryazarlığına doğru bir değişimden söz edilmektedir. Yeni medya okuryazarlığı içerik tüketiminden üretimine doğru bir değişimi temsil eder. Yeni medya teknolojisi, insan iletişimi için, mesajın biçimleri ve iletişim biçimleri çerçevesinde önemli bir etkiye sahip olan, benzeri görülmemiş bir olanak sunmuştur. Yeni medya, teknik ve sosyo-kültürel özellikleri dikkate alındığında daha kapsamlı bir şekilde anlaşılabilir (Chen Wu & Wang, 2011:85). Kullanıcıların istedikleri içerikleri paylaşabildikleri toplumsal ve kültürel platformlar olarak tanımlanan yeni medya teknolojileri, bireylere tüketim ve üretim noktasında sayısız fırsatlar sunmaktadır. Ancak bu fırsatlardan yararlanabilmek için kullanıcıların sadece teknik becerilere değil medya içeriğini sorgulamaya yönelik eleştirel becerilere de sahip olması gerekir (Çelik ve ark., 2021). Eleştirel düşünme becerileri ile üretilen içeriklerin yeni medyada paylaşımı, sosyal medya içeriklerinin üretilme süreçlerini de işaret etmektedir. Pasif dinleyici-izleyici-okuyucu olma konumundan, aktif birer katılımcı olarak içerik üretme sürecine dahil olan kullanıcılar, sosyal medyada bu becerileri kullanma konusundaki örnekleri de temsil etmektedir.

İnternet aracılığı ile yeni bir iletişim ortamı olan ve homojen bir yapıda olmayan sosyal medya platformlarında editöryal sürece müdahale eden kişiler bulunmamakta, kullanıcılar alanında uzman farklı kişiler tarafında yapılan paylaşımları görebilmekte ve bu kişileri takip edebilmektedir. Sosyal medyanın kendine has özellikleri bu platformda yayılan bilginin geleneksel medyada yer alan aynı bilgiden farklı şekilde değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bilgi algısı, bu ortamlara özgü olarak çeşitlenebilmektedir (Çelik ve ark., 2021). Bu farklılık ve sosyal medyanın diğer dikkat çeken özellikleri, medya okuryazarlığı başlığı altında sosyal medya okuryazarlığı alt başlığını tartışmayı gerekli kılmaktadır.

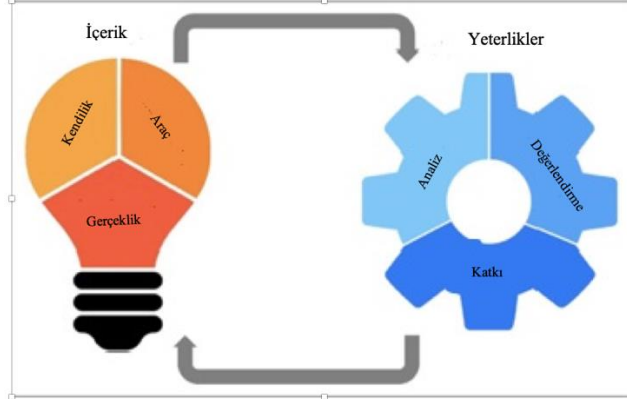
Günümüzde medya okuryazarlığı, dijital toplum tartışmalarının da etkisiyle insanların özellikle de çocukların ve ergenlerin yaşam kalitesi ve esenliği için önem taşımaktadır. Medya okuryazarlığının 90'ların başında yapılan tanımından sonra, sosyal medya ve anlık mesajlaşma platformlarının her geçen gün gündelik yaşama daha yoğun şekilde entegre olması, ilk tanımda yer alan mesajları iletme yeteneğine odaklanılmasını gerekli kılmaktadır. Özellikle gençler dijital ve sosyal uygulamaları yoğun şekilde kullanmaktadır. Son yıllarda medya okuryazarlığına yönelik bilimsel odak, katılımcı sosyal becerilerin önemini vurgulayarak, dijital medyanın iletişim tabanlı gereksinimlerine kaymıştır (Festl, 2021:250).

Sosyal medya okuryazarlığını tanımlarken, medya okuryazarlığının temel bileşenlerinden destek alınabilir. Bireylerin, özellikle genç sosyal medya kullanıcılarının, medyaya ilişkin farkındalık kazanması için medya okuryazarlığının işlevsel ve yapısal medya bilgisine ihtiyaçları olacaktır. Ayrıca yine medya okuryazarlığı vasıtasıyla, sosyal medya gönderilerini eleştirel olarak değerlendirebilmek, sosyal anlamda iletişim ihtiyacını karşılamak, sosyal medyayı kullanma ve yaratıcılık konusundaki yeterlilikler için sosyal medyadan yararlanabilmek mümkündür. Medya okuryazarlığı konusunda sahip olunan birikim, sosyal medya okuryazarı olarak özellikle gençlerin çevrimiçi ortamda başkalarını taciz etmeme, bu ortamda arkadaşlarıyla iletişim kurabilme, yeni uygulamaları kullanabilme ve çevrimiçi ortamda etik davranmaya önemli katkısı olacaktır (Festl, 2021:252).

Medya okuryazarlığı temelde kullanıcılara medya ile sağlıklı ve sorumlu bir şekilde etkileşimde bulunmaları için gerekli eleştirel özerkliği sağlamayı amaçlar. Bu amaçla medya okuryazarlığı eğitimi, medyanın olumsuz etkilerini azaltacak ve olumlu olanları en üst düzeye çıkartacaktır. Medya okuryazarlığına yönelik temelde üzerinde uzlaşılan bu değerlendirmenin aksine, araştırmacılar geleneksel medya ve sosyal medya tanımları konusunda farklı bakış açılarına sahiptir. Bu farklı bakış açıları arasında sosyal medya okuryazarlığı, sosyal medyada etkileşimden kaynaklanan riskleri en aza indirmek ve yine bu ortamdaki fırsatları en üst düzeye çıkartmak için kullanıcıların bilişsel ve duyuşsal yönlerini tespit etmeyi hedefleyen yetkinlik şeklinde bir tanımlama yapılabilir (Schreurs & Vandenbosch, 2021:321).

Sosyal medya okuryazarlığı, medya okuryazarlığı tanımında yer alan ve anahtar kavramlar olarak altı çizilecek erişme, analiz, değerlendirme, yorumlama ve yaratma-üretme kavramları çerçevesinde de tanımlanmak istendiğinde, kullanıcıların doğru sosyal medya içeriğine erişerek, bu içeriği analiz edebilme, analiz edilen içeriği değerlendirme ve yorumlama ile aynı ortamda içerik üretebilme yetisi olarak tanımlanabilir.

Cho ve arkadaşları sosyal medya okuryazarlığı tanımlarında içerik, yeterlikler ve her ikisi arasındaki ilişkilere dikkat çekerler (Şekil 2). İçerik bölümü sosyal medya okuryazarlığı için hayati olan farkındalık, anlayış ve bilgiyi işaret eder. Yeterlikler ise sosyal medya okuryazarlığına ilişkin bilgileri uygulamaya geçirmeyi gerektirir (2022:6)



Şekil 2. Sosyal Medya Okuryazarlığı Çerçevesi: İçerik ve Yeterlikler
Not. Cho vd. 2022:6.

Vanwysberghe, Boudry, & Verdegeme (2015: 85) sosyal medya okuryazarlığını, “kullanıcıların web üzerinde sosyal etkileşim ve iletişim için sosyal medyayı etkili ve verimli bir şekilde kullanmaları amacıyla ihtiyaç duydukları teknik ve bilişsel yeterlilikler” (akt. Daneels & Vanwysberghe, 2017) şeklinde tanımlamışlardır. Teknik yeterlilikler sosyal medyada içerik üretim, dağıtım, paylaşımı, bilişsel yeterlikler ise sosyal medyada karşılaşılan içeriklerin analizini, bağlam ve uygunluğu ile bilginin güvenilir olup olmadığını eleştirel olarak değerlendirmeye atıfta bulunur (Daneels & Vanwysberghe, 2017). Bu tanımda da yer alan eleştirelilik, zaman içinde medya okuryazarlığı çalışmaları sürecine benzer şekilde sosyal medya okuryazarlığı araştırmalarında da ön plana çıkmaktadır.

Sosyal medya içeriğinin tarafsız olmaması, sosyal medya okuryazarlığı çalışmalarında da birtakım stratejilere ve araçlara ihtiyaç duyulmasına neden olmaktadır. Bu süreçte ayrıca özellikle gençlerin sosyal medya okuryazarı olabilmek için farklı insanların sosyal medyayı nasıl kullandığını ve deneyimlediğini bilmeleri önem taşır. Sosyal medya içeriğinin basitçe okuryazarlık olaylarının gerçekleştiği mekanlar olarak görülmekten ziyade, tasarımı gereği eleştirel olarak incelenmelidir. Bu eleştirelilik sosyal medya içeriğine gizlenen veya gündelik rutin faaliyetler aracılığıyla normalleştirilen baskın güç ve otorite kalıplarının da ortaya çıkarılmasına imkân tanıyabilir (Nagle, 2018:91).

Sosyal Medya ve Yeni Kavramlar

Sosyal medya kullanımının artışıyla birlikte sosyal medya içerikleri, kullanılan kavramlar, mecralar çeşitlenerek artmıştır. Manson ve Mullaney (2021:298) sosyal medyayı “iki veya daha fazla kişinin kalıcı bir bağlantı kurmasını ve bilgi paylaşmasını sağlayan internete bağlı herhangi bir platform” olarak tanımlar ve öne çıkan sosyal medya platformları olarak “Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat ve Tik Tok”u sıralar. Bu platformlar kamusal kullanıma açık olup, içerik paylaşım pratiğini ve etkileşimi beslemektedir. Boyd ve Ellison (2007:211) çalışmalarında sosyal medya platformlarının kullanıcılara herkes tarafından görülebilen ya da kısıtlanmış hesap açma olanağı sağladığını, kullanıcıların kimlerle bağlantıda olduklarını görünür kıldığını ve kullanıcılara kendi bağlantıları ile diğer kullanıcıların faaliyetleri hakkında bilgi edinme olanağı sunduğunu ifade etmiştir. Sosyal medyayı tanımlamada disiplinler farklılıklara vurgunun önemine dikkat çeken Rosen (2022:3); McCay-Peet ve Quan-Haase’ın (2017) disiplinlerarası nitelik taşıdığını ifade ettiği tanımına başvurur. Bu tanıma göre “Sosyal medya, bireylerin kolayca erişilebilir kullanıcı türevli içeriği ilk kez ve yeniden oluşturmalarına, içeriği değiştirmelerine, paylaşmalarına ve etkileşim kurmalarına olanak tanıyan ve bireylerin, toplulukların ve kuruluşların iş birliği yapmasını sağlayan web tabanlı hizmetlerdir” (McCay-Peet & Quan-Haase, 2017:17).

Sosyal medyaya ilişkin adlandırmalarda “sosyal medya, sosyal ağ siteleri (social network sites) ve sosyal ağ kurma siteleri (social networking sites)” aynı anlamda kullanıldığı gibi bu kavramlar arasında farklılıklar olduğunu belirten çalışmalar da yer almaktadır. Boyd ve Ellison (2007:211) kamusal söylemde sosyal medyaya ilişkin tanımlamalarda “sosyal ağ siteleri” (social network sites) ya da “sosyal ağ kurma siteleri” (social networking sites) şeklindeki adlandırmalarının aynı anlamda kullanıldığını ancak kendilerinin “sosyal ağ siteleri” kavramını tercih ettiklerini belirtir ve dahası “sosyal ağ siteleri” kavramını tercih etme nedenlerini şöyle açıklar: “ ‘Ağ kurma’,

genellikle yabancılar arasında ilişki başlatmayı vurgular. Bu sitelerde ağ oluşturmak mümkün olsa da birçoğunda birincil uygulama bu değildir ve onları diğer bilgisayar aracılı iletişim biçimlerinden ayıran şey de bu değildir”. Benzer şekilde Page, Bardon, Unger ve Zappavigna (2014:5) sosyal medya kavramını sosyal medyayla ilişkili tüm kavramları içerecek “şemsiye kavramı” olarak adlandırırlar ve sosyal ağ siteleriyle aynı anlamda kullanırlar.

Sosyal medya ile sosyal ağ siteleri arasında önemli farklılıklar bulunduğunu söyleyen Froechlic’e (2020) göre “Sosyal medya bilgi yayınlamak için bir platform iken, sosyal ağ insanların birbirleriyle iletişim kurması için bir platformdur. Sosyal medya bir iletişim kanalıdır, oysa sosyal ağda iletişim iki yönlü bir yapıya sahiptir”. Salter (2017) da sosyal ağ sitelerini sosyal medyanın alt kategorisi olarak değerlendiren Van Dijk’in (2013) ayrımını referans alır. Van Dijk’e (2013) göre “Sosyal medya siteleri dört ana kategori geliştirmiştir: Kişiler arası teması teşvik eden Facebook gibi sosyal ağ siteleri; YouTube veya Wikipedia gibi kültürel iş birliğini ve alışverişi teşvik eden kullanıcı tarafından oluşturulan içerik siteleri; alışverişi veya ürün satmayı amaçlayan ticaret ve pazarlama siteleri ve son olarak, kullanıcıların çevrimiçi oyunlar oynamasını sağlayan oyun ve oyun siteleri”dir (akt. Salter, 2017:8). Sosyal medya ve sosyal ağ sitelerini kıyaslayan diğer bir çalışmaya göre “Sosyal medya, web tabanlı teknolojinin, genellikle geniş bir kitleyle etkileşimli bir araç olarak kullanılmasıdır. Öte yandan, sosyal ağ, bir ağ oluşturmak amacıyla hem iş hem de kişisel ilişkilerin yaratılması ve etkileşimli bir ortamın sürdürülmesidir.” (“Difference Between Social”, t.y.). Sosyal medya aracılığıyla mesajınızı okuyucuya/dinleyiciye ulaştırabilirsiniz sosyal ağda ise sosyal medyayı kullanım biçim ve amacınız önemlidir. Sosyal ağ aracılığıyla hedef kitlenizle iletişim kurabilirsiniz. Bu iletişim bire bir olabileceği gibi bir grupla ya da geniş bir kitleyle de olabilir (“Social Media vs Social”, t.y.).

Tablo 1. Sosyal Medya ve Sosyal Ağ: Karşılaştırma Tablosu

Özellikler	Sosyal Medya	Sosyal Ağlar
Tanım	Genellikle geniş bir kitle ile etkileşimli bir araç olarak web tabanlı teknolojinin kullanılmasıdır.	Bir ağ oluşturmak amacıyla hem iş hem de kişisel ilişkilerin yaratılması ve etkileşimli bir ortamın sürdürülmesidir.
Hedef Kitle	Belirli bir hedef kitlesi olmayabilir.	Spesifik hedef kitleye sahiptir.
Amaçlar	Moda kelimeler (buzzwords) aracılığıyla etkileşim sağlamak.	Bir ağ inşa eder ve bu ağı oluşturan ilişkileri besler.
İletişim Tarzı	Temelde kullanıcılara mesaj ileten bir kanaldır.	İki yönlü iletişimi içerir, dolayısıyla ilişkileri geliştirir.
Zamanında Yanıt	Tam etkileşimli olmadığı için zamanında yanıt vermeyebilir	İlgili taraflar arasında doğrudan iletişimi içerdiğinden zamanında yanıtları teşvik eder.

Kaynak: (“Difference Between Social Media and Social Networking”, t.y.).

Bilgi Yayılımına Yönelik Kavramlar (Mezenformasyon, Dezenformasyon, Malenformasyon, İnfodemi)

Sosyal medya, Web 2.0’ın etkileşim özelliği sayesinde okuyucuya/izleyiciye, çevrimiçi içerik tüketiminin yanı sıra içerik üretme olanağı da sunmaktadır. “İki yönlü iletişim ortamı” (Gulbrandsen ve Just, 2011’den akt. O’Neill, Gallego ve Zeller, 2013:163) şeklinde tanımlanan ve üretüketicilik (prosumer, prosumption, produsage) olarak adlandırılan bu özellik sosyal medya kullanıcılarına çeşitli kültürel ve demokratik bağlamlarda aktif politik katılım (Yamamoto, Nah ve Bae, 2019:2), ürün ve hizmetler, yaşam tarzları, markalar vb. ile ilgili görüş alışverişinde bulunma olanağı sağlamaktadır. Yurttaşın içerik tüketicisi olması yanında içerik üreticisi olması, bir yandan yurttaş gazeteciliği anlayışını geliştirirken diğer yandan da bilginin kontrolsüz şekilde dolaşımını artırmıştır. Sosyal medyadaki bu kontrolsüz, teyit edilmemiş bilgi paylaşımı da kasıtlı ve/veya kasıtsız yanlış ya da yanıltıcı bilginin yayılımını kolaylaştırmıştır. Özellikle ulusal ya da küresel ölçekte toplumsal yaşamı etkileyen olaylarda bilgi düzensizliği kapsamında dezenformasyon, mezenformasyon ve malenformasyon kavramları tartışılmaya başlanmıştır.

Mezenformasyon yanlış ya da yanıltıcı bilginin kasıtsız olarak paylaşılmasıdır. Dezenformasyonda ise yanıltıcı ya da yanlış bilginin kasıtlı paylaşımı yapılmakta, yanlış bilgi yayılımında ekonomik getiri ya da siyasi etki ile sorun yaratma amacı temel motivasyonlar arasında sıralanmaktadır (Wardle, 2019). Dezenformasyon sosyal medyada

farklı uygulamalar, paylaşımlar aracılığıyla karşımıza çıkmaktadır. Shu vd. (2020:202) sosyal medyada karşı karşıya kaldığımız dezenformasyonun “yanlış metin, resimler ve videolar” aracılığıyla yayıldığını, yanlış içeriğin sadece insanlar tarafından oluşturulmadığını, makinelerin ve insan-makine iş birliğinin de yanlış bilgiye neden olabileceğini ifade etmektedir. Erdoğan ve arkadaşları (2022:12) sosyal medyada dezenformasyon yayıcıları arasında öne çıkan aktörleri “bağımsız troller, profesyonel troller, botlar, siborglar, sahte haber siteleri, komplo teorisyenleri, partizan medya, siyasetçiler ve yabancı hükümetler” olarak sıralamaktadır. Diğer ancak çok tartışılmayan bilgi düzensizliği malenformasyonda ise temel motivasyon; paylaşım kişi tarafından yapılıyorsa kişisel çıkar, bir kurum tarafından yapılıyorsa da kurumsal çıkardır (Staats, 2021). Malenformasyonda paylaşılan bilgi doğrudur ancak bu bilgiler “özel” olarak sınıflandırıldığı için kamusal olarak paylaşılması gerekmektedir. Paylaşımında temel amaç kişi ya da kuruma zarar vermektir (Erdoğan, Uyan-Semerci, Eyolcu-Kafalı ve Çaytaş 2022:14).

COVID-19 salgınıyla birlikte infodemi ve dezinfodemi de artışa geçmiş, böylece güvenilir bilgiye erişim iyice zorlaşmıştır. Dünya Sağlık Örgütü’nün (WHO) web sitesinde yer alan tanıma göre “İnfodemi, bir hastalık salgını sırasında dijital ve fiziksel ortamlarda yanlış veya yanıltıcı bilgiler içeren bilgi bolluğudur” (“Infodemic”, t.y.). Dezinfodemi de “pandemiyi körükleyen yalanları ve etkilerini anlatmak” amacıyla kullanılmaktadır (Posetti ve Bontcheva 2020: 2). Mezenformasyon ve dezenformasyon birlikte dezinfodemiyi oluşturmaktadır (Jamil ve Appiah-Adjei, 2020:89).

Sosyal Medya ile İlişkili Hastalıklara Yönelik Kavramlar

Sosyal medya kullanımının artması ve gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelmesiyle birlikte internet bağımlılığı daha da spesifik bir nitelik kazanmakta ve internet kullanımıyla ilişkili farklı bağımlılık türleri tanımlanmaktadır. İnternet bağımlılığı şemsiyesi altında sınıflandırılan bağımlılık türlerinden biri de “sosyal medya bağımlılığı”dır. İnternet bağımlılığı Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabında hastalık olarak tanımlanmasa da (Gregory, t.y), internet bağımlılığının yaygınlaşmasıyla Türkiye de dahil pek çok ülkede bu bağımlılık diğer psikolojik rahatsızlıklarla birlikte değerlendirilmeye başlanmış, internet bağımlılığıyla ilgili bilimsel çalışmalar artmış ve bağımlılıkla mücadele merkezlerinde internet bağımlılığıyla da mücadele için birimler kurulmuştur. Yeşilay tarafından teknoloji bağımlılığı kapsamında değerlendirilen internet bağımlılığı “Teknoloji ve internetin bilinçli olmayan, kontrolsüz bir şekilde kullanımına bağlı olarak ortaya çıkan, davranışsal bağımlılıklar oyun oynama bozukluğu, kumar oynama bozukluğu, sosyal medyanın ve akıllı telefonun aşırı kullanımı gibi bağımlılık yapıcı alt davranışlarla kendini gösteren bağımlılık türü” olarak tanımlanmaktadır (<https://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/teknoloji-bagimliliği>). Tanımda da görüldüğü üzere internet bağımlılığında sosyal medyanın aşırı kullanımına vurgu yapılmaktadır.

İnternet bağımlılığı gibi sosyal medya bağımlılığı da Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı’nda bağımlılık olarak tanımlanmamıştır. Ancak bu durum sosyal medya kullanımının bağımlılığa dönüşmesinin artan bir endişe kaynağı olmasını da engellemektedir (Esteves, 2021). Sosyal medya bağımlılığı “Patolojik (veya bağımlılık yapıcı) sosyal medya kullanımı, gerçek hayatı unutmak için medyayı kullanma, sosyal medyayı kullanmadığında geri çekilme duyguları ve bireyin hayatında sosyal medya kullanımından kaynaklanan sonraki sorunlar gibi bağımlılık benzeri semptomlarla karakterize” (Coyne vd, 2022:157) edilmektedir.

Sosyal medya kullanımıyla ilişkilendirilen ancak bağımlılık dışında bir rahatsızlık ya da kaygı durumu olarak değerlendirilebilecek duygu durum bozukluğu ise “günceli kaçırma korkusu” (FOMO)’dur. FOMO “başkalarının, kendisinin mahrum kaldığı ödüllendirici deneyimler yaşayabileceğine ilişkin yaygın endişe” ve “insanlarla sürekli bağlantıda kalma arzusu” (Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell, 2013:1841) olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifadeyle kişi sürekli sosyal medyada zaman geçirmek istemektedir, böylece kendisinin önemli etkinlikler, deneyimler ya da bilgilerden mahrum bırakılmasını önlemeyi amaçlamaktadır. Günceli kaçırma korkusu sosyal medyada fazla vakit geçirmeye, uyku eksikliği, depresyon ve anksiyeteye neden olmaktadır (Coyne vd, 2022:155). FOMO 2004 yılında tanımlanmış olup 2010 yılından itibaren sosyal medya platformlarıyla ilişkilendirilerek, bu platformların aşırı kullanımında gözlemlenen davranış durumunu anlatmak için yaygın olarak kullanılmaya başlanan bir kavramdır (Gupta & Sharma, 2021:4882).

Sosyal medyanın aşırı kullanımıyla birlikte karşılaşılan ve bir başka ifadeyle artış gösteren diğer psikolojik bozukluk da Narsisizmdir. Narsisizmde kişi kendisinin diğer insanlardan üstün olduğuna inanır, başkalarının hayranlığını kazanma arzusuna egoist düşünce ve davranış biçimleri eşlik eder (Wickel, 2015). Narsisizmin

temelinde öz emilim ve benlik saygısı hakkı yani özel muamele ve olumlu sonucun hakkınız olduğu algısı yatmaktadır. Narsizme eşlik eden kavram öz-soğurma ya da sadece kendisiyle ilgilenme (self-absorption), kendini ön planda tutma (self-obsessed) ve benlik saygısı hakkı olarak sıralanabilir. (Burnell vd., 2020:2). Öz-soğurmada sosyal medyada tüm duygu ve düşüncelerinizi paylaşma ve sürekli özçekim paylaşma faaliyetleri ön plandadır.

Sosyal medya kullanım pratikleriyle ya da davranışlarıyla ilgili diğer bir sınıflandırma da aktif ve pasif kullanıcı şeklindedir. Gizli meraklı (lurker) (Olca, 2018:90) olarak da adlandırılan pasif kullanımda, sosyal medya düzenli bir şekilde takip edilir ancak beğenme ya da paylaşım gibi davranışlarda bulunulmaz. Bu tür kullanımda kullanıcı amaçsız bir şekilde sosyal medya içerikleri arasında dolaşır (Alloway & Alloway, 2012'den akt. Coyne vd, 2022:158). Baskın kullanım biçimi olarak tanımlanan pasif kullanım “azalmış refah (well-being) ve sosyal kaygıyla” ilişkilendirilir (Escobar-Viera, 2018:438). Aktif kullanımda ise kişi başkalarının gönderilerine yorum yapar, bu gönderileri beğenir, kendisi paylaşımında bulunur ya da çeşitli hesapları takibe alır (Coyne vd, 2022:158).

Sosyal Medya ve İlişkili Suçlara Yönelik Kavramlar

İnternette birlikte yeni suç biçimleri de hayatımıza girmiştir. Bunlardan bir kısmı geleneksel suçların çevrimiçi ortamda şekil bulmasıyla karakterize olurken diğer bir kısmı da daha önce adını duymadığımız, çevrimiçi ortama özgü suç biçimleridir. İngiliz Kraliyet Savcılık Servisinin internet sitesinde siber suçlar “Siber uzam bağımlı (cyber-dependent) suçlar ve siber uzam destekli (cyber-enabled) suçlar” şeklinde ikiye ayrılır. Siber uzam bağımlı suçlar çevrimiçi platforma özgü suçlar olup, çevrimiçi araçların kullanılmasıyla ve çevrimiçi ortamda gerçekleştirilmektedir. Siber uzam destekli suçlar ise geleneksel suçların çevrimiçi ortama da taşınmasıyla vücut bulmaktadır (<https://www.cps.gov.uk/crime-info/cyber-online-crime>). Geleneksel suçlar gibi siber suçlar da çok çeşitlidir. Avrupa Konseyi Siber Suç Sözleşmesi'nde siber suçlar “yasadışı erişim, yasadışı dinleme, veriye müdahale, sisteme müdahale, cihazların kötüye kullanımı, bilgisayar bağlantılı sahtecilik, bilgisayar bağlantılı dolandırıcılık, çocuk pornografisiyle ilgili suçlar, telif hakkı ve ilgili hakların ihlaline ilişkin suçlar” başlıkları altında sıralanmaktadır (“Council of Europe”, 2001). Gordon ve Ford (2006) siber suçların geniş kapsamını da dikkate alarak siber suçları “bir bilgisayar, ağ veya donanım aygıtı kullanılarak kolaylaştırılan veya işlenen herhangi bir suç” şeklinde tanımlarlar (s.14). Sharma ve Sharma (2020) da siber suçları “sisteme yetkisiz erişim yoluyla verilerin değiştirilmesi, yok edilmesi ve fikri mülkiyet hakkının çalınması” olarak tanımlarlar.

Sosyal medya ya da sosyal ağ sitelerinin kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya suçları da tanımlanmaya başlanmıştır. Bu suçlar da siber uzam kaynaklı suçlar başlığı altında değerlendirilmektedir. İngiliz Kraliyet Savcılık Servisi'nin internet sitesinde siber suçlar kapsamında sosyal medya suçlarına ayrı bir başlık açılmıştır. Buna göre sosyal medya suçları “trolleme, çevrimiçi tehditler, özel cinsel içerikli görüntülerin rıza olmadan ifşa edilmesi, sanal istismar, çevrimiçi takip, sanal mobbing” olarak sıralanmaktadır (<https://www.cps.gov.uk/crime-info/cyber-online-crime>). Salter (2017) sosyal medyada “istismar” ve “taciz”in ne'liğine ilişkin tartışmaların açık ve sert bir şekilde sürdüğünü ifade etmektedir. Salter (2017:7) çevrimiçi kötüye kullanımı (abuse) “sosyal medyanın ve diğer çevrimiçi iletişim platformlarının başka bir kişi veya kişilere zarar verme veya hakaret etme niyetiyle kötüye kullanılması” olarak tanımlar. Günümüz sosyal medya ekosistemini şekillendiren olumsuz özellikler arasında “çevrimiçi taciz, yabancılar tarafından rahatsız edilme ile suça teşvik ve taciz tehdidi (threat of solicitation and harassment)” yer almaktadır (Salter, 2017:17). ABD Ulusal Beyaz Yaka Suç Merkezi'nin (NW3C) “Sosyal Medyanın Suç Amaçlı Kullanımı (2011)” başlıklı raporunda sosyal ağ siteleri suçları “Basitleştirilmiş hırsızlık, sosyal mühendislik ve oltalama, kötü amaçlı yazılım, siber taciz, konum belirleme (cybercasing)” olarak sıralanmaktadır (NW3C, 2011). Sosyal ağlar dolayısıyla basit hırsızlık (burglary) failin, sosyal ağ siteleri aracılığıyla kullanıcı profillerini takip ederek evde bulunmayacağı zamanları belirlemesi sonucunda gerçekleşmektedir. Bu tür basit hırsızlık Facebook'tan profil takip etme; foursquare, gowalla gibi konum paylaşımına olanak sağlayan sosyal ağ uygulamalarından takip ettiği kişinin mevcut durumunu öğrenme şeklinde gerçekleşmektedir (NW3C, 2011:1). Sosyal mühendislik, kişinin bilgilerinden ve çeşitli şekillerde korunan sistemlere erişmek için kişisel zaaflarından faydalanmadır. Sosyal mühendislikte bir hesabı ele geçirme ya da sisteme sızma birey manipülasyonuna dayanır (Kenton, 2021). Oltalama popüler sosyal mühendislik uygulamaları arasındadır. Oltalama ya da “kimlik avı, parolaları, hesap numaralarını ve ilgili bilgileri elde etmeye yönelik girişimlerde bulunmayı içerir; bu bilgiler genellikle kimlik hırsızlığı yapmak için kullanılır” (NW3C, 2011:2). Sosyal medya suçlarından bir diğeri de kötü amaçlı yazılımlar aracılığıyla hedef kişinin verilerine ve

bilgisayarına erişilmesidir. Sosyal medya virüsler ve kötü amaçlı yazılımlar için büyük bir fırsat yaratmaktadır (Soomro ve Hussain, 2019). Kullanıcılar, “bağlantıları tıklamaları, ekleri açmaları ya da mesajlara yanıt vermeleriyle” kötü amaçlı yazılım mağduru olabilmekte, bilgisayarlarına virüslerin yayılmasına neden olmaktadır (NW3C, 2011:2).

Mobil uygulamaların yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya sitelerinde geo-tagging olarak adlandırılan konum uygulamaları da popülerlik kazanmıştır (Soomro ve Hussain, 2019). Konum belirlemede (cybercasings), fotoğraflar, videolar ve metin mesajları aracılığıyla coğrafi veri yani enlem ve boylam etiketlenmektedir. Böylece kullanıcının konumu hızlı bir şekilde bulunabilmektedir (NW3C, 2011:3).

Sosyal medya ya da sosyal ağ sitelerinin kullanımıyla çokça karşılaştığımız bir diğer suç biçimi de kısaca internetten insanları takip ve taciz etme olarak tanımlayabileceğimiz siber takiptir (cyberstalking). Özellikle internetin bu tür takip/taciz eylemini gerçekleştiren kişilere belli bir düzeyde anonimlik sağlaması bu suçun artışına neden olmuştur. Maple ve arkadaşları (2011) tarafından gerçekleştirilen araştırmalara göre siber takip ya da taciz çeşitleri “bilgisayar izleme, farklı kimliğe bürünme, trolleme, iftira, mağdurun adını kullanarak web siteleri oluşturma, mağdur rolü yaparken başkalarıyla iletişim kurma ve tehdit edici e-postalar gönderme gibi tipik siber taciz davranışları sergileme” şeklinde sıralanmaktadır (Gunn vd., 2021:13).

Çevrimiçi ortamda karşılaşılan en önemli suçların başında siber zorbalık gelmektedir. Geleneksel zorbalığın çevrimiçi olarak gerçekleştirildiği siber zorbalıkla başta çocuklar ve gençler olmak üzere hemen hemen her yaş grubu karşılaşmaktadır. Özellikle çocukların savunmasızlığı ve tehlikelerin çok da farkında olmamaları onları siber zorbalığın ilk hedefleri arasına yerleştirmektedir. UNESCO’nun internet sitesinde siber zorbalık şöyle tanımlanmaktadır: “Siber zorbalık, dijital teknolojilerin kullanımıyla zorbalıktır. Sosyal medyada, mesajlaşma platformlarında, oyun platformlarında ve cep telefonlarında yer alabilir. Hedeflenen kişi ya da kişileri korkutmayı, kızdırmayı veya utandırmayı amaçlayan tekrarlanan davranışlardır” (“Cyberbullying: What is it and how to stop it”, t.y). Giordina, Prosek ve Watson (2021:42) saldırgan nitelik taşıdığını belirttikleri siber zorbalık türlerini “kışkırtma (kişisel saldırılar), taciz (ayırıcı davranış), karalama (küçük düşürücü bilgileri yayma), maskeleyme (kendini yanlış tanıtmak), dışarı çıkma ve kandırma (özel bilgileri yayma), sosyal dışlama (kasıtlı olarak birini dışarıda bırakmak) ve siber takip (bir başkasını terörize etmek)” olarak sıralamaktadır. Geleneksel zorbalıkta olduğu gibi zarar verme motivasyonu ile gerçekleştirilen siber zorbalıkta, zorbalığı gerçekleştiren kişinin teknoloji konusundaki uzmanlığı önemlidir, genellikle zorbalığa maruz kalan kişi güç dengesi açısından dezavantajlıdır (Whittaker & Kowalski, 2015:11-12). Giordina, Prosek ve Watson (2021:43) sosyal medyada fazla vakit geçirme ve sorunlu sosyal medya kullanımıyla siber zorbalık suçları arasında ilişki olduğunu gösteren çalışmalara dikkat çekmektedir.

Yukarıda sıralanan sosyal medyayla ilgili ve yaygın olarak karşılaştığımız genel suçların dışında son yıllarda adını sıkça duymaya başladığımız suç biçimleri arasında romantik dolandırıcılık (romance scams) ve sosyal medya iftirası (social media defamation) da yer almaktadır. Çevrimiçi flört dolandırıcılığı olarak da adlandırılan romantik dolandırıcılıkta mağdur, çevrimiçi ortamda tanıştığı kişi tarafından romantik bir ilişki içinde olduğuna inandırılır. Sahte kimlik kullanan dolandırıcının amacı iletişime geçtiği kişinin güvenini kazanarak ondan para istemek ya da o kişiye şantaj yapmaktır (Stourffer, 2022). Stourffer (2022) yaygın olarak karşılaşılan romantik dolandırıcılık çeşitlerini “sahte arkadaşlık siteleri, fotoğraf dolandırıcılığı, askeri romantizm dolandırıcılığı, samimi etkinlik dolandırıcılıkları, kod doğrulama dolandırıcılıkları, miras dolandırıcılığı, kötü amaçlı yazılım dolandırıcılığı” olarak sıralamaktadır.

Sosyal medyayla artışa geçen ancak suç niteliği taşımayan aksine suçun ortaya çıkarılmasında önemli bir yol olarak görülen davranış biçimi de ihbarcılık ya da bilgi uçurmadır (whistleblowing). İhbarcı çalıştığı kurum ya da kuruluşta karşılaştığı yanlışların düzeltilmesi, olumsuzlukların giderilmesi ve adaletin sağlanması için otoritelerle bilgi paylaşan kişi olarak tanımlanabilir. “Yanlış davranışlara tanık olup sessiz kalanlar ‘aktif olmayan gözlemciler’ (veya ‘sessiz gözlemciler’ veya ‘haberci olmayan gözlemciler’) olarak bilinirler” (Hai-Jew, 2020:264). Sosyal ihbarcılık ise “genel halkı korumak ve değişimi mümkün kılmak için çeşitli alanlardaki suistimallerin rapor edilmesini ifade eder” (Hai-Jew, 2020:265). İhbarcılık ya da bilgi uçurma kültüre göre farklı davranış örüntüleri taşımaktadır. Yapılan çalışmalara göre Amerikalı yöneticiler Çinli meslektaşlarına göre bilgi uçurmaya daha eğilimlidir (Hai-Jew, 2020:268). Güney Kore, Türkiye ve İngiltere’deki üniversite öğrencilerinin bilgi uçurma tercihleri üzerine yapılan bir araştırmada “resmi, anonim ve dahili bilgi uçurma biçimleri” karşılaştırılmış ve

önemli farklılıklar bulunmuştur (Park, Blenkinsopp, Oktem, & Omurgonulsen, 2008:929'dan akt. Hai-Jew, 2020:278).

Sosyal medya şirketlerinin politikalarına yönelik ihbarlar da bilgi uçurmada öne çıkan eylemler arasındadır. Örneğin Facebook çalışanı Frances Haugen, Mayıs 2021'de yaptığı açıklamada Facebook'un çevrimiçi nefret söylemini ve aşırılığı desteklediğini, çocukları zararlı içeriklerden korumada yetersiz kaldığını ileri sürmüştür ("Frances Haugen appeared", 2021). Haugen'ın sızdırdığı dokümanlar Facebook'un hem kendisinin hem de kullanılan algoritmanın neden olacağı zararların farkında olduğunu göstermiştir. Platform ve algoritmalar aracılığıyla Facebook'un özellikle politik olarak kırılgan ülkelerde yanlış bilgi ve komplo teorilerini ve bunların yayılımını desteklediği, bu ülkelerde kutuplaşmayı artırdığı, ayrıca gençlerin ruh sağlıklarını da olumsuz etkilediği ifade edilmiştir (Murphy, Lee & Murgia, 2021).

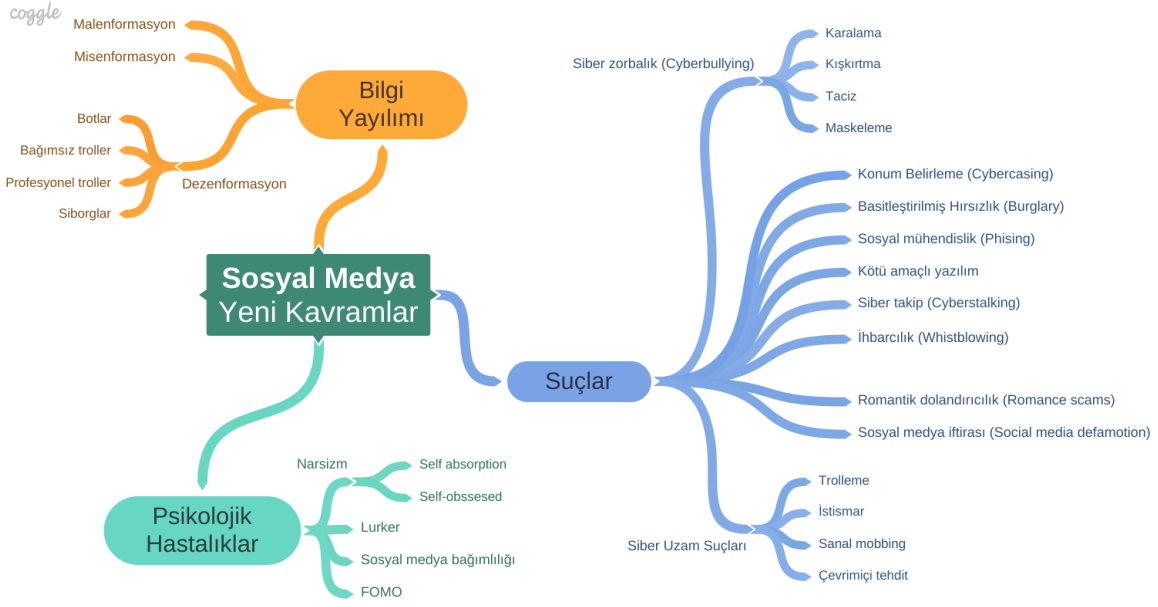
Yeni Kavramlara Yönelik Zihin Haritası Çalışması

Zihin haritası ya da zihin haritalama son yıllarda özellikle eğitimciler tarafından kullanılmaya başlanan ve öğrencilerin kavramlar arasındaki ilişkileri görmelerini sağlayan bir yöntemdir. Şematik ilişkiler yardımıyla haritalama yapmayı amaçlayan bu uygulamada amaç, karmaşık konuların daha net anlaşılabilmesini sağlamaktır. Yine özellikle medya içeriği üretme konusunda yaratıcılığı ön plana çıkartan bu yöntemde çok farklı ve karmaşık konuların haritalar vasıtasıyla daha kolay anlaşılması mümkün olmaktadır.

Zihin haritaları yazılı ve sözlü olarak yapılan açıklamalar yerine, çeşitli türdeki şematik ilişkilerin kullanılmasını ifade etmektedir. Özellikle eğitim amaçlı olarak kullanılan zihin haritalama, öğrencilerin eleştirel ve analitik beceriler kazanmasına yardımcı olmaktadır. Karmaşık bilgileri görseller yardımıyla gösterme fikri aslında oldukça eskidir. Çeşitli kaynaklardaki akış çizelgelerini, grafikleri düşündüğünüzde farklı görsel formatların daha eski dönemlere dayandığını örnekleyebilirsiniz. Ancak bilgisayar teknolojilerinin kullanılmaya başlaması ile zihin haritalama daha geniş bir alanda kullanılmaya başlamıştır. Zihin haritaları, birbiriyle bağlantılı ve ilişkili kavramlardan oluşan bir ağ ifade etmektedir. Zihin haritalarında amaç, fikirler arasında yaratıcı çağrışımlar bulmaktır. Zihin haritalama tekniklerini ilk kez kullanan Buzan (1974, 2000), bilgilerin hatırlanmasını sağlayacak ayrıntıların haritalarda bulunmasını vurgulamaktadır. Bunlar diyagramlar, farklı çizgi kalınlıkları, renkler ve resimler şeklinde olabilir. Zihin haritalamada dikkat edilmesi gereken noktalar şu şekilde belirtilebilir (Davies, 2011: 279-281):

- Zihin haritasının merkezine ana konu başlığı yerleştirilmelidir – bu bir görsel aracılığı ile de yapılabilir.
- Zihin haritası boyunca resimler, semboller, kodlar ve boyutlar kullanılabilir.
- Zihin haritasında kullanacak anahtar sözcükler seçilerek, bunlar büyük veya küçük harflerle ilgili yerlere not alınabilir.
- Merkezde yer alan ana konu başlığından başlayarak çizgiler birbirleri ile bağlantılı şekilde çizilir. Merkezi çizgiler daha kalın, organik ve akıcıdır, merkezden dışarı doğru yayıldıkça çizgiler inceler.
- Zihin haritasında vurgulamalar kullanılabilir ve ilişkilendirmeler gösterilir (kalın çizgiler, büyük harfler, renkler, görseller)
- Zihin haritasında ilişkili konular önem derecelerine göre hiyerarşik bir sıralama ile aktarabilir.
- Kişisel zihin haritası tarzı yaratılabilir.

Zihin haritaları merkezdeki tema etrafında bağlantılı fikirlerin aktarılmasını sağlamaktadır. Karmaşık veriler arasındaki etkileşimleri organize etmek ve görselleştirmek için zihin haritaları farklı bir yöntem olarak değerlendirilebilir. Zihin haritaları, kavramların geleneksel doğrusal formatlardan ve not almaktan daha farklı bir şekilde öğrenilmesini, kavramlar arasında ilişki kurulabilmesini sağlar (Crowe & Sheppard, 2012:1494).



Şekil 3. Sosyal Medya Yeni Kavramlar (Bilgi Yayılımı-Psikolojik Hastalıklar-Suçlar)

Not. Yazarlar.

Bu çalışmada araştırma konusunun sınırları da dikkate alınarak sosyal medyanın kullanımı dolayısıyla literatürde yer almaya başlayan farklı kavramlar üzerine odaklanılmıştır. Kavramlara yönelik araştırma yapılırken bilgi yayılımı-suçlar-psikolojik hastalıklar kategorileri belirlenmiş ve bu kategoriler altında yer alan farklı kavramlar tespit edilmiştir. Sosyal medya okuryazarlığı başlığında, bu ortamdaki içeriğe erişme, bu içeriği doğru analiz edebilme, yorumlama, değerlendirme ve bu içeriği üretme konusundaki yetkinlikler için bu kavramlar konusunda bilgi sahibi olmak önem taşımaktadır.

“Sosyal medya-kavramlar” başlığının merkezde yer aldığı zihin haritasında (Şekil 3), bu kavramdan dağılan üç farklı kategoriden birincisi “Bilgi yayılımı” başlığını taşımaktadır. Sosyal medya vasıtasıyla bilgi yayılımı neticesinde, son zamanlarda sıkça gündemde de yer alan ve her biri ayrı birer araştırma konusu olan “dezenformasyon-mezenformasyon-malenformasyon” kavramları zihin haritasında alt başlık (bilgi yayılımı) ile olan ilişkisini de gösterecek şekilde yerini almıştır. İkinci kategoriye belirten “Suçlar” başlığı literatürdeki incelemeler neticesinde, birbiriyle ilişkili birçok kavram ile aktarılmıştır. “Siber zorbalık” ve “siber uzam suçları” başlıklarının da kendi içerisindeki alt kavramlarını gösteren harita, sosyal medya aracılığı ile gerçekleştirilen suçlara yönelik genel bir görünümü de yansıtmaktadır. Zihin haritasında yer alan ve bu çalışmadaki son kategoriye belirten “Psikolojik hastalıklar” başlığında Psikoloji disiplininde araştırma konusu olan farklı kişilik bozukluklarının ve hastalıkların, sosyal medya kullanımı sonrasındaki kavramsallaştırmaları da zihin haritasında aktarılmıştır.

Sonuç

Sosyal medyanın gündelik yaşamımızın önemli bir parçası haline gelmesiyle toplumsal yaşama entegre olan yeni kavramlara yönelik bir değerlendirme yapılan bu çalışmada, kavramlardan yola çıkılarak yapılan kategorizasyon ve kavramlar arasında kurulan ilişkilerle bir haritalama yapma amaçlanmıştır. Alanyazın taraması sonucunda belirlenen kavramlar “bilgi yayılımı, psikolojik hastalıklar ve suçlar” başlığı altında ele alınmıştır. Bu çerçevede üç farklı kategorideki sosyal medya kullanımına yönelik kavramlar zihin haritası aracılığı ile betimlenmiştir.

Sosyal medya okuryazarlığının, bu ortamdaki içeriğe erişme, bu içeriği analiz etme, değerlendirme, yorumlama ve bu içeriği üretme yetisi olarak tanımlanması, aynı zamanda bu içeriğe ve ortama yönelik farkındalığa sahip olmayı da gerektirmektedir. Hem içerik üretme hem de farkındalık kazanma sosyal medya kullanıcısının sosyal

medyada içerik üretmesine ve paylaşmasına olanak sağlayacak teknik yeterliliği ayrıca içeriği analiz etme ve değerlendirme de bilişsel yeterliliği gerektirmektedir. Bütün bunların temelinde de sosyal medya ortamını ya da ekosistemini, sosyal medyanın faydalarını, zararlarını, beraberinde getirdiği risk ve tehditleri tanımak yatmaktadır. Bu amaçla çalışmada farklı üç kategori altında sınıflandırılan kavramlar, bu farkındalığın oluşması yönünde literatürde yer alan yeni yaklaşımları da belirtmektedir. Bilgi yayılımına yönelik olarak özellikle yalan haber konusunda sosyal medyanın rolünü ve bu tür haberlerin yayılımını tanımlamak amacıyla kullanılan yeni kavramları öğrenmek, sosyal medyada bilgiye erişim konusunda bilinçli bir tutum geliştirmeyi de sağlayacaktır. Aynı şekilde sosyal medya kullanımı ile ortaya çıkan yeni psikolojik sorunlar ya da halihazırda tanımlanan ve sosyal medya kullanımıyla da farklı bir boyut kazanan psikolojik sorunların tartışılması, toplum sağlığının da korunması, gerekli önlemlerin alınması için bu hastalıkları anlamlandırma yönündeki ilk adım olan kavramsallaştırmayı da gerekli kılmaktadır. Son olarak sosyal medya aracılığı ile işlenen suçlar, sosyal medya öncesinde deneyimlenememiş olmaları dolayısı ile hukuk literatürünün de konuya yönelik araştırmalar yapmasını, kanunların yeni suçları ve bu suçlar karşısında uygulanacak yaptırımları kapsayacak şekilde güncellenmesini zorunlu hale getirmiştir.

Kısaca, medya okuryazarlığı şemsiyesi altında yer alan, yeni ya da dijital medyanın toplumsal olarak yaygınlık kazanmasıyla öne çıkan sosyal medya okuryazarlığı, içerik tüketicisi olmanın yanı sıra içerik üreticisi konumunda olan sosyal medya kullanıcısının gündelik yaşamın önemli bir parçası olan bu yeni ekosistemi tanımaya, risk ve tehditler karşısında nasıl davranacağına ve tedbir alacağına olanak sağlayacaktır.

Öneriler

Bu çalışmada, sosyal medya okuryazarlığı bağlamında tartışılan kavramlar “suçlar-bilgi yayılımı-psikolojik hastalıklar” kategorileri altında ele alınmıştır. Yapılacak yeni araştırmalarda, bu çalışmada değerlendirilen kavramlara farklı kavramlar eklenerek ve kapsamı genişletilerek yeni kategoriler altında incelenebilir. Bu araştırmalar neticesinde oluşturulan zihin haritasının sınırlarının genişletilmesinin mümkün olabileceği gibi her bir kavramın birbiri ile ilişkisi de aktarılabilir.

Ayrıca medya okuryazarlığı şemsiyesi altında ele alınan sosyal medya okuryazarlığının neden gerekli olduğuna ilişkin daha kapsamlı, saha araştırmasıyla desteklenen çalışmalar yapılması sosyal medya ile hayatımıza giren ve haritalandırılan yeni kavramların bilinirliğini artırmak ve sosyal medya ekosistemini tanımak açısından önemli bir yol gösterici olabilir.

Kaynakça

- Boyd, d.m. & Nicole, B.E. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Burnell, K., Ackerman, R.A. Meter, D. J., Ehrenreich, S. E. & Underwood, M. K. (2020). Self-absorbed and socially (network) engaged: Narcissistic traits and social networking site use. *Journal of Research in Personality*, 84, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2019.103898>.
- Buzan, T. (1974). *Using both sides of your brain*. E. P. Dutton.
- Buzan, T., & Buzan, B. (2000). *The mind map book*. BBC Books.
- Çelik, I., Muukkonen, H. & Dogan, S. (2021). A model for understanding new media literacy: Epistemological beliefs and social media use. *Library & Information Science Research*, 43(4), 1-9 <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2021.101125>
- Chen, D. T., Wu, J. & Wang, Y. M. (2011). Unpacking new media literacy. *Journal of Systemics, Cybernetics and Informatics*, 9(2), 84-88. <http://www.iiisci.org/journal/sci/FullText.asp?var=&id=OL508KR>
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R. & Li, W. (2022). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media and Society*, 1-20. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>
- Coyne, S. M., Schvaneveldt, E. & Shawcroft, J. (2022). An overview of social media and mental health. D., Rosen (Ed.). *The social media debate. Unpacking the social, psychological, and cultural effects of social media içinde* (ss.152-169). Routledge.
- Council of Europe (2001, 23 Kasım). *Convention on Cybercrime*. <https://rm.coe.int/1680081561>
- Crowe, M. & Sheppard, L. (2012). Mind mapping research methods. *Quality & Quantity*, 46(5), 1493-1504.
- Cyberbullying: What is it and how to stop it. (t.y). UNICEF. <https://www.unicef.org/end-violence/how-to-stop-cyberbullying>

Daneels, R. & Vanwynsberghe, H. (2017). Mediating social media use: Connecting parents' mediation strategies and social media literacy. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 11(3), 1-13. <https://doi.org/10.5817/CP2017-3-5>

Davies, M. (2011). Concept mapping, mind mapping and argument mapping: what are the differences and do they matter?. *Higher Education*, 62(3), 279-301. <https://www.jstor.org/stable/41477852>

Difference Between Social Media and Social Networking. (t.y.). DifferenceBetween.net. <http://www.differencebetween.net/technology/difference-between-social-media-and-social-networking/>

Erdoğan, E., Uyan-Semerci, P., Eyolcu-Kafalı, B. & Çaytaş, Ş. (2022). *İnfodemi ve bilgi düzensizlikleri: Kavramlar, nedenler ve çözümler*. Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Escobar-Viera, C.G., Shensa, A., Bowman, N.D., Sidani, J.E., Knight, J., James, A.E. & Primack, B.A. (2018). Passive and active social media use and depressive symptoms among United States adults. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 21 (7), 437-443. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0668>

Esreves, T. (2021, 12 Ekim). *Should I worry about social media addiction?* <https://americanaddictioncenters.org/blog/social-media-addiction>

Festl, R. (2021). Social media literacy & adolescent social online behavior in Germany. *Journal of Children and Media*, 15(2), 249-271. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1770110>

Frances Haugen appeared in front of British lawmakers Monday. (2021, 25 Ekim). Associated Press. <https://floridapolitics.com/archives/467543-facebook-whistleblower-says-social-media-giant-worsens-online-hate/>

Froehlich, A. (2020, 24 Eylül). What's the difference between social media and social networking? <https://www.techtarget.com/searchunifiedcommunications/answer/Whats-the-difference-between-social-media-and-social-networking#:~:text=Essentially%2C%20social%20media%20is%20a,has%20a%20two%2Dway%20nature.>

Gammon, M. A. & White, J. (2011). (Social) media literacy: Challenges and opportunities for higher education. C. Wankel (Ed.). *Educating educators with social media* içinde (ss.329-345). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S2044-9968\(2011\)0000001019](https://doi.org/10.1108/S2044-9968(2011)0000001019)

Giordano, A.L., Prosek, E.A. & Watson, J.C. (2021). Understanding adolescent cyberbullies: Exploring social media addiction and psychological factors. *Journal of Child and Adolescent Counseling*, 7(1), 42-55. <https://doi.org/10.1080/23727810.2020.1835420>

Gordon, S. & Ford, R. (2006). On the definition and classification of cybercrime. *J Comput Virol*, 2, 13-20. <https://doi.org/10.1007/s11416-006-0015-z>

Gregory, C. (t.y.). *Internet addiction disorder*. <https://www.psycom.net/iadcriteria.html#:~:text=Though%0not%20officially%20recognized%20as,38%25%20of%20the%20general%20population.>

Gunn, R., Tzani-Pepelasi, C., Ioannou, M., Synnott, J. & Fumagalli, A. (2021). An exploration of cyberstalking among social media users: Perceptions, prevalence and characteristics. *Assessment & Development Matters*, 13(2), 12-19.

Gupta M. & Sharma A. (2021). Fear of missing out: A brief overview of origin, theoretical underpinnings and relationship with mental health. *World J Clin Cases*, 9(19), 4881-4889. <https://doi.org/10.12998/wjcc.v9.i19.4881>

Hai-Jew, S. (2020). *Social world sensing via social image analysis from social media*. New Prairie Press.

Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.23860/jmle-1-1-1>

Infodemic. (t.y.). World Health Organization. https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1

Jamil, S. & Appiah-Adjei, G. (2020) Battling with infodemic and disinfodemic: the quandary of journalists to report on Covid-19 pandemic in Pakistan. *Media Asia*, 47 (3-4), 88-109, <https://doi.org/10.1080/01296612.2020.1853393>

Kenton, W. (202, 6 Temmuz). *Social engineering*. <https://www.investopedia.com/terms/s/social-engineering.asp>

Knobel, M., & Lankshear, C. (2014). Studying new literacies. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 58(2), 97-101. <https://doi.org/10.1002/jaal.314>

Livingstone, S. (2003). *The changing nature and uses of media literacy*. LSE.

Livingstone, S. (2014) Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39 (3), 283-303. <https://doi.org/10.1515/commun-2014-0113>

Machado, A. D. B. (2020). Social media concepts-development of theoretical. *International Journal of Cultural Heritage*, 5. [https://www.iasos.org/iasos/filedownloads/ijch/2020/017-0001\(2020\).pdf](https://www.iasos.org/iasos/filedownloads/ijch/2020/017-0001(2020).pdf)

McCay-Peet, L., & Quan-Haase, A. (2017). What is social media and what questions can social media research help us answer? In L. Sloan & A. Quan-Haase (Eds.), *The SAGE handbook of social media research methods*. SAGE Reference. <https://dx.doi.org/10.4135/9781473983847.n2>

Manson, M. & Mullaney, C. (2021). Social media. C. Valeur ve C. Fargeot (Ed.). *Effective directors* içinde (s.297-302). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003201182>

Murphy, H., Lee, D. & Murgia, M. (2021, 27 Ekim). *Facebook after the whistleblower: Can Zuckerberg reboot the social network?* <https://www.ft.com/content/ba03ac89-d055-460d-823d-9b700270e7cf>

- Nagle, J. (2018). Twitter, cyber-violence, and the need for a critical social media literacy in teacher education: A review of the literature. *Teaching and Teacher Education*, 76, 86-94. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2018.08.014>
- NW3C (2011). *Criminal use of social media*. <https://vrnclearinghousefiles.blob.core.windows.net/documents/Criminal%20Use%20of%20Social%20Media.pdf>
- Olçay, S. (2018). Sosyalleşmenin dijitalleşmesi olarak sosyal medya ve resimler arasında kaybolma bozukluğu: photolurking. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2(2), 90-104. <https://doi.org/10.17932/IAU.EJNM.25480200.2018.2/2.90-104>
- On social media: Studying social media from an egocentric perspective. (2022). https://www.researchgate.net/publication/354989603_On_Social_Media_Studying_Social_Media_from_an_Egocentric_Perspective
- O'Neill, Brian, Gallego, J. Ignacio, & Zeller, Frauke. (2013). New perspectives on audience activity: 'prosumption' and media activism as audience practices. N. Carpentier, K.C. Schreder & L. Hallet, (Ed.). *Audience transformations: Shifting audience positions in late modernity* içinde (ss.157-171). Routledge.
- Park, H., Blenkinsopp, J., Oktem, M. K., & Omurgonulsen, U. (2008). Cultural orientation and attitudes toward different forms of whistleblowing: A comparison of South Korea, Turkey, and the UK. *Journal of Business Ethics*, 82(4), 929-939.
- Posetti, J. & Bontcheva K. (2020). Disinfodemic: Dissecting responses to COVID-19 disinformation. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374417>
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675-696. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.521462>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rosen, D. (Ed.). (2022). *The social media debate. Unpacking the social, psychological, and cultural effects of social media*. Routledge.
- Salter, M. (2017). *Crime, justice and social media*. Routledge.
- Schreurs, L., & Vandenbosch, L. (2021). Introducing the Social Media Literacy (SMILE) model with the case of the positivity bias on social media. *Journal of Children and Media*, 15(3), 320-337. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1809481>
- Sharma, S. & Sharma, V.K. (2020). Cyber Crime analysis on Social Media. *BSSS Journal of Computer*, 11(1), s.1-7. <https://doi.org/10.51767/jc1104>
- Shu, K., Bhattacharjee, A., Alatawi, F., Tahora, H.N., Ding, K., Karami, M. & Liu, H. (2020). Combating disinformation in a social media age. *WTREs Data Mining Knowl Discov.*, 10, 1-23. <https://doi.org/10.1002/widm.1385>
- Social Media vs Social Networking – There Is A Difference. (t.y.). <https://innovisionbiz.com/2014/02/social-media/social-media-vs-social-networking/>
- Soomro, T., R. & Hussain, M. (2019). Social media-related cybercrimes and techniques for their prevention. *Applied Computer Systems*, 24(1), 9-17. <https://doi.org/10.2478/acss-2019-0002>
- Staats, B. (2021, 11 Şubat). *Misinformation, Disinformation, Malinformation: What's the difference?* <https://minitex.umn.edu/news/elibrary-minnesota/2021-02/misinformation-disinformation-malinformation-whats-difference>
- Stourffer, C. (2022, 4 Şubat). *Romance scams in 2022: What you need to know + online dating scam statistics*. <https://us.norton.com/internetsecurity-online-scams-romance-scams.html>
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press
- Vanwysberghe, H., Boudry, E., & Verdegem, P. (2015). De impact van ouderschapsstijlen op de ontwikkeling van sociale mediageletterdheid bij adolescenten [The impact of parenting styles on the development of social media literacy among adolescents]. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 1(43), 84-100.
- Wardle, C. (2019, October). Understanding information disorder. *First Draft News*. <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/>
- Whittaker, E. & Kowalski, R.M. (2015). Cyberbullying via social media. *Journal of School Violence*, 14(11), 11-29. <https://doi.org/10.1080/15388220.2014.949377>
- Wickel, T.M. (2015). Narcissism and social networking sites: The act of taking selfies. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 6(1), 5-12.
- Yamamoto, M., Nah, S., & Bae, S. Y. (2019). Social media prosumption and online political participation: An examination of online communication processes. *New Media & Society*, 146144481988629. <https://doi.org/10.1177/1461444819886295>

EXTENDED SUMMARY

This study aimed to draw a conceptual framework on new literacies, new media literacy, and finally social media literacy, starting from media literacy research. In the study, it has been adopted as a research topic that some new concepts have started to take place in the literature within the scope of the research area, with the effect of social media content in almost all areas of social life. In order to determine the limits of the study, the concepts in the categories of information dissemination-psychological diseases-crimes were determined. Following the conceptual framework drawn in this direction, the concepts in the specified categories used in the research made on social media in the national and international literature as of the dates of this research were tried to be determined. The relationship of these concepts with each other is also aimed to be revealed with a different methodical approach, through the mind mapping method.

The subject of social media literacy, which requires a more detailed examination and research within the scope of media literacy, has provided different concepts taken place in the relevant literature in recent years. This new literature, which is constantly updated as a result of the interactive structure of Web 2.0 and evolved depending on technological developments, should be the subject of research in order to follow an effective process on social media literacy. Research on the literature, in which a new concept takes place every day, was carried out through this study and within the scope of the date of the study. The study aims to reveal a conceptual map that can be a source for studies on social media literacy. The study, which aims to make an evaluation in the context of the relations between the concepts that will be needed in social media communication, is important because it can also be considered as a guide in the related field.

With the increase in the use of social media, the contents of social media, the concepts used, and the channels have increased by diversifying. Manson and Mullaney (2021:298) define social media as “an internet-connected platform that enables two or more people to establish a permanent connection and share information” and as prominent social media platforms “Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Snapchat, and Sorts Tik Tok. These platforms are open to public use and feed our content sharing practices and interaction. boyd and Ellison (2007) state that social media platforms provide users with the opportunity to open accounts that are visible to everyone or that are restricted, make it visible with whom they are connected, and provide users with the opportunity to obtain information about their connections and other users' activities (p.211). Drawing attention to the importance of emphasizing disciplinary differences in defining social media, Rosen (2022:3); appeals to McCay-Peet and Quan-Haase's (2017) definition, which they describe as having an interdisciplinary character. According to this definition, “Social media are web-based services that enable individuals, communities and organizations to collaborate by enabling individuals to create, recreate, modify, share and interact with easily accessible user-derived content” (McCay-Peet and Quan-Haase, 2017:17).

In this study, considering the limits of the research subject, different concepts that started to take place in the literature due to the use of social media were focused on. While researching the concepts, the categories of information dissemination-crimes-psychological diseases were determined and different concepts under these categories were determined. In the title of social media literacy, it is important to have knowledge about these concepts for the competencies to access the content in this environment, analyze this content correctly, and interpret, evaluate and produce this content.

In the mind map where the title of "social media concepts" is in the center, the first of three different categories scattered from this concept is titled "Information diffusion". As a result of the dissemination of information through social media, the concepts of "disinformation-mesinformation-malenformation", which are frequently on the agenda recently and each of which is a separate research topic, have taken their place in the mind map in a way that shows its relationship with the sub-title (information diffusion). The title of "Crimes", which indicates the second category, has been conveyed with many interrelated concepts as a result of the studies in the literature. The map showing the sub-concepts of "cyber bullying" and "cyberspace crimes" also reflects a general view of crimes committed through social media. Under the title of "Psychological diseases", which is located in the mind map and indicates the last category in this study, the conceptualizations of different personality disorders and diseases, which are the subject of research in the discipline of Psychology, after the use of social media are also conveyed in the mind map.

In this study, an evaluation has been made on the new concepts integrated into social life with the widespread use of social media, depending on the order of coverage in the form of media literacy, new media literacy, and social media literacy. The important position of social media has resulted in the discussion of new concepts that define applications for this environment. This study aimed to make a mapping in the context of the relationship between each of them and their categories, with the concepts in question in different contexts. In order to determine the scope and limits of the study, the concepts related to information dissemination, psychological diseases, and crimes were determined. In this context, the concepts related to the use of social media in three different categories are positioned through mind maps.