



FIRAT ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Journal of Social Sciences

p-ISSN:1300-9702 e-ISSN: 2149-3243



COVID-19 PANDEMİ SÜRECİNDE SOSYAL MEDYADA KENDİNİ İFADE ETME DÜZEYİ VE BOYUTLARI

Level and Dimensions of Self-Disclosure in Social Media During the Covid-19 Pandemic Process

Şükrü BALCI¹ ve Yavuz DEMİR²

¹Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, Konya, sukrubalci@selcuk.edu.tr, orcid.org/0000-0002-0477-0622

²YÖK 100/2000 Doktora Öğrencisi., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Konya, dmryavuz@gmail.com, orcid.org/0000-0002-9755-0150

Araştırma Makalesi/Research Article

Makale Bilgisi

Geliş/Received:
25.02.2022

Kabul/Accepted:
12.04.2022

DOI:
10.18069/firatsbed.1079138

Anahtar Kelimeler

Sosyal medya, COVID-19, pandemi, kendini ifade etme

Keywords

social media, COVID-19, pandemic, self-disclosure

ÖZ

Bu çalışmada, COVID-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya ağlarında kendini ifade etme düzeyi ve boyutları incelenmiştir. Bu kapsamda Selçuk Üniversitesi'nde eğitim gören 417 öğrenciyle yüz yüze anket tekniği uygulanarak bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Karantina-kısıtlama günlerinde yalnızlaşan bireyler, sosyal medya ağlarını daha sık kullanmaya ve vakit geçirmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak bu ağlarda kendini ifade etme davranışları değişmiştir. Çalışma sonucunda, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım sürelerinde artış tespit edilmiştir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ağlarında vakit geçirdiği sürenin artışı, kendini ifade etme davranışlarına da yansımıştır. Katılımcıların sosyal medya ağlarında ortanın üzerinde kendini ifade etme davranışları sergilediği belirlenmiştir. Cinsiyete göre kendini ifade etme davranışlarını belirlemek için yapılan Betimleyici istatistik sonuçlarına göre kadınların erkeklere göre, sosyal medyada kendini ifade etme düzeyi daha yüksektir. Katılımcıların sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışlarını ve alt boyutlarını tespit etmek için Açımlayıcı Faktör Analizi yapılmış ve kendini ifade etme davranışlarını temsil eden 5 alt boyut tespit edilmiştir. Bunlar sırasıyla; Miktar, Niyet, Dürüstlük, Olumluluk ve Kontrol'dür.

ABSTRACT

In this study, the level and dimensions of university students' self-expression in SMN (social media networks) during the COVID-19 pandemic were examined. In this context, a field study was carried out by applying face-to-face survey technique with 417 students studying at Selcuk University. Individuals who became lonely during quarantine-restriction days started to use SMA more frequently use and spend time. Accordingly, self-expression behaviors have changed in these networks. As a result of the study, an increase was found in the duration of SMA use of university students. The increase in the amount of time university students spend on SMA is also reflected in their self-expression behaviors. The average level of self-expression of the participants in SMA was determined as 72.18, and it was determined that they exhibited self-expression behaviors above the average. According to the descriptive statistical results made to determine the self-expression behaviors according to gender, the level of self-expression in social media is higher for women than for men. Exploratory Factor Analysis was conducted to determine the participants' self-expression behaviors and sub-dimensions in social media networks, and 5 sub-dimensions representing self-expression behaviors were determined. These are respectively; Quantity, Intention, Honesty, Positivity, and Control.

Atf/Citation: Balci, Ş. ve Demir, Y. (2022). Covid-19 Pandemi Sürecinde Sosyal Medyada Kendini İfade Etme Düzeyi ve Boyutları. *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32, 2(711-724).

Sorumlu yazar/Corresponding author: Şükrü BALCI, sukrubalci@selcuk.edu.tr

1. Giriş

Toplumsal yaşamın en önemli iletişim ortamlarının başında gelen sosyal medya ağları bireylerin, sosyalleşmesine, eğlenmesine, vakit geçirmesine, bilgilenmesine ve kendini ifade etmesine yardımcı olmaktadır (Balcı ve Demir, 2018: 339). COVID-19 pandemi sürecinde sosyal medya ağlarının bu özelliklerinden dolayı önemi daha da artmıştır. Karantina-kısıtlama günlerinde yalnızlaşan bireyler, sosyal medya ağları aracılığıyla iletişim kurmakta, anlık gelişmeleri takip etmekte ve aynı zamanda kendini ifade etmektedir. Bu süreçte fiziksel olarak yalnızlaşan bireyler, sosyal medya ağlarında kendilerini ifade ederek duygu ve düşüncelerini diğer kullanıcılarla paylaşmaktadır.

Sosyal medya ağları, COVID-19 pandemi salgınında üniversite öğrencilerinin yaşam kesintilerinden oluşan boşluğu tamamlamalarına ve kendilerini ifade etmelerine (Zhen, Nan ve Pham, 2021), kişisel bilgilerini paylaşmalarına (Bazarova ve Choi, 2014), bu dönemde yaşanan stresi azaltmalarına (Zhen ve diğerleri, 2021) ve psikolojik iyi oluş üzerinde olumlu etkiler yaratmaya yardımcı olmaktadır (Luo ve Hancock, 2020). Sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışları üzerinde, anonim olarak yapılan paylaşımlar (Ma, Hancock ve Naaman, 2016), sosyal medya ağının yapısal özellikleri (Choi ve Bazarova, 2014) ve yaş gibi demografik özellikler etkili olmaktadır (Balcı ve Arsal Gölcü, 2019). Sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışlarının çeşitli etkenler çerçevesinde değişmesi, özellikle de küresel salgın sürecinde çevrimiçi kendini ifade etme davranışlarının tespit edilmesinin önem kazanmasına yol açmıştır.

Günümüzde genç bireylerin en yaygın olarak kullandığı iletişim mecralarının başında gelen sosyal medya ağlarına (Balcı ve Baloğlu, 2018: 211), COVID-19 pandemi sürecinde sosyal mesafe ve sokağa çıkma yasaklarının yaygınlaşmasıyla birlikte, üniversite öğrencileri destek almak, eğlenebilmek, bağlantı kurabilmek ve kendini ifade edebilmek için daha fazla yönelmiştir (Nabity-Grover, Cheung ve Thatcher, 2020). Bu süreçte üniversite öğrencilerinin kendilerini nasıl ifade ettiklerinin belirlenmesi önem taşımaktadır. Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin COVID-19 sürecinde sosyal medya ağlarında kendilerini ifade etme davranışlarının düzeyini ve boyutlarını incelemektedir. Araştırmada, üniversite öğrencilerinin cinsiyet gibi demografik özelliklerine göre, sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışları arasındaki farklar analiz edilmiştir.

2. COVID-19 Pandemi Sürecinde Sosyal Medya

Günümüz ağ toplumunda iletişim olgusunun yeniden inşa edilmesiyle geleneksel medya araçlarının yerini sosyal medya ağları almaya başlamıştır. Sosyal medya ağlarının sunduğu etkileşimsel olanaklar, geleneksel medya araçlarının sunduğu tek yönlü iletişimin önüne geçerek, kullanıcı sayısını hızla artırdığı dikkat çekmektedir (Subölen, 2020: 124). Bu da sosyal medya ağlarının geleneksel kitle iletişim araçlarına göre daha hızlı benimsenmesine ve bireylerin yaşamında önemli değişikliklere yol açmıştır (Solmaz, Tekin, Herzem, Demir, 2013: 23). Sosyal medya ağlarının etkileşime olanak tanıyan yapısı, her kesimden bireyin bu ağlarda sosyal çevreler oluşturmaya neden olmuştur. Bu da sosyalleşme kavramının ve anlamının değişmesine sebep olmuştur. (Vural ve Bat, 2010: 3349). Sosyal medya ağlarında bireyler, hiç tanımadıkları diğer kullanıcılarla etkileşim kurabilmekte ve kendi çizdiği özgürlük alanları çerçevesinde sosyalleşebilmektedir (Balcı, Gölcü ve Arsal Gölcü, 2019: 175).

Sosyal medya ağları bireylerin sosyalleşme, kendi kişisel sayfalarını oluşturabilmelerine, fotoğraf, video gibi görüntü malzemelerini aktarabilmelerine, diğer kullanıcıların bilgilerine/verilerine erişebilmelerine, canlı sohbetler gerçekleştirmelerine olanak tanımaktadır (Balcı ve Baloğlu, 2018: 211). Sosyal medya ağları olağanüstü toplumsal olaylarda bireylerin birbiriyle hızlı bir şekilde iletişim kurabilmesi açısından da son derece önemlidir. COVID-19 pandemi salgını sırasında sosyal medya ağları bilginin yayılmasında kilit rol oynarken, birçok olumlu ve olumsuz tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Sosyal medya ağlarının bilinçli ve doğru bir şekilde kullanımı, yeni bilimsel bilgilerin hızlı bir şekilde yayılmasını, teşhis ve tedavi bilgilerinin paylaşılmasını, mevcut durumun bilgilendirilmesinin yapılması gibi olumlu özelliklerin yanında bireylerin altta yatan psikiyatrik hastalıkları olan veya olmayan kişilerde korku, stres, depresyon ve kaygı gibi rahatsızlıkları ortaya çıkarma potansiyeline de sahiptir (Gonzalez-Padilla ve Tortolero-Blanco, 2020: 120-122). Öncelikle COVID-19 pandemi salgınıyla birlikte girilen kısıtlama-karantina günlerinde bireylerin sosyal medya kullanımı artış göstermiştir (Brailovskaia ve Margraf 2021; Brailovskaia, Cosci, Mansueto, ve Margraf, 2021; Drouin, McDaniel, Pater ve Toscos, 2020; Boursier, Gioia, Musetti, ve Schimmenti, 2020; Lisitsa, Benjamin, Chun, Skalisky, Hammond, ve Mezulis, 2020; Geirdal, Ruffolo, Leung, Thygesen, Price, Bonsaksen, ve Schoultz, 2021). Sosyal medya kullanımının bireysel ruh sağlığı ve davranışı üzerinde olumsuz etkilere sahip olduğu tespit edilmesine rağmen; pandemi sürecinde bilgi kaynağı olarak bilinçli ve dikkatli şekilde kullanılmasının önemi de tespit edilmiştir (Brailovskaia ve diğerleri, 2021: 1). Bunun yanında kısıtlama-karantina süreçlerinde eve kapanan bireylerde var olan psikolojik rahatsızlıklar artış gösterirken, diğer taraftan da yeni psikolojik rahatsızlıkların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Pandemi sürecinde yüksek düzeyde sosyal medya kullanımı, ruh sağlığını kötü yönde etkilerken; özellikle bu dönemde sosyal medyaya yönelmenin depresyon (Zhao ve Zhou, 2020), anksiyete (Hou, Bi, Jiao, Luo, ve Song, 2020), yalnızlık kaygısı (Geirdal ve diğerleri, 2021; Boursier ve diğerleri, 2020; Lisitsa ve diğerleri, 2020; Misirlis, Zwaan, Sotiriou ve Weber, 2020) korku, endişe ve stres gibi psikolojik rahatsızlıkları artabildiği tartışılmaktadır (Hong, Liu, Ding, Fu, Zhen, ve Sheng, 2021; Zhong, Jiang, Xie, ve Qin, 2020). Özellikle yoğun stres altındaki bireylerin sosyal medyada kendilerini daha sık ve samimi bir şekilde ifade ettiği tespit edilmiştir (Zhang, 2017). Sosyal ağlarda kendini ifade etme, bireylerin, benzer rahatsızlıklar içerisindeki kişilerle etkileşim kurmasını kolaylaştırırken; bu sanal etkileşim, stresle başa çıkılmasına yardımcı olmaktadır (Matthews, Murnane, Snyder, Guha, Chang, Doherty, ve Gay, 2017: 72). Oluşturulan etkileşimler, olumsuz, kopuk veya dışlanmış gibi hissetmeyi de beraberinde getirebilmektedir. Yine sosyal ağlarda kendini sunan bireyler, başkalarının, kendilerini nasıl yargıladığıyla ilgili endişeleri arttırabilmektedir (Weinstein, 2018: 3609).

3. Sosyal Medya Ağlarında Kendini İfade Etme

Gündelik hayatın bir simülasyonu olarak oluşturulan sosyal medya ağları, bireylere kendilerini anlatmada çeşitli olanaklar sunmaktadır. Gündelik hayatta yeterince kendini ifade edemeyen, kendi benliğini istediği gibi ortaya koyamayan bu bireyler, sosyal ağlarda istediği gibi kendini sunabilmektedir (Balcı ve Arsal Gölcü, 2020: 119). Bireyler sosyal medya ağlarında yoğun kişisel duygu ve düşüncelerin yanı sıra gündelik hayatın sıradanlığına kadar düşüncelerini ifade ederek, bu bilgileri çok sayıda, tanınan veya tanınmayan kişilerle paylaşmaktadır. Bireylerin sosyal medya ağlarında kendilerini sunmaları, kamusal ve mahremiyet arasındaki sınırların bulanıklaşmasına yol açsa da bireyler kendilerini ifade etmek için sosyal medya ağlarını kullanmaya devam etmektedir (Bazarova ve Choi, 2014: 635).

Birçok yönüyle çevrimiçi iletişim yüz yüze iletişimden farklıdır. Bireyler sosyal medya ağlarında kendilerini anlatırken, gerçek benliklerini açıp açmadıkları veya kendilerini idealize edilmiş ve sosyal çevreye uygun özelliklerini yansıtır yansıtmadığı tartışma konusu olmaktadır. Çevrimiçi iletişimin anonimlik, kişisel bilgilerin sınırlı olarak sunulması, eşzamansızlık, çoklu izleyicilere ulaşma ve takipçilerden geri bildirim alınması gibi özellikleri sosyal medya ağlarında kendini ifade etmeye teşvik etmektedir (Schlosser, 2020: 1). Özellikle genç bireylerin, sosyal medya ağlarında kendilerini sunmaları, kimlik gelişimi ile aidiyet duygusunun oluşumuna yardımcı olabilmektedir (Davis, 2012).

Sosyal medya ağlarında kendini ifade etme, kullanıcıların sosyal bağlar kurmasına, sosyal sermayenin gelişmesine ve sürekliliğine yol açmaktadır. Kullanıcıların sosyal medya ağlarında kendilerini anlatma davranışları üzerinde güven, algılanan fayda, mahremiyet kaygıları gibi etkenlerin yanında (Sharif, Soroya, Ahmad, ve Mahmood, 2021: 1) sosyal medya ağlarının yapısal özellikleri etkili olmaktadır (Choi ve Bazarova, 2014: 491; Jaidka, Guntuku, ve Ungar, 2018: 141). Twitter'daki retweet işlevinin bilgileri genele ulaştırabilmesi ve yayılımın hızlı olması, Facebook da ise onaylanan arkadaşlara gönderilerin ulaştırılması gibi özellikle kendini ifade etme davranışlarını şekillendirmesinin yanında (Him, Cabosky, ve Meyer, 2020: 309) Facebook'un Twitter'da olduğu gibi gönderi sınırının olmaması kullanıcıların kendilerini daha iyi sunmalarına olanak tanımaktadır. Kullanıcılar aileleri, kişisel kaygıları ve duyguları hakkında Facebook'ta kendini açmayı/ifade etmeyi tercih ederken, ihtiyaçlarını ve isteklerini ise Twitter'da dile getirmeyi tercih etmektedir (Jaidka ve diğerleri, 2018: 141).

Sosyal medya ağlarında kendini ifade etmeyi etkileyen önemli faktörlerden biri de içerik yakınlığıyla ilgilidir. Sosyal medya ağlarında kendini anlatma davranışları üzerinde özdeşleşme (gerçek ad ile anonim) ve takipçi tipi (sosyal bağlar ile gündelik hayattaki kişiler) önemli olmaktadır. Yüz yüze iletişimde içerik yakınlığı kendini ifade etmeyi düzenlemektedir. İçerik yakınlığı arttıkça kendini sunmaları da azalmaktadır. Bu durum sosyal medya ağlarında da devam etmektedir. Anonimlik ve sosyal ağlar üzerinden kurulan arkadaşlıklar da kendini ifade etme düzeyini arttırırken, yakınlık ise, ortamdan bağımsız olarak kendini sunma davranışlarını şekillendirmektedir (Ma ve diğerleri, 2016: 3857).

Sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışları hem iletişimsel yakınlığa hem de kopukluğa yol açmaktadır. Kendini ifade eden bireyler, başkalarının yargılarıyla ilgilenmenin yanı sıra, davranışları onaylamayı da kolaylaşmaktadır. Kendini ifade etme bir taraftan ilgiyi, yeni şeyler keşfetme duygularını arttırırken, diğer taraftan duygusal sıkıntıların artmasına yol açar. Yaşanan bu durum bir taraftan hayranlık duygularının artmasına sebep olurken diğer yandan kıskançlık dürtülerinin artmasına da yol açabilmektedir. Bu gibi etkileriyle sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışları “duygusal tahterevalli” görevi görerek, olumlu ve olumsuz duyguların birlikte hareket ettiği yapılara dönüşmektedir (Weinstein, 2018: 3597). Sosyal medya ağları aracılığıyla gerçekleştirilen çevrimiçi iletişim bireylerin kendilerini ifade etmelerine olanak tanıdığı için psikolojik iyi oluşu kolaylaştırmaktadır (Berry, Bucci, ve Lobban, 2017: 73). Bu bağlamda sosyal medya ağları modern dönemde yalnızlaşan bireyin kendini ifade etmesi, duygu ve düşüncelerin,

deneyimlerin ve inançların samimi bir şekilde paylaşımına ne kadar olanak tanıdığı tartışılmaktadır. Sosyal medya ağlarının özellikleri, kullanıcı profilleri, takipçi kitlesi gibi özelliklere göre kendini sunma davranışları da değişmektedir. Örneğin, Reddit'te yer alan genel ruh sağlığı ile ilgili gönderilere kullanıcılar daha belirgin ve daha fazla tepki verirken (Balani ve De Choudhury, 2015: 1373) Facebook ağlarını daha fazla duyarlı olarak algılayan kişiler, bu ağda kendisini daha açık ve net bir şekilde ifade etmektedir (Walsh, Forest, ve Orehek, 2019: 1). Snapchat gibi kapalı ağ yapısına sahip uygulamalarda kullanıcılar kendini ifade ederken daha bilinçli davranırken; Instagram gibi açık ağlarda kullanıcıların kişisel bilgilerini ifade etme/açma olasılıklarının azaldığı belirlenmiştir (Him ve diğerleri, 2020: 305).

COVID-19 pandemisinin neden olduğu sosyal mesafe, karantina ve sosyal yaşamdaki kesintiler, kullanıcıların sosyal medya ağlarını daha fazla kullanması, kendilerini ifade edebilmek için yeni olanaklar yaratmıştır. Dünya Sağlık Örgütü'nün 11 Mart 2020'de dünya çapında pandemi ilanını takiben Twitter'daki gönderilerde kullanıcıların kendini ifade etme oranlarının arttığı tespit edilmiştir. Kullanıcılar bu dönemde bilinçli bir şekilde kendilerini ifade etme davranışı içerisine girerken, aynı davranışları sergileyen diğer kullanıcılarla daha rahat ilişki kurmaktadır. Bu tip davranış sergileyen insanlar; kişisel rahatsızlıklarını, mahrem içeriklerini ve kişisel sağlık bilgilerini ifade etmekten de çekinmemektedir (Umar, Akiti, Squicciarini, ve Rajtmajer, 2021: 1).

Sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışları, günlük yaşamdan bilgiler verme, deneyimleri, bilgi ve yorumları paylaşma gibi davranış kalıpları, sosyal medya ağlarının önemli bir boyutunu oluşturmaktadır. Sosyal medyadaki yüz yüze iletişim pratikleri, yavaş yavaş gerçek hayattaki iletişimin yerine geçmeye evrilmektedir (Garje, 2016: 32). Sanal iletişimin boyutları özellikle COVID-19 salgını döneminde oldukça artmıştır. Karantina/kısıtlama günlerinde evlerinde kalan bireyler, kendilerini ifade etmek için sosyal medya ağlarına yönelmiştir. COVID-19'a yakalanma stresi yaşayan bireylerin sosyal medya ağlarını aktif kullanma ve kendini ifade etme isteği de aynı doğrultuda artmaktadır (Zhao ve Zhou, 2020: 1; Torales vd., 2020: 1). Pandemi salgını sürecinde sosyal medya ağlarında kendini ifade etmenin özellikle genç bireyler üzerinde algılanan stresi azalttığına yönelik bulgular elde edilmiş olsa da (Zhen ve diğerleri, 2021: 23) bu dönemde sosyal medya ağlarında endişe ve korkuyu açıklamanın stresi hafifletmeye yardımcı olmadığı aksine yüksek derecede duygusal tükenme ve strese neden olduğu tespit edilmiştir (Shao, Shi, ve Zhang, 2021; First vd., 2021; Eden vd., 2020; Al-Qahtani, Elgar, ve Heba, 2020).

Sosyal medya ağları, bireylerin içerik oluşturmaya, bu içerikleri kontrol etmesine ve kontrol altında tuttuğu içerikleri yayınlamasına olanak tanıdığı için güçlü bir kendini ifade etme kültürü yaymaktadır. Sosyal medya ağları özellikle gençlerin kendini ifade etmeleri için popüler araçlardır ve bu nedenle de özellikle gençlerin sosyal medya ağlarında kendilerini nasıl ifade ettiklerinin tespit edilmesi önem taşımaktadır (Rachoeve ve Oyedemi, 2015: 303). Bu çalışma da üniversite öğrencilerinin pandemi döneminde sosyal medya ağlarında kendilerini ifade etme davranışlarını ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

Literatür taramasına bağlı olarak bu çalışmanın araştırma soruları şunlardan oluşmaktadır:

Araştırma Sorusu 1: Katılımcıların sosyal medya kullanım örüntüleri nedir?

Araştırma Sorusu 2: Katılımcıların sosyal medyada kendini ifade etme düzeyi nedir?

Araştırma Sorusu 3: Sosyal medyada kendini ifade etme boyutları arasında nasıl bir ilişki vardır?

Araştırma Sorusu 4: Sosyal medya ağlarında cinsiyete göre kendini ifade etme düzeyi anlamlı farklılık göstermekte midir?

4. Yöntem

Yöntem bölümünde çalışmanın yöntemine ilişkin, çalışma grubu, veri toplama araçları, veri analizi ve kullanılan testler, etik kurulu onayı gibi bilgilere yer verilecektir.

4.1. Çalışma Grubu

Bu çalışmanın evrenini, Selçuk Üniversitesinin Alaeddin Keykubat Kampüsünde eğitim gören ve sosyal medya kullanan öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında Olasılıksız Örneklem Alma Tekniğinden biri olan *Amaçlı Örneklem Tekniği* ile seçilen 450 kişiden veri elde edilmiş; ön inceleme sonucunda, 417 anket veri analizi için uygun görülmüştür. Anketlerin geri dönüşüm oranı yüzde 92'dir.

Anket sorularına cevap verenlerin yüzde 52,3'ü kadın, yüzde 47,7'si erkeklerden ibarettir. Elde edilen oranlar, cinsiyet açısından karşılaştırma yapmaya uygun gözükmemektedir.

Araştırma grubunun yaş dağılımının merkezi eğilim istatistikleri incelendiğinde; en düşük 18, en yüksek 29 yaşındaki üniversite öğrencisiyle görüşüldüğünü ortaya koymaktadır. Örneklemdeki kişilerin yaş ortalaması 21,06'dır.

4.2. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada 21 sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. 2 soruyla katılımcıların demografik özellikleri ve 3 soruyla da sosyal medya kullanım örüntüleri sorgulanmıştır. 16 maddelik ölçekle ise üniversite öğrencilerinin sosyal medyada kendini ifade etme düzeyi ve boyutları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Aşağıdaki kısımda, ölçeği tanıtıcı bilgilere yer verilmektedir.

Kendini Açma (İfade Etme) Ölçeği- KAÖ (Self-Disclosure Scale): Katılımcıların sosyal medya ağlarında kişisel duygu, düşünce ve bilgilerini ifade etme boyutlarını belirlemek üzere geliştirilmiş olan Kendini İfade Etme (Açma) Ölçeği 32 maddeden oluşmaktadır (Wheless ve Grotz, 1976). Araştırmacıların (Chen ve Marcus 2012), ölçeği geliştirmek amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmada, ölçeğin madde sayısı 16'ya düşürülmüştür. Bu ölçek hem yüz yüze iletişimde hem de çevrimiçi alanlarda bireylerin kendini ifade etme düzeylerini ölçmek için kullanılabilir (Öksüz, Mersin ve Türker, 2017: 587). Öksüz ve arkadaşları (2017: 593) tarafından ölçeğin Türkçeye geçerlilik ve güvenilirlik çalışması gerçekleştirilmiş, katılımcılara her bir madde için, oluşturulan bir skala üzerinde, 1-7 arasında (1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Orta derecede katılmıyorum, 4-Kararsızım, 5-Orta derecede katılıyorum, 6-Katılıyorum, 7-Kesinlikle katılıyorum) puan vermeleri istenmiştir. Ölçekten en düşük 16, en yüksek ise 112 puan alınabilmektedir. Puanlama arttıkça bireylerin sosyal medya ağlarında kendini ifade etme düzeylerinde de artış meydana gelmektedir. Kendini İfade Etme Ölçeği'nde "Niyet, Miktar, Olumluluk, Dürüstlük ve Kontrol" olmak üzere 5 alt boyut bulunmaktadır. Ölçeğin, tümünün Cronbach Alfa katsayısı ,70 olarak tespit edilmiş; bu çalışmada güvenilirlik katsayısı ,89 olarak belirlenmiştir.

4.3. Veri Analizi ve Kullanılan Testler

Nicel araştırma yöntemine göre dizayn edilen bu çalışma; 1-15 Kasım 2021 tarihleri arasında, katılımcılarla yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler, istatistik programı aracılığıyla çözümlenmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan Sosyal Medyada Kendini Açma (İfade Etme) Ölçeği için belirlenen Skewness (Çarpıklık= -,270) ve Kurtosis (Basıklık= ,769) değerleri, -1,0 ile +1,0 arasında değiştiğinden; verilerin normal dağılıma sahip olduğu dikkat çekmektedir (Field, 2010). Çalışmada Sosyal Medyada Kendini İfade Etme Ölçeğinin alt boyutlarını belirlemede, *Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)* ve *Doğrulamalı Faktör Analizi (DFA)* kullanılmıştır. Alt boyutlar arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü ortaya koymada *Korelasyon Analizi*'ne başvurulmuştur. Cinsiyete göre sosyal medya kullanım süresi ve alt boyutlara verilen önemdeki farklılık, *Bağımsız Örneklem T-Testi* ile sorgulanmıştır. Yine cinsiyete göre sosyal medya kullanım sıklığındaki farklılığı göstermede *Ki-Kare Testi* esas alınmıştır.

4.4. Etik Kurul Onayı

Bu çalışma, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Etik Kurulu ile yapılan protokol anlaşması sonucunda yürütülmüştür (Protokol No: 2021/161514, Tarih: 20.10.2021).

5. Bulgular ve Yorum

Bu bölümde ilk olarak katılımcıların sosyal medya kullanım alışkanlıkları değerlendirilmekte; daha sonra sosyal medyada kendini ifade etme düzeyi ve boyutlarını ortaya koymaya yönelik analiz sonuçları sunulmaktadır.

5.1. Sosyal Medya Kullanım Örüntüleri

Araştırma sorusuna cevap veren katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süresi mercek altına alındığında en düşük 60, en yüksek 960 dakika sosyal medya karşısında zaman geçirdikleri dikkat çekmektedir. Katılımcıların sosyal medya ağlarında günlük geçirdikleri süre ortalama 317,98 dakika olarak belirlenmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Sosyal Medya Kullanım Süresinin Merkezi Eğilim İstatistikleri

	N	En Az	En Çok	\bar{X}	SD
<i>Kullanım Süresi</i>	417	60,00	960,00	317,98	198,63

Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($t=1,40$; $p> ,05$). Betimleyici istatistik sonuçlarına göre; hem kadınların ($\bar{X}= 304,95$) hem de erkeklerin ($\bar{X}= 332,26$) günlük sosyal medya kullanım süreleri birbirine yakındır.

Örneklemedeki kişilerin yüzde 82'si her gün sosyal medya kullandığını dile getirirken; yüzde 9,1'i haftada 5-6 gün, yüzde 7,4'ü haftada 3-4 gün ve yüzde 1,4'ü haftada 1-2 gün sosyal medyaya bağlandıklarını vurgulamıştır. Bu sonuçlar katılımcıların önemli bir bölümünün, her gün sosyal medyayı kullandıklarını göstermektedir. Katılımcıların cinsiyetine göre haftalık sosyal medya kullanım sıklığı anlamlı farklılık taşımaktadır ($\chi^2= 10,64$; $p< ,05$). Katılımcılar arasında erkeklerin yüzde 76,9'u, kadınların ise 86,7'si her gün sosyal medya kullandığını dile getirmektedir. Bu sonuçlarla kadınların, erkeklere nazaran sosyal medya kullanım sıklığı açısından, daha çok ön planda olduğunu söyleyebiliriz.

En çok kullanılan sosyal medya araçları açısından örneklemedeki üniversite öğrencilerinin, yüzde 34,8'i Instagram, yüzde 27,1'i WhatsApp, yüzde 21,6'sı YouTube, yüzde 14,4'ü Twitter, Yüzde 1,2'si Snapcat ve yüzde 1'i Facebook cevabı vermiştir. Bu sonuçlar; en çok kullanılan sosyal medya aracının, Instagram olduğuna vurgu yapmaktadır.

5.2. Sosyal Medyada Kendini İfade Etme Düzeyi ve Boyutları

Bu başlık altında öncelikli olarak, katılımcıların sosyal medyada kendini ifade etme boyutlarını belirlemek üzere, 16 maddeden oluşan ölçeğe Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmış; analiz sonucunda 5 boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Farklı boyut altında sıralanan 2 madde, analiz dışında tutulmuştur. Analizde en düşük faktör yüklemesi ,50 olarak belirlenmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Sosyal Medyada Kendini İfade Etme Alt Boyutlarını Belirlemeye Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) Sonuçları

Sosyal Medyada Kendini İfade Etme Boyutları	Faktör Yükleme
1. Boyut: Miktar	
Kendimden bahsettiğim zaman konuşmalarım kısa sürer.	,809
Genellikle kendimle ilgili konuşmam.	,758
Duygularım hakkındaki ifadelerim genellikle kısadır.	,710
Nadiren kişisel inançlarımı ve görüşlerimi ifade ederim.	,595
2. Boyut: Niyet	
Kendimle ilgili duygularımı açığa vurduysam, bunu bilinçli olarak yapmak istemişimdir.	,857
Kişisel duygularımı ifade ederken, her zaman ne yaptığımın ve ne söylediğimin farkındayım.	,827
Eğer istersem, her zaman gerçekten kim olduğumu doğru yansıttak şekilde kendimi ifade edebilirim.	,768
3. Boyut: Dürüstlük	
Konuşmalarımda açık bir şekilde gerçekten kim olduğumu içtenlikle açığa vururum.	,839
Kendimi ifade ederken dürüst olurum.	,770
4. Boyut: Olumluluk	
Genellikle kendimle ilgili olumlu şeyleri açığa vururum (anlatırım).	,862
Genel olarak, bizzat kendimle ilgili anlatımlarım (dışa vurumum) olumsuzdan daha çok olumludur.	,783
Kişisel inanç ve görüşlerim hakkındaki açıklamalarım hitap ettiğim kitlenin ilgileri ile ilgilidir.	,409
5. Boyut: Kontrol	
Kendimden söz etmem çok uzun zaman alır.	,842
Genellikle niyetinde olmadan kendimle ilgili bilgileri açığa vururum.	,737

Veri setinin Açıklayıcı Faktör Analizi için uygunluğu açısından KMO Measure of Sampling Adequacy değerinin ,709> ,500 olması; örneklem büyüklüğünün yeterli olduğuna işaret etmektedir. Yine Barlett's testi değerinin anlamlı olması ($p= ,000$); verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiğini ortaya koymaktadır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyükoztürk, 2012). Analiz sonucunda özdeğeri (eigenvalue) 1'den büyük 5 boyut,

toplam varyansın yüzde 65'ini açıklama kapasitesine sahiptir (Tablo 3). Ölçeğin güvenilirlik düzeyi (Cronbach's Alpha= ,89) oldukça tatmin edicidir (Yıldız ve Uzunsakal, 2018: 19).

Tablo 3. Sosyal Medyada Kendini İfade Etme Alt Boyutlarının Öz Değeri, Açıklanan Varyansları ve Güvenilirlik Katsayıları

Boyutlar	Öz Değer	Açıklanan Varyans (%)	Cronbach's Alpha (α)
Niyet	3,08	16,49	,80
Miktar	2,15	16,16	,71
Olumluluk	1,62	11,26	,61
Dürüstlük	1,15	11,13	,68
Kontrol	1,08	9,94	,70
TOPLAM		65,00	,89

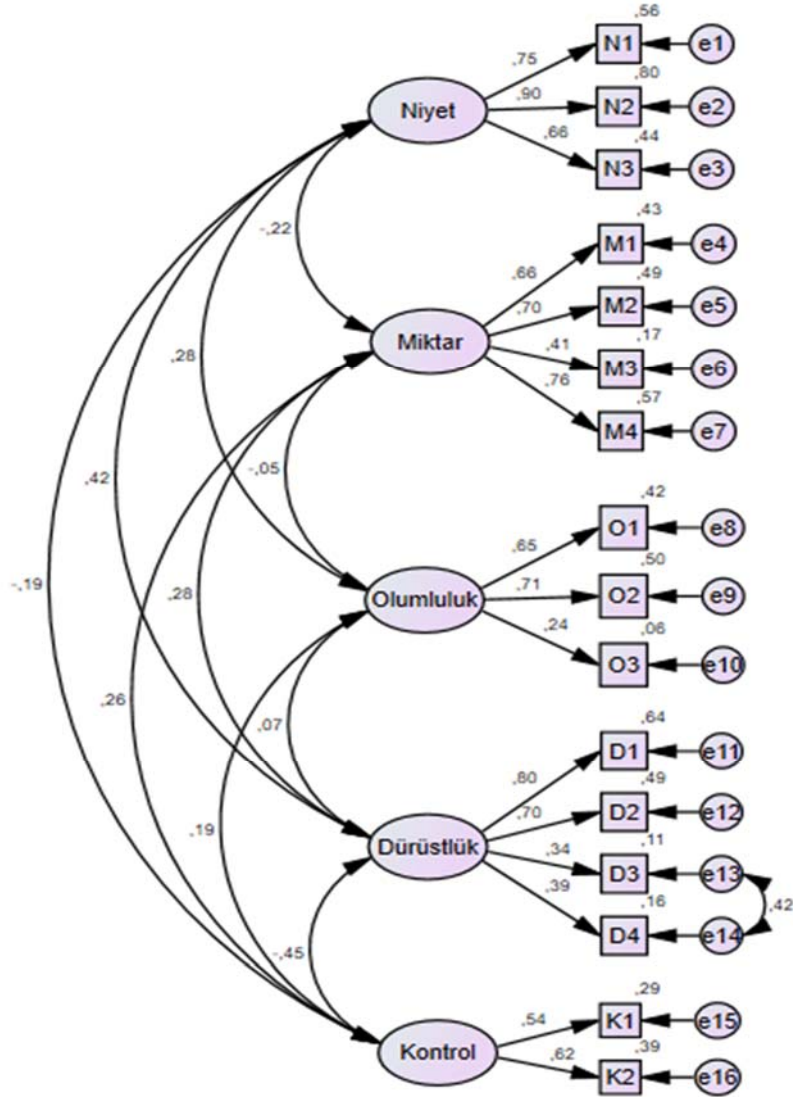
KMO Measure of Sampling Adequacy: ,709; **Barlett's Test of Sphericity:** $X^2= 1423,8$; $df= 91$; $p= ,000$

Faktör Analizi sonucunda ortaya çıkan ilk boyut *Miktar*'dır. Bu boyut katılımcıların "kişisel inançları ve görüşleri nadiren ifade etme", "kişinin kendinden kısa süreli bahsetmesi" gibi sosyal medyada kendini ifade etme miktarlarını ortaya koymaktadır. Özellikle bir kişinin bilgilerinin, bilinmeyen üçüncü taraflarca kullanılması ve incelenmesi olasılığı, bireylerin sosyal medya aracılığıyla çevrimiçi olarak bilgileri ifşa etme derecesini azaltabilmektedir (Chen ve Markus, 2012: 2092). Miktar boyutu tek başına toplam varyansın yüzde 16,49'unu açıklama kapasitesi taşımaktadır. Miktar boyutunun özdeğeri 1'den büyük ve güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha= ,80) tatmin edici düzeydedir.

Niyet olarak tanımlanan ikinci boyutu oluşturan maddelere bakıldığında; üniversite öğrencilerinin sosyal medyada kendileriyle ilgili duygularını bilinçli olarak ortaya koyduğunu ve bu eylemin farkında olduğunu bizlere anlatmaktadır. Gerçekten de sosyal medyanın sunduğu birtakım özellikler ve avantajlar, katılımcıları, kendini ifade etme noktasında cesaretlendirmektedir. Yine sosyal medya, derin kişisel duygu ve görüşleri ifade etmekten, günlük yaşamın sıradan ayrıntılarını belgelemeye kadar, çok sayıda, çeşitli ve genellikle tam olarak tanımlanmamış kullanıcılarla paylaşma imkân tanımaktadır (Bazarova ve Choi, 2014: 635). Niyet boyutu toplam varyansın yüzde 16,16'sını açıklayabilmektedir. Boyutun güvenilirlik oranı Cronbach's Alpha= ,71'dir. *Dürüstlük*, üçüncü bir sosyal medyada kendini ifade etme boyutu olarak ön plana çıkmaktadır. Boyutu oluşturan maddeler mercek altına alındığında; katılımcıların paylaşımlarında kim olduğunu içtenlikle açığa vurduğu ve kendini ifade ederken dürüst olmaya özen gösterdiği dikkat çekmektedir. Önceki yıllarda yapılan bazı araştırmalar, çevrimiçi ortamların, diğer iletişim araçlarına kıyasla bireylerin kendileri hakkında daha fazla bilgi ifşa etme eğiliminde olacak şekilde, kişisel kimliklerini değiştirebileceğini öne sürmüştür. Daha yakın zamandaki literatür taraması, çevrimiçi olarak sunulan kimliklerin, Facebook ve Instagram gibi sosyal ağlarda gerçekçi ve dürüst bulunduğunu, çünkü öğrencilerin yanlış bilgilerin, arkadaşları tarafından sorgulanacağını fark ettiklerini göstermiştir (Chen ve Markus, 2012: 2092). Dürüstlük boyutunun varyansa katkısı yüzde 11,13 olurken; güvenilirlik oranı (Cronbach's Alpha= ,68) kabul edilebilir (Yıldız ve Uzunsakal, 2018: 19) sınırlar içerisinde yer almaktadır.

Sosyal medyada kendini ifade etmede dördüncü alt boyut olarak karşımıza *Olumluluk* çıkmaktadır. Bu faktörü oluşturan maddeler; katılımcıların, kendileriyle ilgili daha çok olumlu şeyleri anlatma eğiliminde olduklarına vurgu yapmaktadır. Özellikle bireylerin etkileşimsel davranışlarının online kayıtlarının ve izlerinin bulunduğu sosyal medya ortamlarında, daha olumlu bilgileri ön plana çıkararak ve takipçilerin çıkarlarıyla daha ilgili bilgileri ifşa ederek, sosyal açıdan daha arzu edilir bir şekilde hareket etmeleri muhtemeldir (Chen ve Markus, 2012: 2092). Olumluluk alt boyutunun güvenilirlik katsayısı (Cronbach's Alpha= ,61) diğer boyutlara göre nispeten düşüktür (Şekil 1).

Açıklayıcı Faktör Analiziyle ortaya çıkan son boyut ise *Kontrol*'dür. "Kendimden söz etmem çok uzun zaman alır" ve "Genellikle niyetinde olmadan kendimle ilgili bilgileri açığa vururum" gibi maddeler bu faktör çatısı altında toplanmaktadır. Kontrol boyutu toplam varyansın yüzde 9,94'ünü açıklama kapasitesine sahiptir. Boyutun güvenilirlik oranı (Cronbach's Alpha= ,70) kabul edilebilir sınırlar içerisinde (Tablo 4).



Şekil 1. Sosyal medyada Kendini İfade Etme Ölçeği'nin alt boyutları.

Tablo 4. Sosyal Medyada Kendini İfade Etme Ölçeğinin Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Modelin Uyum İyiliği Sonuçları

	Yapısal Modeli Değerleri	Tavsiye Edilen Değerler
CMIN/DF(χ^2/df)	3.263	≤ 5
RMSEA	0.074	≤ 0.08
GFI	0.921	≥ 0.80
AGFI	0.884	≥ 0.80
CFI	0.873	≥ 0.80
NFI	0.829	≥ 0.80
SRMR	0.076	≤ 0.10

Yine bu araştırma kapsamında ölçeği oluşturan 16 madde üzerinde Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmış ve 16 madde ve 5 boyutlu ölçek yapısıyla ilişkili olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin "Dürüstlük" boyutu altında yer alan 13 ve 14 maddeleri arasında iyileştirme yapılmıştır. Uyum indeksi hesaplarında uyum indeksleri için

kabul edilen değerlerin sağlandığı (Dehon vd., 2005; Hoper, Coughlan, ve Mullen, 2008; Simon, vd., 2010) *Tablo 4*'te gösterilmiştir.

Öte yandan örneklemden üniversite öğrencilerinin sosyal medyada kendi ifade etme düzeylerini belirlemek açısından 7'li Likert tipi ölçekte yer alan 16 madde compute edilerek tek bir değişkene dönüştürülmüştür. Katılımcıların ölçekten aldıkları en düşük puan 27, en yüksek puan ise 100'dür. Araştırma sorularına cevap verenlerin sosyal medyada kendini ifade etme düzeyi ortalaması ise 72,18 olarak tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle katılımcıların sosyal medyada kendini ifade etme düzeyi ortanın üzerindedir.

Örneklemden katılımcıların sosyal medyada kendini ifade etme boyutları arasında en yüksek puanı Niyet ($\bar{X}=5,38$), en düşük puanı ise Kontrol ($\bar{X}=3,58$) alt boyutuna verdiği, *Tablo 5*'te ortaya konulmaktadır.

Tablo 5. Sosyal Medyada Kendini İfade Etme Düzeyi ve Boyutlarının Merkezi Eğilim İstatistikleri, Basıklık ve Çarpıklık Değerleri

	N	En Az	En Çok	\bar{X}	Skewness	Kurtosis
Niyet	417	1,00	7,00	5,38	-,928	,857
Miktar	417	1,00	7,00	3,73	,236	-,587
Olumluluk	417	1,00	7,00	4,21	-,196	-,139
Dürüstlük	417	1,75	7,00	5,31	-,410	-,704
Kontrol	417	1,00	7,00	3,58	,228	-,479
Kendini İfade Etme (İndeks)	417	27,00	100,00	72,18	-,270	,769

Tablo 6'da verilen sonuçlar değerlendirildiğinde, Niyet boyutu aritmetik ortalamasının; Miktar ($t=-24,34$; $p<,001$), Olumluluk ($t=-19,19$; $p<,001$) ve Kontrol ($t=-24,55$; $p<,001$) alt boyutlarından anlamlı olarak yüksekliği dikkat çekmektedir.

Tablo 6. Niyet Alt Boyutuna Yönelik Tek Örneklem *T* Testi Sonuçları

(Test Value= 5,38)	N	\bar{X}	Ortalama Farkı	t-value	Sig.
Miktar	416	3,73	-1,64	-24,34	,000
Olumluluk	416	4,21	-1,16	-19,19	,000
Dürüstlük	416	5,31	-,06	-1,02	,308
Kontrol	416	3,58	-1,79	-24,55	,000

Sosyal medyada kendini ifade etme boyutları arasında gerçekleşen ilişkinin yönünü ve gücünü belirlemek için uygulanan Korelasyon Analizi sonuçlarına bakıldığında; en güçlü ilişkinin Dürüstlük ile Niyet ($r=,429$; $p<,01$) boyutu arasında olduğu görülmektedir (*Tablo 7*). Diğer bir ifade ile sosyal medyada kendini ifade etme açısından Dürüstlük boyutuna verilen önem arttıkça, Niyet boyutuna verilen önemde de bir artış yaşanmaktadır (*Tablo 8*). Yine sosyal medyada kendi ifade etme indeksi ile Dürüstlük alt boyutu arasında, diğer boyutlara nazaran, daha güçlü, pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=,665$; $p<,01$) bulunmaktadır.

Tablo 7. Sosyal Medyada Kendini İfade Etme Boyutları Arasındaki İlişki (Pearson *r*)

Korelasyon Analizi Bulguları	1	2	3	4	5	6
1. Niyet	1					
2. Miktar	-,187**	1				
3. Olumluluk	,173**	-,124*	1			
4. Dürüstlük	,429**	,135**	,300	1		
5. Kontrol	-,103*	,134**	,120*	-,230**	1	
6. Kendini İfade Etme (İndeks)	,537**	,503**	,411**	,665**	,243**	1

Not:** $p<,01$

Tablo 8. Cinsiyete Göre Sosyal Medyada Kendini İfade Etme Boyutlarına Verilen Önemdeki Farklılık

	Cinsiyet	N	\bar{X}	t-value	Sig.
Niyet	Erkek	199	5,36	-,354	,724
	Kadın	218	5,41		
Miktar	Erkek	199	3,52	-2,88	,004
	Kadın	218	3,91		
Olumluluk	Erkek	199	4,36	2,29	,022
	Kadın	218	4,08		
Dürüstlük	Erkek	199	5,07	-3,92	,000
	Kadın	218	5,54		
Kontrol	Erkek	199	3,73	2,00	,046
	Kadın	218	3,44		
Kendini İfade Etme (İndeks)	Erkek	199	71,05	-2,08	,037
	Kadın	218	73,22		

Katılımcıların cinsiyetine göre, Miktar ($t = -2,88$; $p < ,01$), Olumluluk ($t = 2,29$; $p < ,05$), Dürüstlük ($t = -3,92$; $p < ,001$) ve Kontrol ($t = 2,00$; $p < ,05$) yönelimli ilişki incelendiğinde sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışlarında anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Betimleyici istatistik sonuçları incelendiğinde, kadınlar erkeklere göre Miktar ve Dürüstlük alt boyutuna daha fazla önem vermekte ve ortalama yüksektir. Erkekler ise kadınlarla karşılaştırıldığında Olumluluk ve Kontrol alt boyutlarına daha yüksek katılım göstermişlerdir.

Öte yandan üniversite öğrencilerinin cinsiyetine göre, sosyal medyada kendini ifade etme düzeyi anlamlı olarak farklılaşmaktadır ($t = -2,08$; $p < ,05$). Betimleyici istatistik sonuçları; kadınların ($\bar{X} = 73,22$) erkeklere ($\bar{X} = 71,05$) göre, sosyal medyada kendini ifade etme düzeyinin, daha yüksek olduğuna işaret etmektedir. Bu sonuçlar; Balcı ve Arsal Gölcü'nün (2020: 135) elde ettiği bulgularla örtüşmektedir.

6. Tartışma ve Sonuç

Sosyal izolasyonun zorunlu olduğu COVID-19 pandemisi sırasında, bireylerin sokağa çıkma yasağı nedeniyle evlerinde kalmak zorunda kalması, sosyal medyada daha fazla vakit geçirmelerine neden olmuştur. Yapılan araştırmalar, bu dönemde Facebook, Messenger, WhatsApp ve Instagram'da mesajlaşmanın yüzde 70 arttığını, Twitter kullanımının rekor seviyeye ulaştığını ve canlı yayınlarda izlenmelerin ikiye katlandığına; aile, arkadaş ve iş arkadaşlarıyla iletişimde kalmak için sosyal medya platformlarının kullanımında yüzde 61 oranında artışın yaşandığına işaret etmektedir (aktaran, Kocabıyık, 2021: 447).

Sosyal medya ağları bireylerin duygu ve düşüncelerini paylaşmalarına, arkadaşlıklar kurmalarına ve arkadaşlarıyla iletişime geçmelerine, arkadaşlarının sosyal aktivitelerini tanımalarına, bilgi edinmelerine, gündemi takip etmelerine, kendini sunmalarına yardımcı olmaktadır. Bireyler, gündelik yaşamda dile getirdiği/getiremediği düşüncelerini bu ağlar vasıtasıyla iletebilmekte, kendini ifade etme davranışlarını geliştirebilmektedir. Sosyal medya ağları özellikle COVID-19 pandemi sürecinde, yalnızlaşan bireylerin kendilerini ifade etmeleri için fırsat sunmuştur. Karantina/ kısıtlama günlerinde evlerinde yalnızlaşan bireyler, sosyal ağlar aracılığıyla kendilerini ifade etme fırsatı bulmuş, duygu ve düşüncelerini aktarmak ve rahatlamak için bu araçları kullanmaya başlamıştır.

COVID-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarında, nispeten bir artış yaşanmıştır. Üniversite öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım sürelerini inceleyen diğer çalışmalara (Balcı ve Baloğlu, 2018; Balcı ve Demir, 2018; Balcı ve diğerleri, 2019) göre bu çalışmada katılımcılar günlük ortalama 318 dakika sosyal medyada vakit geçirmektedir. COVID-19 salgınında hayati bilgilere erişmek için, ortak bir şekilde, sosyal medya ağlarına yönelen bireyler (Kaya, 2020; Chan vd., 2020), aynı zamanda asılsız söylenti ve bilgilere maruz kalmıştır (Sahni ve Sharma, 2020). Diğer taraftan asılsız bilgi ve aşırı bilgi yüklenmesinin bu dönemde korku ve paniğe yol açarak (Drouin vd., 2020; Zhao ve Zhou, 2020), sosyal medya ağlarını kullanmayı bırakmaya neden olduğu tespit edilmiştir (Liu vd., 2021).

COVID-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışları ve boyutlarını inceleyen bu çalışma sonucunda, sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışlarını temsil eden 5 boyut tespit edilmiştir. Bunlar sırasıyla; Miktar, Niyet, Dürüstlük, Olumluluk ve Kontrol'dür. Bireylerin kendileriyle ilgili bilgileri paylaşma oranını temsil eden miktar faktörü, kişisel bilgilerin paylaşım miktarı azaldıkça ifşa edilme oranının da azalması anlamına gelir (Chen ve Markus, 2012: 2092). İkinci faktör olan Niyet faktörü ise bu süreçte üniversite öğrencilerinin kendi duygu ve düşüncelerini bilinçli olarak sosyal medya ağlarında paylaştığını göstermektedir. Sosyal medya ağlarının sunduğu kendini

ifade etme fırsatını (Bazarova ve Choi, 2014: 635) COVID-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencileri, duygu ve düşüncelerini ifade etmek için kullanmıştır. Üçüncü faktör ise Dürüstlük olarak tespit edilmiştir. Dürüstlük faktörü üniversite öğrencilerinin sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışlarını yerine getirirken, dürüst ve samimi bir şekilde davranmayı tercih ettiğini ortaya koymuştur. Dördüncü faktör olan Olumluluk faktörü, üniversite öğrencilerinin sosyal medya ağlarında kendileriyle ilgili olumlu ifadeler ifade ettiğini gösterirken, son faktör olan Kontrol faktörü ise üniversite öğrencilerinin kendilerini ifade etme davranışları sergilerken, kontrollü bir şekilde davrandığını göstermektedir.

Açıklayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışları boyutlarını gösteren bu beş faktörden de görüldüğü gibi, üniversite öğrencileri COVID-19 pandemi sürecinde sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışlarını sergilerken, dürüst ve olumlu bir şekilde yaklaşıp da paylaştığı kişisel bilgilerin miktarını kontrol etmeyi de ihmal etmemektedir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya ağlarında kendilerini ifade etme düzeyleri ise cinsiyete göre farklılaşma göstermektedir. Balcı ve Gölcü'nün (2020: 135) elde ettiği sonuçlara benzer olarak bu çalışmada da kadınların, erkeklere göre sosyal medya ağlarında kendini ifade etme boyutlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Çalışma sonucunda katılımcıların pandemi sürecinde sosyal medya ağlarında kendini ifade etme düzeyinin ortanın üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu da üniversite öğrencilerinin sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışlarını kendi çizdiği kurallar çerçevesinde sergilediğini göstermektedir. Sonuç olarak pandemiyle birlikte girilen yeni dünya düzeninde dijital dönüşüm hızlanmış ve toplumdaki bireyler bu yeni düzene adapte olmaya başlamıştır. Özellikle bu dönemde sosyal medya ağları kendini ifade etme noktasında üniversite öğrencileri için oldukça önemli araçlar haline gelmiştir. Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışları üzerine yoğunlaşmıştır. Gelecekteki araştırmalarda, sosyal medya ağlarında kendini ifade etme davranışları ile yalnızlık, stres, anksiyete, depresyon vb. gibi psikolojik rahatsızlıklarla; okul, aile, arkadaşlık vb. gibi çevresel faktörler arasındaki ilişki incelenebilir.

Kaynaklar

- Al-Qahtani, A. M., Elgzar, W. T., and I. A.Heba (2020). COVID-19 Pandemic: Psycho-Social Consequences During the Social Distancing Period Among Najran City Population. *Psychiatry Danubina*, 32(2), 280-286.
- Balani, S., and De Choudhury, M. (2015). Detecting and Characterizing Mental Health Related Self-Disclosure in Social Media. *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, 1373-1378.
- Balcı, Ş. ve Arsal Gölcü, A. (2020). Sosyal Medyada Kendini Açma: Öz Saygı, Güven ve Algılanan Faydanın Etkinliği Üzerine Bir İnceleme. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(27), 116-149.
- Balcı, Ş. ve Baloğlu, E. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması. *Galatasaray İletişim Dergisi*, 29, 209-233.
- Balcı, Ş. ve Demir, Y. (2018). Sosyal Medya Kullanımı ile Mutluluk Düzeyi Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir İnceleme. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 339-354.
- Balcı, Şükür, Gölcü, A. ve Arsal Gölcü, A. (2019). Sosyal Medya Kullanımı ile Kendini Gizleme ve Yaşam Doyumu Arasında Bir Bağlantı Var mı? *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 173-190.
- Bazarova, N. N., and Choi, Y. H. (2014). Self-Disclosure in Social Media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites. *Journal of Communication*, 64(4), 635-657.
- Berry, N. Bucci, S. and Lobban, F. (2017). Use of the Internet and Mobile Phones for Self-Management of Severe Mental Health Problems: Qualitative Study of Staff Views. *JMIR Ment Health*. 4(4): e52. <https://doi.org/10.2196/mental.8311>
- Boursier, V. Gioia, F. Musetti, A. and Schimmenti, A. (2020). Facing Loneliness and Anxiety During The COVID-19 Isolation: The Role of Excessive Social Media Use in A Sample of Italian Adults. *Front. Psychiatry*, 11:586222. doi: 10.3389/fpsyt.2020.586222.
- Brailovskaia, J. Cosci, F., Mansueto, G., and Margraf, J. (2021). The Relationship Between Social Media Use, Stress Symptoms and Burden Caused by Coronavirus (Covid-19) In Germany And Italy: A Cross-Sectional and Longitudinal Investigation. *Journal of Affective Disorders Reports*, 3, 100067. <https://doi.org/10.1016/j.jadr.2020.100067>
- Brailovskaia, J., and Margraf, J. (2021). The Relationship Between Burden Caused by Coronavirus (Covid-19), Addictive Social Media Use, Sense of Control and Anxiety. *Computers in Human Behavior*, 119, 106720.

- Chan, A. K., Nickson, C. P., Rudolph, J. W., Lee, A., and Joynt, G. M. (2020). Social media for rapid knowledge dissemination: early experience from the COVID-19 pandemic. *Anaesthesia*.
- Chen, B. and Marcus, J. (2012). Students' Self-Presentation on Facebook: An Examination of Personality and Self-Construct Factors. *Computers in Human Behavior*, 28, 2091-2099.
- Choi, Y. H. and Bazarova, N. N. (2015). Self-Disclosure Characteristics and Motivations in Social Media: Extending the Functional Model to Multiple Social Network Sites. *Human Communication Research*, 41(4), 480-500.
- Çokluk, Ö. Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Davis, K. (2012). Friendship 2.0: Adolescents' Experiences of Belonging and Self-Disclosure Online. *Journal of Adolescence*, 35(6), 1527-1536.
- Dehon, C., Weems, C. F., Stickle, T. R., Costa, N. M. and Berman, S. L. (2005). A Cross-Sectional Evaluation of The Factorial Invariance of Anxiety Sensitivity in Adolescents and Young Adults. *Behaviour Research and Therapy*, 43, 799-810.
- Drouin, M. McDaniel, B. T. Pater, J., and Toscos, T. (2020). How Parents and Their Children Used Social Media and Technology at The Beginning of the COVID-19 Pandemic and Associations with Anxiety. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(11), 727-736.
- Eden, A. L. Johnson, B. K. Reinecke, L. and Grady, S. M. (2020). Media for Coping During COVID-19 Social Distancing: Stress, Anxiety, and Psychological Well-Being. *Front Psychol*, 11:577639. doi: 10.3389/fpsyg.2020.577639.
- Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS (Third Edition)*. London: SAGE Publications.
- First, J. M. Shin, H., Ranjit, Y. S. and Houston, J. B. (2021). COVID-19 Stress and Depression: Examining Social Media, Traditional Media, and Interpersonal Communication. *Journal of Loss and Trauma*, 26(2), 101-115.
- Garje, G. V. Inamdar, A., and Mahajan, H. (2016). Stress Detection and Sentiment Prediction: A Survey. *International Journal of Engineering Applied Science and Technology*, 1(2), 32-34.
- Geirdal, A. Ø. Ruffolo, M. Leung, J. Thygesen, H. Price, D. Bonsaksen, T., and Schoultz, M. (2021). Mental Health, Quality of Life, Wellbeing, Loneliness and Use of Social Media İn A Time of Social Distancing During The COVID-19 Outbreak. A Cross-Country Comparative Study. *Journal of Mental Health*, 30(2), 148-155.
- González-Padilla, D. A. and Tortolero-Blanco, L. (2020). Social Media Influence in the COVID-19 Pandemic. *International braz j urol* 46, 120-124, <https://doi.org/10.1590/S1677-5538.IBJU.2020.S121>.
- Him, D. H. Cabosky, J. and Meyer, M. (2020). Snapchat vs. Instagram: Social Network Sites and Self-Disclosure Differences Before and After Use. *The Journal of Social Media in Society*, 9(2), 306-318.
- Hong, W. Liu, R. D. Ding, Y. Fu, X., Zhen, R., and Sheng, X. (2021). Social Media Exposure and College Students' Mental Health During the Outbreak of Covid-19: The Mediating Role of Rumination and The Moderating Role Of Mindfulness. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 282-287.
- Hooper, D. Coughlan, J. and Mullen, M. R. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research*, 6(1), 53-60.
- Hooper, D., Coughlan, J., and Mullen, M. R. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6, 53-60.
- Hou, F. Bi, F. Jiao, R. Luo, D. and Song, K. (2020). Gender Differences of Depression and Anxiety Among Social Media Users During The COVID-19 Outbreak in China: A Cross-Sectional Study. *BMC Public Health*, 20(1), 1-11.
- Jaidka, K. Guntuku, S. and Ungar, L. (2018). Facebook Versus Twitter: Differences in Self-Disclosure and Trait Prediction. In *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 12(1), Retrieved from <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/15026>.
- Kaya, T. (2020). The changes in the effects of social media use of Cypriots due to COVID-19 pandemic. *Technology in Society*, 63, 101380.
- Kocabıyık, O. O. (2021). Social Media Usage Experiences of Young Adults during the COVID 19 Pandemic through Social Cognitive Approach to Uses and Gratifications. *International Journal of Technology in Education and Science*, 5(3), 447-462.
- Lisitsa, E. Benjamin, K. S. Chun, S. K. Skalisky, J. Hammond, L. E., and Mezulis, A. H. (2020). Loneliness Among Young Adults During COVID-19 Pandemic: The Mediational Roles of Social Media Use and Social Support Seeking. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 39(8), 708-726.

- Liu, H., Liu, W., Yoganathan, V., and Osburg, V. S. (2021). COVID-19 information overload and generation Z's social media discontinuance intention during the pandemic lockdown. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120600.
- Luo, M., and Jeffrey T. H. (2020). Self-Disclosure and Social Media: Motivations, Mechanisms and Psychological Well-Being. *Current Opinion in Psychology*, 31, 110-115.
- Ma, X., Hancock, J. and Naaman, M. (2016). Anonymity, Intimacy and Self-Disclosure in Social Media. *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.
- Matthews, M. Murnane, E. Snyder, J. Guha, S. Chang, P. Doherty, G. and Gay, G. (2017). The Double-Edged Sword: A Mixed Methods Study of The Interplay Between Bipolar Disorder and Technology Use. *Computers in Human Behavior*, 75, 288-300.
- Misirlis, N. Zwaan, M. Sotiriou, A. and Weber, D. (2020). International Students' Loneliness, Depression and Stress Levels in Covid-19 Crisis: The Role of Social Media and The Host University. *Journal of Contemporary Education Theory & Research (JCETR)*, 4(2), 20-25.
- Nabity-Grover, T. Cheung, C. M. and Thatcher, J. B. (2020). Inside Out and Outside In: How The COVID-19 Pandemic Affects Self-Disclosure on Social Media. *International Journal of Information Management*, 55, 102188.
- Öksüz, E. Mersin, S. ve Türker T. (2017). Kendini Açma Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerinde Türkçe Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 18(6), 586-593.
- Rachoene, M. and Oyedemi, T. (2015). From Self-Expression to Social Aggression: Cyberbullying Culture Among South African Youth on Facebook. *Communication*, 41(3), 302-319.
- Schlosser, A. E. (2020). Self-Disclosure Versus Self-Presentation on Social Media. *Current Opinion in Psychology*, 31, 1-6.
- Shao, R. Shi, Z. and Zhang, D. (2021). Social Media and Emotional Burnout Regulation During The COVID-19 Pandemic: Multilevel Approach. *Journal of Medical Internet Research*, 23(3), e27015.
- Sharif, A. Soroya, S. H. Ahmad, S. and Mahmood, K. (2021). Antecedents of Self-Disclosure on Social Networking Sites (Sns): A Study of Facebook Users. *Sustainability*, 13(3), 1220.
- Simon D., Kriston L., Loh A., Spies C., Scheibler F., Wills C., and Harter M. (2010). Confirmatory Factor Analysis and Recommendations for Improvement of the Autonomy-Preference-Index (API). *Health Expectations*, 13, 234-243.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., ve Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(4), 23-32.
- Subölen, S. (2020). Covid 19 Pandemisi Sürecinde Stresle Baş Etme Yöntemi Olarak Sosyal Medyada Mizah Olgusu: cezmikalorifer ve saykodelipaylaşımlar İsimli Instagram Hesaplarının Analizi. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 11(42), 123-142.
- Torales, J., Ríos-González, C., Barrios, I., O'Higgins, M., González, I., García, O., and Ventriglio, A. (2020). Self-Perceived Stress During the Quarantine Of COVID-19 Pandemic in Paraguay: An Exploratory Survey. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 1155.
- Umar P., Akiti C., Squicciarini A. and Rajtmajer S. (2021). *Self-disclosure on Twitter During the COVID-19 Pandemic: A Network Perspective*. In: Dong Y., Kourtellis N., Hammer B., Lozano J.A. (eds) Machine Learning and Knowledge Discovery in Databases. Applied Data Science Track. ECML PKDD 2021. Lecture Notes in Computer Science, vol 12978. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-86514-6_17
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yaşar University*, 5(20), 3348-3382.
- Walsh, R. M., Forest, A. L., and Orheek, E. (2020). Self-Disclosure on Social Media: The Role of Perceived Network Responsiveness. *Computers in Human Behavior*, 104, 106162.
- Weinstein, E. (2018). The Social Media See-Saw: Positive and Negative Influences on Adolescents' Affective Well-Being. *New Media & Society*, 20(10), 3597-3623.
- Wheless, L. R., and Grotz, J. (1976). Conceptualization and Measurement of Reported Self-Disclosure. *Human Communication Research*, 2(4), 338-346. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1976.tb00494.x>
- Yıldız, D. ve Uzunsakal, E. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 14-27.
- Zhang, R. (2017). The Stress-Buffering Effect of Self-Disclosure on Facebook: An Examination of Stressful Life Events, Social Support, and Mental Health Among College Students. *Computers in Human Behavior*, 75, 527-537.

- Zhao, N. and Zhou, G. (2020). Social Media Use and Mental Health During The COVID-19 Pandemic: Moderator Role of Disaster Stressor and Mediator Role of Negative Affect. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 12(4), 1019-1038.
- Zhao, N. and Zhou, G. (2021). COVID-19 Stress and Addictive Social Media Use (SMU): Mediating Role of Active Use and Social Media Flow. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 85.
- Zhen, L. Nan, Y. and Pham, B. (2021). College Students Coping With COVID-19: Stress-Buffering Effects of Self-Disclosure on Social Media and Parental Support. *Communication Research Reports*, 38(1), 23-31.
- Zhong, B. Jiang, Z. Xie, W. and Qin, X. (2020). Association of Social Media Use with Mental Health Conditions of Nonpatients During The COVID-19 Outbreak: Insights from A National Survey Study. *Journal of Medical Internet Research*, 22(12), e23696.

Etik, Beyan ve Açıklamalar

1. Etik Kurul izni ile ilgili;

Bu çalışmanın yazar/yazarları, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Etik Kurulu'nun tarih 20.10.2021 sayı 2021/161514 ile etik kurul izin belgesi almış olduklarını beyan etmektedir.

2. Bu çalışmanın yazar/yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedir.

3. Bu çalışmanın yazar/yazarları kullanmış oldukları resim, şekil, fotoğraf ve benzeri belgelerin kullanımında tüm sorumlulukları kabul etmektedir.

4. Bu çalışmanın benzerlik raporu bulunmaktadır.
