

BÖLÜM 15

ERKEN DÖNEM KULLANICI YORUMLARININ METİN MADENCİLİĞİ İLE İNCELENMESİ: NEXTSOSYAL ÖRNEĞİ

Okan ALKAN¹
Yunus Emre ÖZENOĞLU²
Alparslan OĞUZ³

GİRİŞ

Sosyal medya, günümüz toplumunda önemli bir yere sahiptir ve kullanıcıların günlük yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Kullanıcılar sosyal medya platformları aracılığıyla bilgi alışverişi yapmakta, sosyal etkileşimlerde bulunmakta ve kendilerini ifade etme fırsatları bulmaktadır. Bu platformlar bireylerin düşüncelerini, duygularını ve sosyal olaylara ilişkin bakış açılarını paylaşmalarını sağlayarak dijital dönüşümün merkezinde yer alır. Sosyal medyanın etkisi bireyler üzerinde ciddi değişimler yaratarak, toplumsal iletişim dinamiklerini dönüştürmüştür (Güçlü & Çulha, 2025; Özmen & Kocakaya, 2024). Bireylerin sosyal medya aracılığıyla oluşturdukları sosyal ağlar, bilgilendirme ve destek süreçlerinde de önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle sosyal medya hem bireysel hem de toplumsal düzeyde derin etkilere sahiptir (Fener & Aydınтуğ, 2019).

Sosyal medya uygulamaları, sürekli gelişen bir pazar içinde kendine yer edinmektedir. Her yıl yeni sosyal medya platformları piyasaya sürülmekte ve mevcut olanlar sürekli olarak güncellenmektedir. Kullanıcı deneyimi açısından yeni çıkan uygulamaların incelenmesi, bu değişen dinamiklerin anlaşılması açısından önemli bir alan sunmaktadır. Bu uygulamaların ve hizmetlerin kullanıcılar üzerindeki

¹ Doktora Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, okan.alkan@ogr.atauni.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-6526-1645

² Doktora Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, yunusemre.ozenoglu12@ogr.atauni.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-5051-4622

³ Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Kemah Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, aoguz@erzincan.edu.tr, ORCID iD: 0000-0003-1920-5674

etkilerinin analiz edilmesi hem pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi hem de tüketici davranışlarının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlamaktadır (Akyıldız & Yılmaz, 2020; Tam, 2020). Kullanıcı deneyimi, yalnızca teknik özelliklerden ibaret olmayıp aynı zamanda sosyal etkileşimlerin ve bireylerin ihtiyaçlarının ne şekilde karşılandığıyla da ilgilidir. Bu bakımdan kullanıcı yorumlarının incelenmesi ürünlerin ve hizmetlerin nasıl iyileştirilebileceğine dair önemli bağlantılar kurmaktadır (Yapraklı & Mutlu, 2020).

Özellikle yeni çıkan sosyal medya uygulamalarının erken dönem kullanıcı yorumları, bu ürünlerin gelişim sürecine yön veren veri kaynakları olarak öne çıkmaktadır. Kullanıcılar uygulama performansı, kullanılabilirlik, güvenlik ve memnuniyet düzeyleri gibi unsurları yorumlar aracılığıyla ifade etmektedir. Bu erken dönem yorumları, geliştiricilere kullanıcıların beklentilerini daha iyi anlama ve karşılayabilme imkânı sunmaktadır. Erken benimseyen kullanıcılar (early adopters), yeni teknolojilere olan ilgi ve meraklarıyla, genellikle yeniliklerin kabul edilmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Yılmaz, Sarı & Öke., 2022). Bu kullanıcıların yorumları hem uygulamanın geliştirilmesine katkıda bulunmakta hem de pazarın genel yönelimleri hakkında önemli ipuçları sunmaktadır. Dolayısıyla bu görüşlerin doğru bir şekilde analiz edilmesi, yeni uygulamalara dair stratejilerin oluşturulmasında temel bir adım teşkil etmektedir (Bilir, Ergeç & Yıldırım, 2019).

Metin madenciliği, kullanıcı yorumlarının derinlemesine analizinde etkili bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Bu yöntem sayesinde kullanıcıların yaptıkları yorumlardan anlamlı veriler elde etmek mümkündür. Duygu analizi, metinlerdeki olumlu ve olumsuz hislerin belirlenmesini sağlarken, kelime frekansı analizi belirli anahtar kelimelerin veya kavramların ne sıklıkla kullanıldığını ortaya koymaktadır. Ayrıca konu modelleme teknikleri, kullanıcı yorumlarındaki ana temaların ve konuların belirlenmesine yardımcı olmaktadır (Ceylan & Güler, 2022; Gedik, 2023). Özellikle mobil uygulama ve sosyal medya platformlarında bu yöntemlerin uygulanması, kullanıcıların gerçek zamanlı deneyimlerini ve algılarını yansıtma açısından büyük önem taşımaktadır. Literatürdeki çalışmalarda bu tür metin madenciliği uygulamaları, kullanıcı ihtiyaçlarını ve davranışlarını çözümlemek için etkili bir şekilde kullanılmaktadır (Karataş, 2022).

NextSosyal, Türkiye'nin geliştirdiği yerli ve milli bir sosyal medya platformudur ve bu nedenle akademik literatürde henüz incelenmemiş bir örnek teşkil etmektedir. Türkiye'de ve uluslararası bağlamda yeni çıkan sosyal medya uygulamalarının erken dönem kullanıcı yorumlarının analizi, literatürde önemli bir boşluk oluşturmaktadır (Çağlayan, 2024). Bu tür bir çalışma, sosyal medya platformlarının kullanıcı algıları üzerindeki etkilerini anlamak ve sosyal medya ekosistemine katkıda bulunmak amacıyla büyük bir önem taşımaktadır. NextSosyal'ın, kullanıcılarıyla etkileşimde bulunarak nasıl geliştirileceğine yönelik geri bildirimlerin

toplanması, bunun yanı sıra kullanıcı deneyimlerinin derinlemesine incelenmesi, platformun daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlayacak stratejilerin belirlenmesinde kritik bir değerlendirme sunmaktadır (Subaşı, 2021).

Bu çalışmanın amacı, NextSosyal uygulamasına ait erken dönem kullanıcı yorumlarını metin madenciliği yöntemleriyle analiz ederek, kullanıcı algılarının ve deneyimlerinin ortaya çıkarılmasını sağlamaktır. Bunun sonucunda hem uygulama geliştiricilerine hem de akademik literatüre katkı sağlanması hedeflenmektedir. Elde edilecek bulgular sosyal medya kullanıcılarının ihtiyaçlarını ve beklentilerini daha iyi anlamaya yönelik önemli bilgiler sunmakta, aynı zamanda NextSosyal'in sosyal medya ekosistemindeki konumunu güçlendiren stratejilerin geliştirilmesine yardımcı olması hedeflenmektedir.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Bu araştırma, Türkiye'de yeni piyasaya sürülen sosyal medya uygulaması Nextsosyal'in erken dönemde kullanıcılarından gelen yorumları metin madenciliği yöntemleriyle incelemeyi hedeflemektedir. Çalışmanın temel amacı, kullanıcıların uygulama hakkındaki ilk deneyimlerini, memnuniyet düzeylerini ve uygulamanın işlevselliği üzerindeki algılarını belirlemektir. Bu bağlamda uygulanan araştırma tasarımı hem açıklayıcı hem de betimsel bir nitelik taşımaktadır. Kullanıcı yorumlarının analizi, nitel içerik çözümlemesi ile nicel terim frekansı istatistiklerinin bir birleşimini içererek çok boyutlu bir değerlendirme sunmaktadır. Böylece kullanıcıların uygulama ile ilgili en sık dile getirdikleri kavramlar ve temalar net bir biçimde ortaya koyulabilecektir.

Veri Toplama Süreci

Bu araştırmanın veri seti, NextSosyal uygulaması üzerinde App Store ve Google Play platformlarında 23 Temmuz 2025 ile 12 Eylül 2025 tarihleri arasında kullanıcılar tarafından yazılan yorumları kapsamaktadır. Bu süreçte, 501 yorum App Store'dan ve 7793 yorum Google Play'den elde edilmiştir. Veri toplama işlemi Python programlama dili kullanılarak gerçekleştirilmiş, Google Play yorumları için "googleplayscraper" kütüphanesi ve App Store yorumları için ise "requests" kütüphanesi kullanılmıştır (Khder, 2021). Elde edilen veriler, pandas kütüphanesi yardımıyla DataFrame formatına dönüştürülmüş ve böylece analiz için uygun hale getirilmiştir. Yorumlarda tarih, kullanıcı adı, puan, içerik ve etkileşim göstergeleri gibi başlıca değişkenler belirlenmiş ve bu veriler CSV dosyası olarak kaydedilmiştir. Bu tür veri toplama ve analizi, literatürde de sıkça vurgulandığı gibi metin madenciliği uygulamaları açısından büyük önem taşımaktadır (Gorvankolla & S., 2017).

Veri Ön İşleme (Preprocessing)

Ham kullanıcı yorumlarının analize uygun hale getirilebilmesi için kapsamlı bir ön işleme süreci uygulanmıştır. İlk olarak yorum metinlerinden emojiler ve özel semboller çıkarılmıştır; bu, metin temizliğinin temel bir adımıdır ve anlamı bozan unsurların ortadan kaldırılmasını sağlar (Kunilovskaya & Plum, 2021). Ardından yorum metinleri küçük harflere dönüştürülmüş, Türkçe karakterler ASCII eşdeğerleriyle standartlaştırılmış ve noktalama işaretleri temizlenmiştir. Bu tür metin ön işleme adımları, metin madenciliği sürecinin etkinliğini artırmakta ve makine öğrenimi algoritmalarının daha iyi performans göstermesine yardımcı olmaktadır (Jadhav & ark., 2023). Türkçe için hazırlanmış özel durak sözcük (stop-word) listesi kullanılarak, anlam taşımayan kelimeler metinlerden ayıklanmıştır; bu adım, metin analizi sürecinde gereksiz bilgilerin filtrelenmesine yardımcı olur ve analiz sonuçlarının doğruluğunu artırır (Alshanik & ark., 2020). Elde edilen bu temizlik işlemleri sonucunda App Store'dan 491 ve Google Play'den 7679 yorum, analiz için temizlenmiş olarak kabul edilmiştir.

Metin Madenciliği Süreci

Metin madenciliği süreci, erken dönem kullanıcı yorumlarını analiz etmek amacıyla kelime frekansı analizi üzerine odaklanmıştır. Bu aşamada kullanıcı yorumları ön işleme tabi tutulmuş, kelimeler boşluk ayracı ile token'lara ayrılmış ve durak sözcüklerden arındırılmıştır. Bu işlem en yaygın kullanılan terimleri belirleyerek kullanıcıların hangi konulara odaklandığını anlamaya yardımcı olmaktadır (Cheng & Jin, 2019; Munasinghe & ark., 2023). Ayrıca elde edilen verilerle terim frekansı tabloları oluşturulmuş, kullanıcıların ortak sorun alanları ve beklentileri belirlenmiştir. Benzer şekilde diğer çalışmalar metin madenciliğini kullanıcı deneyimini analiz etmek ve önemli temaları belirlemek için etkili bir yöntem olarak kullanmaktadır (Cao, Yang & Yang, 2023).

Görselleştirme amacıyla kelime bulutu (word cloud) kullanımları, kullanıcıların sıkça dile getirdikleri kavramların hızlı bir şekilde anlaşılmasına olanak tanımaktadır (Baj-Rogowska & Sikorski, 2023; Wang & Yun, 2020). Çalışma kapsamında Google Play ve App Store üzerinden elde edilen tüm kullanıcı yorumları ayrı ayrı işlenmiş ve bu yorumlara dayalı kelime bulutları hazırlanmıştır. Böylece her iki platformda öne çıkan kavramlar görselleştirilerek kullanıcıların en fazla üzerinde durdukları konular kolaylıkla belirlenmiştir.

Analiz Ortamı ve Kullanılan Araçlar

Tüm analiz süreçleri, Google Colab ortamında Python programlama dili ile gerçekleştirilmiştir. Python veri madenciliği ve makine öğrenimi gibi farklı alanlarda

yaygın olarak kullanılan bir dil olup bu bağlamda veri toplama aşamasında “go-ogleplayscraper” ve “requests” kütüphaneleri kullanılmıştır. Python’un veri işleme yetenekleri çok boyutlu dizileri yönetmek için etkili bir yol sunan NumPy ve veri yapıları ile veri analizinde ideal olan Pandas kütüphaneleri ile artırılmaktadır (Al-naasan & ark., 2021). Metin temizleme işlemleri için ise “re” ve “string” modülleri kullanılmıştır. Elde edilen çıktılar Excel formatında saklanmış ve “openpyxl” kütüphanesi ile işlenmiştir. Görselleştirmeler terim frekansı analizleriyle desteklenmiş olup bu süreçte “matplotlib” ve “seaborn” kütüphaneleri tercih edilmiştir.

Python’un bu birçok kütüphanesi veri görselleştirme ve analitik projelerde yaygın bir şekilde kullanılmaktadır ve araştırmalarda kullanıcı yorumlarından derinlemesine içgörüler elde etmek için gerekli araçları sağlar (Kung, Ly & Shiri, 2023; Wan & Liu, 2023).

Etik Hususlar

Çalışmada kullanılan veriler, kamuya açık mobil uygulama mağazalarından elde edilen kullanıcı yorumlarından oluşmaktadır. Kullanıcı verilerinin gizliliği sağlanmış ve herhangi bir kişisel veri analize dahil edilmemiştir. Yalnızca anonim kullanıcı görüşleri üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Araştırma, yalnızca bilimsel amaçlarla yürütülmüş ve veri güvenliği ile etik ilkeleri titizlikle göz önünde bulundurulmuştur.

BULGULAR

Bu bölümde NextSosyal uygulamasının erken dönem kullanıcı yorumlarına ait kelime frekansları tabloları ayrıntılı olarak incelenmektedir. Tablo 1 ve Tablo 2’de her iki platform için en yüksek frekansa sahip ilk 20 kelimeye ilişkin veriler sunulmakta, bu bulgular kullanıcıların uygulamaya yönelik en sık dile getirdikleri kavramları ve temaları görünür kılmaktadır. Öncelikle Google Play Store’da yer alan kullanıcı yorumlarından elde edilen kelime frekansları değerlendirilmiş, ardından App Store kullanıcı yorumlarına ilişkin kelime frekansları incelenmiştir. Bu analizler, kullanıcıların platforma yönelik algılarını, memnuniyet düzeylerini, sosyal etkileşim biçimlerini ve uygulamayı kullanmaya devam edip etmeme kararlarını etkileyen temel temaları ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca her iki platforma ait tüm kelimelerin frekans dağılımları görsel olarak ayrı ayrı Şekil 1 ve Şekil 2’de sunulan kelime bulutları aracılığıyla desteklenmiştir.

Tablo 1. Google Play Store Uygulamalarına Ait Kelime Frekansları

Kelime	f	%
Yerli	1587	15.12
Güzel	1439	13.71
Uygulama	1306	12.44
Milli	1175	11.19
İyi	679	6.47
Sosyal	660	6.29
Harika	497	4.73
Sağlık	477	4.54
Kayıt	420	4.00
Mükemmel	376	3.58
Teşekkürler	364	3.47
Süper	258	2.46
Başarılı	249	2.37
Destek	202	1.92
Bizim	173	1.65
Gurur	166	1.58
Beğendim	130	1.24
Tebrikler	121	1.15
Tavsiye	111	1.06
Tebrik	107	1.02

Tablo 1’de gösterilen kelime frekansları, NextSosyal uygulamasının Google Play Store’daki kullanıcı yorumlarından elde edilen verileri temsil etmektedir. Bu tabloda farklı kelimelerin kullanım sıklığı ve bu kelimelerin kullanıcı deneyimlerinde ne denli önemli bir yer tuttuğu analiz edilecektir.

Yerli (f=1587) kelimesi, kullanıcıların belirttiği en yüksek frekansa sahiptir ve %15.12’lik oranıyla kullanıcı yorumlarının oldukça önemli bir teması haline gelmiştir. Bu durum, NextSosyal uygulamasının yerli bir ürün olarak değerlendirildiğini ve kullanıcıların milli değerlere yakınlık duyduğunu göstermektedir. Yerli kavramı hem uygulamanın geliştirilme sürecinde hem de kullanıcıların uygulama ile kurduğu bağda önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda yerli olmanın sağladığı güven duygusu, kullanıcıların uygulamayı tercih etmelerinde etkili bir faktör olmuştur.

Güzel (f=1439) kelimesi, %13.71 oranıyla ikinci sırada yer almaktadır. Kullanıcılar, uygulamanın estetik ve işlevsellik açısından güzel olduğunu ifade etmişlerdir.

Bu durum, kullanıcı deneyimlerinde görsel unsurların ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Kullanıcıların uygulamanın kullanıcı arayüzü ve kullanıcı deneyimi üzerindeki olumlu değerlendirmeleri, bu frekansın yüksek olmasında belirleyici bir rol oynamıştır.

Uygulama (f=1306) kelimesi ise %12.44'lük orana sahiptir. Bu sonuç, kullanıcıların uygulama ile ilgili görüşlerini dile getirirken en sık kullandıkları temel terimlerden biri olduğunu göstermektedir. Kullanım sıklığı uygulamanın kullanıcılar tarafından sıkça referans alınan bir nesne olduğunu ortaya koymakta, ayrıca kullanıcı yorumlarında uygulamadaki özellikler, işlevsellik ve genel performans hakkında daha fazla bilgi edinme arzusunun yansıtılmaktadır.

Milli (f=1175), kelimesi %11.19'luk bir yüzdeye sahiptir ve kullanıcıların yerli üretim vurgusunu desteklemektedir. Kullanıcıların, uygulamanın milli bir kimliğe sahip olduğunu vurgulaması, yerli maddelerin ve hizmetlerin desteklenmesi noktasında oluşturulan sosyal ve ekonomik bilinçlenmeyi ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım uygulamanın sadece bir sosyal medya platformu olmanın ötesinde, kullanıcılarının kültürel aidiyetiyle bağlantılı olmasına olanak tanımaktadır.

İyi (f=679) kelimesi, %6.47'lik bir sıklık gösterirken kullanıcıların genel memnuniyetini beyan etmektedir. Kullanıcı yorumlarında bu terimin sıkça kullanılması, uygulamanın belirli işlevlerini beğendiklerini; ancak geliştirilmesi gereken alanlar olduğunu da düşündüklerini göstermektedir. Burada memnuniyet düzeyinin yanı sıra kullanıcıların uygulamayı olumsuz ve olumlu noktalarıyla değerlendirerek daha kapsamlı ve derinlemesine bir geri dönüş sağlama arzusu olduğu görülmektedir.

Sosyal (f=660) kelimesi, %6.29'luk orana sahiptir ve bu, NextSosyal uygulamasının sosyal etkileşim alanındaki rolünün önemli olduğunu göstermektedir. Kullanıcılar, uygulamayı daha yakın sosyal ilişkiler kurabilme veya mevcut ilişkilerini daha optimize bir şekilde sürdürebilme aracı olarak değerlendirmektedir. Dolayısıyla sosyal deneyimler üzerinden kurulan ilişkilerin kullanıcıların uygulamaya dair hissettikleriyle doğrudan bir ilişkisi olduğu söylenebilir.

Harika (f=497) kelimesi, %4.73 oranı ile kullanıcıların tasarımsal ve işlevsel öğeleri beğendiğini belirtmektedir. Kullanıcıların yorumlarındaki bu olumlu geri dönüş, ürünün genel imajını pekiştirmektedir. Kullanıcıların harika olarak nitelendirdiği özellikler üzerine düşünmek, gelecekte bu uygulamanın geliştirilmesi-ne dair kullanıcı beklentilerini anlamak açısından da büyük önem taşımaktadır.

Metindeki “sağlık” (f=477; %4,54) kullanımının, içeriksel olarak “sağlık temalı” bir değerlendirmeden ziyade, Türkçe’de yaygın bir takdir ve iyi dilek kalıbı olan “elinize sağlık” ifadesi ile “sağlıklı günlerde kullanın” türü iyi-temenni söylem-

lerinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle “sağlık” sözcüğünün yüksek frekansı, uygulamanın sağlıkla ilişkili bir işlevine atıftan çok, teşekkür, takdir ve nezaket odaklı bir kullanıcı iletişim tarzını yansıtmaktadır. Başka bir deyişle, ilgili kelime kullanıcıların uygulamaya yönelik olumlu duygulanımını ve toplumsal nezaket normlarına uygun biçimde takdir/iyi dilek bildirimlerini görünür kılmakta; bu da erken dönem söyleminde destekleyici topluluk dilinin belirginliğine işaret etmektedir.

Kayıt (f=420) kelimesi, %4.00 oranıyla kullanıcıların platforma katılım süreçlerinin önemini vurgulamaktadır. Kullanıcıların kayıt deneyimleri, uygulamanın kullanılabilirliğine dair ipuçları sunmaktadır; bu da uygulamanın daha fazla kullanıcı deneyimini kolaylaştırarak, memnuniyet yaratan unsurlar arasında yer alması gerektiğini göstermektedir.

Mükemmel (f=376) kelimesi ise %3.58’lik sıklık oranı ile kullanıcıların belirli özellikleri nitelendirirken kullandıkları bir terim olarak karşımıza çıkmaktadır. Olumlu bir geri dönüt olarak kabul edilebilecek bu ifade, kullanıcıların bazı özelliklerin etkileyiciliğinden ve etkinliğinden memnun kaldıklarını yansıtmaktadır. Uygulamanın bu alanlardaki mükemmellik düzeyi ise gelecekteki geliştirilme süreçlerinde dikkatle göz önünde bulundurulması gereken bir parçadır.

Son olarak diğer kelimeler olan Teşekkürler (f=364), Süper (f=258), Başarılı (f=249), Destek (f=202), Bizim (f=173), Gurur (f=166), Beğendim (f=130), Tebrikler (f=121), Tavsiye (f=111) ve Tebrik (f=107) kelimeleri, kullanıcıların uygulama hakkında olumlu, destekleyici ve kültürel bir aidiyet hissettiklerini göstermektedir. Bu kelimelerdeki yüksek frekanslar kullanıcı yorumlarının yanı sıra uygulamanın sosyal ilişkilere ve toplumsal ilişkilere yönelik etkisini anlamaya yönelik tüm bilgilerle birleştirilerek daha geniş bir analiz alanında değerlendirilebilir.

Tablo 2. App Store Uygulamalarına Ait Kelime Frekansları

Kelime	f	%
Yerli	72	11.80
Güzel	64	10.49
Uygulama	64	10.49
Sosyal	55	9.02
Milli	52	8.52
İyi	52	8.52
Başarılı	29	4.75
Teşekkürler	23	3.77

Yeni	21	3.44
Medya	21	3.44
Selçuk	20	3.28
Devam	19	3.11
Sağlık	19	3.11
Takip	19	3.11
Harika	17	2.79
Şifre	14	2.30
Destek	13	2.13
Hata	13	2.13
Kullanışlı	12	1.97
Mükemmel	11	1.80

Tablo 2’de yer alan kelime frekanslarına dayalı olarak, kullanıcı yorumlarının içerdiği kavramların ve temaların ön plana çıktığı durumları ele alacağız. Bu tabloda kullanıcıların NextSosyal uygulamasına ilişkin görüşleri ve deneyimleri hakkında belirli anahtar kelimelerin frekansları ile yüzdelik dağılımları yer almaktadır. İlk olarak en yüksek frekansa sahip olan “Yerli” (f=72; %11.80) kelimesine odaklanmak gerekecektir. Bu terim, kullanıcıların uygulamanın yerel ve milli olma niteliğine yönelik bir değerlendirme yaptıklarını göstermektedir. Yerli uygulama vurgusu kullanıcılarda bir gurur kaynağı hissettirerek, millî değerlere olan bağlılığın öne çıktığını yansıtmaktadır. Özellikle yerli ürünlere yönelik artan bir ilgi ve destek eğilimi, Türkiye’de son yıllarda önemli bir toplumsal hareket olarak ortaya çıkmıştır.

Nitekim, “Güzel” (f=64; %10.49) kelimesi, kullanıcıların uygulamanın görsel ve işlevselliği hakkında pozitif bir algı oluşturduğunu ortaya koymaktadır. GörSELLİĞİN beğeni toplaması, kullanıcıların uygulama deneyiminin genel memnuniyet düzeyi ile ilişkili olduğunu düşündürmektedir. Aynı zamanda “Uygulama” (f=64; %10.49) kelimesinin de aynı frekansa sahip olması, kullanıcıların uygulamanın genel işlevselliği ve performansı hakkında olumlu bir izlenim edindiklerini göstermektedir.

Uygulamanın sosyal özellikleri, “Sosyal” (f=55; %9.02) kelimesi ile belirginleşmektedir. Bu terimin yüksek frekansı, kullanıcıların özellikle sosyal etkileşim ve bağlantı kurma üzerine vurgularda bulunduklarını göstermektedir. Sosyal platformların arttığı günümüzde kullanıcıların sosyo-kültürel etkileşim ihtiyaçlarının karşılanması, uygulamanın tasarımında öncelikli bir unsur haline gelmiştir. Bunun yanı sıra “Millî” (f=52; %8.52) ve “İyi” (f=52; %8.52) kelimeleri kullanıcıların

uygulamanın yerel kaynaklardan yararlandığı ve genel bir memnuniyet sağladığı izlenimini pekiştirmektedir. Tüketicilerin memnuniyetine dair bilgi verirken, “iyi” kelimesinin kullanılması, kullanıcıların beklentilerinin karşılandığına dair bir işaret olarak değerlendirilebilir.

“Başarılı” (f=29; %4.75) kelimesinin varlığı, uygulamanın kullanıcılar tarafından kabul gördüğünü ve olumlu olarak değerlendirildiğini göstermekte olup gelişim süreci sırasında kullanıcılardan alınan geri dönüşlerin başarılı bir şekilde entegre edildiğine dair bir izlenim sunmaktadır. Ayrıca “Teşekkürler” (f=23; %3.77) ifadesinin ön plana çıkması, kullanıcıların uygulama sağlayıcılarına yönelik bir takdir duygusuyla hareket ettiklerinin bir göstergesidir. Bu durum, müşteri ilişkilerinin güçlendirilmesi açısından önemli bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

“Yeni” (f=21; %3.44) ve “Medya” (f=21; %3.44) kelimeleri, uygulamanın sürekli olarak güncellenen ve gelişen bir platform olduğunu vurgulamaktadır. Kullanıcıların “yeni” terimini sıkça kullanması, uygulamanın yenilikçilik anlayışını ve dinamik yapısını yansıtmaktadır. Bunun yanı sıra medyanın entegrasyonu ve kullanımının önemi özellikle sosyal medya platformları üzerinden hızlı bilgi akışını sağlamak açısından kritik bir unsur olarak öne çıktığı sumaktadır. Kullanıcıların “Selçuk” (f=20; %3.28) ifadesini vurgulamaları, belirli bir kişi veya topluluk ile ilişkilendirme yapmakta olduklarını göstermektedir; bu da uygulamanın belirli bir kişiye hitap ettiğine işaret etmektedir.

Kullanıcıların uygulama üzerindeki etkileşimlerinde “Devam” (f=19; %3,11), “Sağlık” (f=19; %3,11) ve “Takip” (f=19; %3,11) gibi terimlerin öne çıkması, uygulamanın sürdürülebilirliği ve kullanıcı bağlılığına ilişkin önemli göstergeler sunmaktadır. Özellikle “sağlık” teriminin varlığı, doğrudan sağlık temalı işlevlerden ziyade, kullanıcıların kültürel olarak sıklıkla kullandığı “elinize sağlık” veya “sağlıklı günlerde kullanın” gibi olumlu ve takdir edici ifadelerden kaynaklanmaktadır. Bu durum, kullanıcıların uygulamaya yönelik memnuniyetlerini yalnızca teknik değerlendirmelerle değil, aynı zamanda iyi dilek ve teşekkür odaklı bir iletişim diliyle de ifade ettiklerini göstermektedir. “Harika” (f=17; %2,79) kavramı ise kullanıcıların genel memnuniyet düzeyini yansıtan güçlü bir gösterge niteliği taşımakta olup, uygulamaya yönelik duygusal bağlılıkların ve olumlu algıların pekiştirildiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 2’deki diğer kelimeler arasında “Şifre” (f=14; %2.30), “Destek” (f=13; %2.13), “Hata” (f=13; %2.13) ve “Kullanışlı” (f=12; %1.97) gibi terimler, uygulamanın kullanıcı deneyimini etkileyen potansiyel sıkıntılara ve sorunlara da işaret etmektedir. Kullanıcıların şifre problemleri ve destek talepleri, uygulama ile etkileşim sürecinde karşılaştıkları zorlukları gözler önüne sererken; aynı zamanda uygulamanın işlevselliğinin ve kullanıcı penceresinin daha da geliştirilmesi gerekti-

ğinin altını çizmektedir. Son olarak “Mükemmel” (f=11; %1.80) kelimesinin varlığı, pek çok kullanıcının genel memnuniyet seviyesinin oldukça yüksek olduğunu ve uygulamanın belirli boyutlarda beklentileri karşıladığını düşündüğünü göstermektedir.

Bu bulgular doğrultusunda, App Store'daki kullanıcı yorumlarına dayanan kelime frekanslarının analizi, NextSosyal uygulaması ile ilgili kullanıcı algılarının ve deneyimlerin çok yönlü bir değerlendirmesine imkân sağlamaktadır. Analiz edilen terimlerin bunları belirginleştirmesinin yanı sıra, kullanıcıların dönüşleri ile uygulamanın gelişim süreçlerine etkisinin de belirlenebilir olduğuna dikkat çekmektedir. Uygulama geliştirme sürecinde kullanıcı geri dönüşlerinin dikkate alınması, kullanıcı memnuniyetinin artırılması ve uygulamanın daha geniş kitlelere ulaşması adına kritik bir adım olacaktır. Dolayısıyla, söz konusu bulgular sadece mevcut kullanım içgörülerini sunmakla kalmayıp, aynı zamanda gelecekteki sürümlere ve iyileştirilerek rehberlik etme potansiyeli taşımaktadır.



Şekil 1. Google Play uygulamasına ait kullanıcı yorumlarının kelime bulutu

Şekil 1’de gösterilen kelime bulutu, Google Play üzerinden elde edilen kullanıcı yorumlarının erken dönem kullanımına ilişkin algıların ve eğilimlerin belirgin göstergelerini sunmaktadır. Özellikle “yerli”, “güzel”, “uygulama”, “milli”, “harika” ve “mükemmel” gibi yüksek frekanslı kavramların ön plana çıkması, kullanıcıların uygulamayı olumlu bir çerçevede değerlendirdiğini göstermektedir. Bu bağlamda yorumlarda hem yerli-millî kimlik vurgusunun öne çıktığı hem de uygulamanın estetik, işlevsellik ve duygusal değerlerle ilişkilendirildiği görülmektedir.

Diğer yandan kelime frekanslarının dağılımı incelendiğinde olumlu kavramların yoğunluğu açıkça seçilmekte; “gurur”, “teşekkürler”, “başarılı”, “süper” gibi des-

tekleyici ifadeler görselde baskın biçimde yer almaktadır. Bununla birlikte, “kayıt”, “giriş”, “şifre”, “kod”, “sunucu” gibi teknik sürece ilişkin kelimelerin de belirginlik kazanması, kullanıcı deneyiminde özellikle erişim ve doğrulama aşamalarında yaşanan zorlukların sıkça dile getirildiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla Şekil 1 yalnızca kullanıcıların olumlu tutumlarını değil, aynı zamanda geliştirme gereksinimi olan kritik noktaları da görsel olarak somutlaştırmaktadır.



Şekil 2. App Store uygulamasına ait kullanıcı yorumlarının kelime bulutu

Şekil 2’de gösterilen kelime bulutu, App Store üzerinden elde edilen kullanıcı yorumlarının erken dönem kullanımına dair önemli eğilimleri ortaya koymaktadır. Görselde özellikle “yerli”, “güzel”, “uygulama”, “olsun”, “sosyal”, “milli” ve “iyi” gibi kelimelerin öne çıkması, kullanıcıların uygulamayı genel olarak olumlu bir çerçevede değerlendirdiklerini göstermektedir. Bu durum, uygulamanın özellikle yerli ve milli kimlik vurgusu ile estetik ve işlevsellik açısından kullanıcılar tarafından desteklendiğini işaret etmektedir. Ayrıca, “başarılı”, “harika”, “gayet” ve “teşekkürler” gibi olumlu geri bildirimler, uygulamanın potansiyeline duyulan güveni yansıtmaktadır.

Bununla birlikte, Şekil 2’de dikkat çeken “giriş”, “kayıt”, “şifre”, “sunucu” ve “hata” gibi teknik terimlerin belirginliği, kullanıcıların özellikle uygulamanın erişim ve doğrulama süreçlerinde çeşitli sorunlarla karşılaştığını göstermektedir. Bu bulgu, uygulamanın erken döneminde teknik altyapı ve kullanıcı deneyimi açısından geliştirilmesi gereken alanlara işaret etmektedir. Dolayısıyla, App Store yorumları hem kullanıcıların destekleyici ve teşvik edici tutumlarını hem de uygulamanın daha sürdürülebilir bir başarı yakalayabilmesi için çözülmesi gereken teknik zorlukları görünür kılmaktadır.



Şekil 3. Google Play ve App Store kullanıcı yorumlarından elde edilen ortak kelimelere ait kelime bulutu

Şekil 3'te gösterilen kelime bulutu her iki platformda da öne çıkan ortak kavramları bir arada sunarak kullanıcı algılarının benzerliklerini ve farklılıklarını görünür kılmaktadır. Görselde en baskın şekilde yer alan “yerli”, “güzel”, “uygulama” ve “milli” kavramları hem Google Play hem de App Store kullanıcılarının uygulamayı yerli-milli kimlik ve estetik/işlevsel memnuniyet çerçevesinde değerlendirdiğini göstermektedir. Bu durum, uygulamanın marka algısının her iki platformda da benzer temalar etrafında şekillendiğini ve kullanıcıların özellikle uygulamanın yerli bir girişim olmasına güçlü vurgu yaptığını ortaya koymaktadır.

Diğer yandan, “kayıt”, “giriş”, “şifre”, “destek” ve “hata” gibi teknik süreçlere ilişkin kavramların hem Google Play hem de App Store yorumlarında ortak şekilde yer bulması, kullanıcıların deneyimlerinin yalnızca memnuniyet odaklı olmadığını; aynı zamanda erişim ve doğrulama süreçlerinde benzer sorunları dile getirdiklerini göstermektedir. Dolayısıyla, ortak kelimeler üzerinden yapılan analiz, kullanıcıların olumlu algılar (ör. “harika”, “başarılı”, “mükemmel”) konusunda büyük ölçüde hemfikir olduklarını, ancak aynı zamanda teknik aksaklıkları da benzer yoğunlukta ifade ettiklerini göstermektedir. Bu bağlamda Şekil 3, iki farklı platformdaki kullanıcıların deneyimlerinin karşılaştırmalı olarak büyük ölçüde örtüştüğünü ve uygulamanın hem güçlü yönleri hem de geliştirilmesi gereken alanlarının ortak bir kullanıcı söylemiyle belirlendiğini ortaya koymaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma, Türkiye’de yeni bir sosyal medya platformu olan NextSosyal’in erken dönem kullanıcı yorumlarını metin madenciliği yöntemleriyle incelemeyi

amaçlayarak sosyal medya kullanıcılarının beklentilerini, sorunlarını ve algılarını anlamaya yönelik önemli bulgular elde etmiştir. Kullanıcıların, uygulamanın yerli ve milli kimliğini, estetik ve işlevselliğini, sosyal etkileşim kabiliyetini yoğun olarak vurguladıkları gözlemlenmiştir. Bu bulgular hem araştırmanın hedeflerini gerçekleştirdiğini hem de sosyal medya platformlarının gelişimi için kritik çıkarımlar sağladığını göstermektedir.

Araştırmada Google Play ve App Store üzerinden toplanan kullanıcı yorumları analiz edilmiştir. Kelime frekansları analizi ve kelime bulutları aracılığıyla elde edilen bulgular, kullanıcı yorumlarının önemli temalarını ortaya koymuştur. Kullanıcıların en sık kullandıkları kelimeler arasında “yerli”, “güzel”, “uygulama” ve “milli” gibi ifadeler, kullanıcıların uygulama etrafında geliştirdikleri duygusal bağların ve sosyal bilinçlenmenin bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Bu noktada, kullanıcıların yerli ürünler üzerinde duydukları gururun ve toplumsal aidiyetin, uygulamanın başarısında nasıl bir rol oynadığına dair derinlemesine bir anlayış geliştirmek mümkündür.

Özellikle “yerli” ve “milli” kavramlarının yüksek frekansları, toplumsal mobilizasyon ve kültürel aidiyetin dijital platformlar üzerindeki etkisini göstermektedir. Güçlü bir yerli ürün algısının, kullanıcıların platforma yönelimlerini nasıl etkilediği araştırma bulgularında önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte, söz konusu kavramların uygulamanın pazarlama stratejileri açısından da kritik bir önemi bulunmaktadır. Kullanıcıların bu tür değerleri ön plana çıkarması, geliştirici ekiplerin tasarım süreçlerinde ve kullanıcı deneyimi iyileştirmelerinde göz önünde bulundurması gereken unsurlar arasında yer almaktadır. Tahmin edilebilir şekilde, kullanıcıların uygulama ile ilgili olumlu geri dönüşleri “güzel”, “harika” ve “mükemmel” gibi ifadelerle ifade edilmiş, bu da kullanıcı memnuniyetini gösteren bir başka bulgu olmuştur. Ancak kullanıcı yorumları arasında “şifre”, “giriş” ve “hata” gibi olumsuz terimlerin de yer alması, teknik sorunların kullanıcı deneyiminde belirgin bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum uygulamanın erken döneminde karşılaşılan zorlukların, kullanıcıların işlevsellik ve erişilebilirlik konusundaki güvenini zedeleyebileceğini göstermektedir. Dolayısıyla geliştirici ekiplerin hızlı bir şekilde bu sorunları ele alması ve kullanıcı geri bildirimlerine cevap vermesi, uygulamanın itibarı üzerinde olumlu bir etki yaratacaktır.

Metin madenciliği yöntemlerinin sosyal medya yorumlarının analizi için sağladığı olanaklar, kullanıcıların duygusal durumlarını belirlemenin yanı sıra, kelime frekans verileri üzerinden eğilimleri ve davranış biçimlerini ortaya koyma ko-

nusunda da değerli sonuçlar elde etmemizi sağlamıştır. Kullanıcı yorumlarından elde edilen bulgular profesyonellerin ve akademik araştırmacıların sosyal medya uygulamalarını daha iyi anlamalarına imkân sunmakta ve geliştirme süreçleri için sağlam bir bilgi temeli oluşturma olanağı sağlamaktadır. Kullanıcı algılarının analizi uygulama geliştiricilerine kritik içgörüler sunarak, mevcut uygulamaların iyileştirilmesi ve piyasada rekabetçi kalmaları için gerekli stratejilerin geliştirilmesine katkıda bulunur. Bu çalışma yöntemiyle elde edilen bulgular, sadece Next-Sosyal özelinde sınırlı kalmamalı, aynı zamanda yerel ve uluslararası düzeydeki diğer sosyal medya uygulamalarının analizinde de bir çerçeve sunma potansiyeli taşımaktadır. Gelecekteki yenilikçi uygulamaların gelişim süreçlerine yön verebilmek için sosyal medya platformlarının kullanıcı iletişimlerini geliştirmeye ve kullanıcı memnuniyetini artırmaya yönelik daha kapsamlı araştırmalar yapılması gerekmektedir.

Sonuç olarak bu çalışmanın gerçekleştirdiği analizler, sosyal medya platformları üzerindeki kullanıcı algılarının ve deneyimlerinin yalnızca mevcut durumu yansıtmakla kalmayıp, aynı zamanda gelecekteki yeniden tasarım ve güncellemeleri de etkileyen önemli bir bilgi kaynağı oluşturduğunu göstermektedir. Kullanıcıların memnuniyetini artırmaya yönelik atılacak adımlar, hem alanda daha geniş bir literatüre katkı sağlayacak hem de genç sosyal medya platformlarının sürdürülebilir gelişimlerine zemin hazırlayacaktır. Gelecek araştırmalar, yanıtlanması gereken pek çok soruyu barındırmakta ve özellikle kullanıcı deneyimlerini geliştirecek stratejilerin belirlenmesi noktasında derinlemesine verilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda, metin madenciliği yöntemlerinin sosyal medya kullanıcı yorumları üzerindeki etkisi yalnızca veri analizi ile sınırlı kalmayıp, kullanıcı deneyimlerini derinlemesine anlamaya ve sosyal medya platformları için en iyi uygulamaları geliştirmeye yönelik önemli bir adım teşkil etmektedir. Böylece sosyal medya ekosisteminin gelişimi için sağlam bir zemin sağlanmış olacaktır.

Bu çalışma, önümüzdeki araştırmaların temelini oluşturma açısından da önemli bir rol oynamaktadır; bu bağlamda kullanıcı yorumları üzerinden elde edilen veriler, sosyal medya uygulamalarının gelecekteki gelişim süreçlerinde stratejik yönelimler belirlemeye katkıda bulunacak temel referans noktalarıdır. Her ne kadar bu çalışma nihai bulgular sunmuş olsa da alanın genişliği içinde yer alan değişkenlerin etkilerinin daha kapsamlı bir biçimde irdelenmesi, sosyal medya uygulamalarının daha etkili gelişim süreçleri için temel teşkil edecektir.

KAYNAKLAR

- Akyıldız, S., & Yılmaz, K. (2020). Sosyal medya konulu araştırmaların bilim haritalama tekniği ile bibliyometrik analizi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(28), 1–1. <https://doi.org/10.26466/opus.680835>
- Alnaasan, N., Jain, A., Shafi, A., Subramoni, H., & Panda, D. K. (2021). Omb-py: python micro-benchmarks for evaluating performance of mpi libraries on hpc systems. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2110.10659>
- Alshanik, F., Apon, A., Herzog, A., Safro, I., & Sybrandt, J. (2020). Accelerating text mining using domain-specific stop word lists. *2020 IEEE International Conference on Big Data (Big Data)*, 2639–2648. <https://doi.org/10.1109/bigdata50022.2020.9378226>
- Baj-Rogowska, A., & Sikorski, M. (2023). Exploring the usability and user experience of social media apps through a text mining approach. *Engineering Management in Production and Services*, 15(1), 86–105. <https://doi.org/10.2478/emj-2023-0007>
- Bilir, F. P., Ergeç, N. E., & Yıldırım, A. (2019). Beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım pratikleri. *NWSA Academic Journals*, 14(1), 12–21. <https://doi.org/10.12739/nwsa.2019.14.1.2b0118>
- Cao, W., Yang, X., & Yang, Y. (2023). A large-scale reviews-driven multi-criteria product ranking approach based on user credibility and division mechanism. *Mathematics*, 11(13), 2952. <https://doi.org/10.3390/math11132952>
- Ceylan, İ., & Güler, Y. E. (2022). Hatay Mustafa Kemal üniversitesi beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin spor yapma değişkenine göre sosyal medya kullanım amaçları ve bağımlılığının incelenmesi. *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 32–42. <https://doi.org/10.52272/srad.1147286>
- Cheng, M., & Jin, X. (2019). What do airbnb users care about? an analysis of online review comments. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 58–70. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.04.004>
- Çağlayan, S. (2024). Kadına yönelik şiddet olaylarında gösterişçi duyarlılık: Eleştirel perspektiften sosyal medya üzerine bir analiz. *TRT Akademi*, 09(20), 172–203. <https://doi.org/10.37679/trta.1408109>
- Fener, E., & Aydıntuğ, N. (2019). Sağlıkta şiddet nedenlerinin toplum bakış açısıyla değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal of International Social Research*, 12(62), 1272–1282. <https://doi.org/10.17719/jisr.2016.1429>
- Gedik, H. (2023). Sosyal medya kullanımı, sosyal medya karşılaştırma ve sosyal medya takibi materyalizm ile ilişkili midir? S-O-R teorisi çerçevesinden bir keşif. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11), 127–168. <https://doi.org/10.54557/karataysad.1363908>
- Gorvankolla, A. K., & S., R. B. (2017). Application of text mining in effective document analysis: advantages, challenges, techniques and tools. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*, 6(4). Retrieved from <https://www.ijert.org/application-of-text-mining-in-effective-document-analysis-advantages-challenges-techniques-and-tools>
- Güçlü, D. M., & Çulha, Ü. M. (2025). Bilinçli farkındalık ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisi. *TAM Akademi Dergisi*. <https://doi.org/10.58239/tamde.2024.01.004.x>
- Jadhav, A. B., Jagtap, P., Gurav, S., Jadhav, S., Jadhav, N., & Akkalkot, A. (2023). A survey on text mining - techniques, application. *International Journal of Scientific Research in Computer Science, Engineering and Information Technology*, 338–343. <https://doi.org/10.32628/cseit2390391>
- Karataş, E. (2022). Stratejik iletişim aracı olarak müzelerde Instagram kullanım analizi: Troya Müzesi örneği. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 62(1), 815–841. <https://doi.org/10.33171/dtcfjournal.2022.62.1.33>
- Khder, M. A. (2021). Web scraping or web crawling: state of art, techniques, approaches and application. *International Journal of Advances in Soft Computing and Its Applications*, 13(3), 144–168. Retrieved from <https://www.i-csrs.org/Volumes/ijasca/2021.3.11.pdf>
- Kung, J. Y., Ly, K., & Shiri, A. (2023). Text mining applications to support health library practice: a

- case study on marijuana legalization twitter analytics. *Health Information & Libraries Journal*, 41(1), 53-63. <https://doi.org/10.1111/hir.12473>
- Kunilovskaya, M., & Plum, A. (2021). Text preprocessing and its implications in a digital humanities project. *Proceedings of the Student Research Workshop Associated With RANLP 2021*, 85-93. https://doi.org/10.26615/issn.2603-2821.2021_013
- Munasinghe, L. M., Gunawardhana, T., Wickramaarachchi, N., & Ariyawansa, R. G. (2023). Peer-to-peer accommodation user experience: evidence from sri lanka. *Sage Open*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/21582440231199324>
- Özmen, S., & Kocakaya, K. (2024). Sağlık yönetimi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının kararlık kişilik özellikleri üzerine etkisi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (35), 146-159. <https://doi.org/10.54600/igdirsosbilder.1314855>
- Subaşı, S. T. (2021). Katılımcı kültür tartışmaları bağlamında YouTube: Eleştirel bir değerlendirme. *Mediaj*. <https://doi.org/10.33464/mediaj.930303>
- Tam, M. S., (2020). Sosyal medya etkileyicilerinin kanaat önderliği rolü. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(2), 1325-1351. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.726057>
- Wan, F., & Liu, Y. (2023). Clustering mining algorithm of internet of things database based on python language. *Computing and Informatics*, 42(5), 1136-1157. https://doi.org/10.31577/cai_2023_5_1136
- Wang, C., & Yun, M. H. (2020). Cross-cultural difference in product preference in consumer review-based text mining methods: a case study on smart band. *Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting*, 64(1), 1383-1387. <https://doi.org/10.1177/1071181320641330>
- Yapraklı, Ş., & Mutlu, M. (2020). Sosyal medyanın impulsif satın almaya etkisi. *Pamukkale University Journal of Social Sciences Institute*. <https://doi.org/10.30794/pausbed.685921>
- Yılmaz, N., Sarı, B., & Öke, P. (2022). Algılanan sosyal destek düzeyinin okul dışı sosyal medya davranışları üzerine etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 13(34), 440-453. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.954245>