

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

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. *Karataş 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>