



2026, 15 (2), 1814-1833 | Araştırma Makalesi

İletişim Alanında Yapılan Duygu Analizi Çalışmalarının Duygulanımsal Dönüş Bağlamında Değerlendirilmesi: Yönelimler ve Sınırlar

Can Cengiz ¹

Öz

Bir yöntem olarak duygu analizi, özellikle konu ile ilgili ortaya konulan erken dönem çalışmalar bağlamında şirketlerin veya siyasal adayların müşteri ya da seçmenler tarafından nasıl algılandıklarının ölçülmesine yönelik olmuştur. Sosyal ve beşeri bilimler alanındaki yeni yönelimler ile ortaya konulan akademik çalışmalar duygu analizinin yöneldiği alanları da genişletmiştir. Günümüzde duygu analizi siyaset biliminden sportif faaliyet ya da öznelere, mültecilerden toplumsal cinsiyete kadar uzanan geniş bir alanda ve birçok farklı konu başlığını içerecek biçimde uygulanmaktadır. Siyasal kişi ya da kurumların ve kâr amaçlı ticari örgütlenmelerin çıkar ve beklentilerinin ötesinde, toplumsal fenomenlerin analizine yönelen güncel akademik çalışmalar kuramsal olarak farklı bir çerçeveye sahip gözükmemektedir. Özellikle 2000'li yılların başlarında ortaya çıkan ve kendisine özgü bir literatür de yaratan 'duygulanımsal dönüş' tartışmaları/kavramsallaştırması söz konusu kuramsal çerçeveye olası katkıları açısından incelenmeye değerdir.

Duygu analizi ve 'duygulanımsal dönüş' paradigması bireyleri olduğu kadar toplumsal süreç ve olguları da duygu ve duygulanımlar aracılığıyla anlamayı hedeflemektedir. Çalışmamız mevcut akademik literatürden hareketle iletişim çalışmalarında duygu analizinin nasıl kullanıldığını, duygunun nasıl tanımlandığı, hangi alanları/sorunları kapsadığını, veri toplama ve analizi aşamalarında hangi araçların kullanıldığını, bu alanda var olan kuramsal ve metodolojik sorunlar ışığında ortaya koyacaktır. Bu araştırma, betimsel bibliyometrik tarama ve betimsel içerik analizi ile desteklenen eleştirel bir literatür değerlendirmesi olarak tasarlanmıştır. Bu çerçevede Web of Science'da 'sentiment analysis (duygu analizi)' anahtar kelimesini kullanan ve iletişim alt alanında indekslenen, en çok atıf alan 20 makale incelenmiştir. Çalışmamız özellikle duygu analizi çalışmalarının içerdiği sınırlılıklar üzerinde yoğunlaşacak ve 'duygulanımsal dönüş' yaklaşımından hareketle akademik çalışmaların mevcut yönelimlerini eleştirel bir bakış açısıyla analiz edecektir.

Anahtar Kelimeler: Duygu Analizi, Duygulanımsal Dönüş, Web of Science, Yeni Medya, Sosyal Medya

Cengiz, C. (2026). İletişim Alanında Yapılan Duygu Analizi Çalışmalarının Duygulanımsal Dönüş Bağlamında Değerlendirilmesi: Yönelimler ve Sınırlar. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 1814-1833. <https://izlik.org/JA72MY45YU> <https://doi.org/10.15869/itobiad.1636279>

Geliş Tarihi	09.02.2025
Kabul Tarihi	28.06.2026
Yayın Tarihi	30.06.2026
*Bu CC BY-NC lisansı altında açık erişimli bir makaledir.	



2026, 15 (2), 1814-1833 | Research Article

Evaluation of Sentiment Analysis Studies in the Field of Communication within the Context of the Affective Turn: Orientations and Limitations

Can Cengiz ¹

Abstract

As a method, sentiment analysis has primarily been utilized to measure how companies or political candidates are perceived by customers or voters, particularly in the context of early studies on the subject. With new trends emerging in the social and human sciences, academic research has expanded the scope of sentiment analysis. Today, sentiment analysis is applied across a wide range of fields, from political science to sports activities, and from refugee studies to gender issues, encompassing numerous topics. Contemporary academic studies that focus on the analysis of social phenomena, beyond the interests and expectations of political figures, institutions, or profit-oriented commercial organizations, appear to adopt a distinct theoretical framework.

Notably, the discussions and conceptualizations surrounding the 'affective turn,' which emerged in the early 2000s and developed its own literature, merit examination in terms of their potential contributions to this theoretical framework. Both sentiment analysis as a method and the 'affective turn' paradigm aim to understand not only individuals but also social processes and phenomena through emotions and affective experiences. Drawing on the existing academic literature, this study explores how sentiment analysis is employed in communication studies, how emotions are defined, which domains and issues are encompassed, what tools are used in data collection and analysis, and the theoretical and methodological challenges present in this field. To achieve this, the study examines the 20 most-cited articles indexed under the communication subfield in Web of Science that use the keyword 'sentiment analysis.' This research particularly focuses on the limitations of sentiment analysis studies and critically examines the current orientations of academic research through the lens of the "affective turn" approach.

Keywords: Sentiment Analysis, Affective Turn, Web of Science, New Media, Social Media

Cengiz, C. (2024). Evaluation of Sentiment Analysis Studies in the Field of Communication within the Context of the Affective Turn: Orientations and Limitations, *Journal of the Human and Social Science Researches*, 15(2), 1814-1833. <https://izlik.org/JA72MY45YU> <https://doi.org/10.15869/itobiad.1636279>

Date of Submission	09.02.2025
Date of Acceptance	28.06.2026
Date of Publication	30.06.2026
*This is an open access article under the CC BY-NC license.	

Giriş

Sosyal ve beşeri bilimlerin tarihsel gelişiminde, zihinsel süreç ya da söylem dışında bir nesnel gerçekliğin verili olduğunun kabulü ve söz konusu gerçekliğin 'kendinde' nasıl bir 'öz'e sahip olduğu yönündeki arayışların yerini, gerçekliğin nasıl algılandığı ve hatta nasıl inşa edildiğine yönelik fenomenolojik ya da yorumsamacı eğilimler almaktadır. Özellikle içerisinde bulunduğumuz yüzyılın başlarından itibaren dijitalleşme gibi teknik gelişmeler ya da post-truth benzeri siyasal/ideolojik kavramsallaştırmalar, nesnel gerçeklik iddiası yerine alımlamanın merkeze yerleştirdiği kuramsal yaklaşımları egemen kılmaktadır. Nitekim iletişim çalışmaları da dâhil olmak üzere akademik literatürde duygu ve duygulanım konularına ilgi giderek artmaktadır (Demir, 2023, s. 223) Bu çerçevede duygusal yaşam ve tepkilerin çözülmesi, bireylerin ve grupların dünyaya bakışlarını kavramak açısından merkezi bir önem taşımaktadır (Solomon, 1978, s. 187).

Duygular, bir yandan bedeninin otonom ve fizyolojik tepkilerini (duygulanım), diğer yandan da bireyin bu tepkilere yüklediği kişisel ve bilinçli anlamları (iç dünya) kapsayan çok katmanlı ve karmaşık bir köprü işlevi görür (Leys, 2011, s. 441). İlk boyutta duygu/his sahibinin fizyolojik temelde bedensel aktivitesine vurgu yapılmaktayken, ikinci boyutta ise kişinin zihnine, 'iç dünyası'na yoğunlaştığı görülmektedir. Duygular bağlamında ortaya çıkan ikilik, kartezyen düşüncenin sınırlarını çizdiği ruh-beden, özne-nesne, düşünen-düşünülen vb. ikiliklerin bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren modernist-kartezyen düşünceye yöneltilen eleştiriler söz konusu ikilikleri 'aşma'ya yoğunlaşırken, yapısalcılık ve ardından post-yapısalcılık gibi kuramsal yönelimler ışığında 'gerçek', dilsel bir varlık olarak ve dil/söylem içinde tanımlanmıştır. Bir yöntem olarak duygu analizini çerçeveleyen en önemli çıkış noktalarından birini, dili odağına yerleştiren bu paradigma ya da tarihsel olarak değişime/dönüşüme atıfta bulunan isimlendirmesi ile 'dile/dilsel dönüş' oluşturmaktadır. Nitekim günümüzde duygu analizi yapan araştırmacılar açısından duygu, çoğunlukla, insan dilinde aktarılan ve kendisini metin içerisinde/biçiminde gösteren bir bilgi türü olarak ele alınmaktadır (Tian, Lai ve Moore, 2018, s. 40).

Metin merkezli duygu analizi çalışmaları bağlamında duyguların iki farklı biçimde ele alındığı görülmektedir. İlk bakış açısı, duyguları herhangi bir metnin okuyucusu/alımlayıcısı üzerinde bıraktığı etkiler olarak tanımlamaktadır. Okuyucunun okuduğunu nasıl algıladığı şeklinde özetlenebilecek bu ilk yaklaşımın yanı sıra ikinci bir yaklaşım ise kişinin duygularını hangi biçimlerde kodladığı ve aktardığı yönündedir (Mehta ve Pandya, 2020, s. 601). Dijital teknolojilerin ve özellikle sosyal medyanın egemen iletişim mecraları haline geldiğini, hemen hemen her bireyin üre-tüketici olarak tanımlandığını göz önünde bulundurduğumuzda duygu analizinin metinlere ve özellikle de sözcüklere yoğunlaşması şaşırtıcı değildir. Dijital platformlarda biriken duygusal ifadelerin veri setleri olarak işlenmesi, duygu analizinin bir tür veri madenciliği pratiği olarak değerlendirilmesini de beraberinde getirmektedir. (Nasukawa ve Yi, 2003).

Sosyal medya platformlarının hızla yaygınlaşması, forumlar, bloglar, kullanıcı yorumları, Twitter (X) ve diğer ağlarla birlikte analiz edilecek veri havuzunun sürekli genişlemesini sağlamaktadır. En basit uygulamasıyla duygu analizi, bu içeriklerin/verilerin olumlu, olumsuz veya nötr kategorilere ayrılmasını amaçlayan bir süreçtir. Genel anlamda duygu analizi, bir ifadenin (örneğin, bir film yorumu, bir birey,

siyasi bir parti, bir politika ya da bir ürün özelliği üzerine yapılan değerlendirme) olumlu ya da olumsuz nitelikte olup olmadığını tespit etmeyi hedeflemektedir (Mehta ve Pandya, 2020, s. 601).

Duygulara ve duyguların analizine yönelik artan popülerlik ve talep özellikle bireylerin, işletmelerin ve hükümetlerin ürünler, politik gündemler veya pazarlama kampanyaları hakkındaki görüşlerini anlama konusundaki ilgisinden kaynaklanmaktadır. Kamuoyunun fikir ve duyguları, aynı zamanda piyasa eğilimlerini de etkilemekte, bu da duygu analizini finansal tahmin ve stratejiler açısından önemli bir araç haline getirmektedir. Ayrıca, eğitim ve sağlık sektörleri, öğrencilerin veya danışanların davranışlarının değerlendirilmesinde duygu analizinden yararlanmaktadır. Bu yönüyle duygu analizi hem akademik hem de pratik birçok alanda değerli bir araç haline gelmiştir (Poria, Hazarika, Majumder ve Mihalcea, 2023, s. 1).

Duygu analizi çalışmalarının makine öğrenmesi, dijital programlama ve çeşitli yazılımların sağladığı kütüphanelerin ya da sözlüklerin kullanımı vb. gibi teknik araçların yardımıyla yürütüldüğü görülmektedir. Diğer taraftan sosyal medyanın bir araç olarak belirleyiciliği ve incelenen içeriğin ana temasını oluşturan duygu/duygulanımın kuramsal bağlamları yeterince ele alınmamaktadır. Bu çalışma, duygu analizinin akademik amaçlarla kullanımında karşılaşılan teknik kısıtlamaların yanı sıra, duygu ve duygulanımın bedenle ilişkisinden, tarihsel bağlamından ve toplumsal içeriğinden soyutlanması sorununa odaklanmaktadır. Bu bağlamda, ilk olarak duygulanımsal dönüşüm sunduğu kuramsal perspektif tartışılacak; ardından bu perspektifin iletişim alanındaki duygu analizi çalışmalarının metodolojik ve epistemolojik sınırlarını değerlendirmeye nasıl katkı sağlayabileceği irdelenecektir.

Yöntem

Çalışma iki aşamalı bir araştırma deseni üzerine kurulmuştur. İlk aşamada, Web of Science veri tabanında "sentiment analysis" anahtar kelimesiyle yapılan tarama sonucunda elde edilen yayınların genel dağılımı incelenmiş, sonuçlar Web of Science kategorileri içinde "communication" alanı ile sınırlandırılmıştır. Bu aşamada yayın yılı, dil, ülke, yayın türü ve iletişim alanındaki yoğunlaşma gibi temel bibliyometrik göstergeler dikkate alınmıştır. Nitekim araştırma, Web of Science verilerine dayalı betimsel bibliyometrik analiz ile atıf etkisi yüksek çalışmaların yapılandırılmış nitel değerlendirmesini birleştiren bir araştırma deseni üzerine kurulmuştur. Bibliyometrik analiz, belirli bir araştırma alanındaki yayınların niceliksel gelişimini, akademik görünürlük düzeyini, konu yoğunlaşmalarını ve dilsel/coğrafi dağılımını ortaya koymaya imkân tanıdığı için tercih edilmiştir.

Çalışmada kullanılan bibliyometrik teknikler betimsel niteliktedir. Bu kapsamda yıllara göre yayın dağılımı, yayın dili dağılımı, ülke dağılımı, yayın türü dağılımı, anahtar kelime yoğunlukları, anahtar kelime ilişkileri ve atıf sıralaması değerlendirilmiştir. Bu çalışma, ortak-yazarlık veya ortak-atıf gibi ileri düzey bibliyometrik ağ analizleri yürütme iddiası taşımamakta; iletişim alanında duygu analizi çalışmalarının genel görünümünü ortaya koymayı ve seçilen makaleler üzerinden yöntemsel/kuramsal sınırlılıkları tartışmayı amaçlamaktadır. 15.01.2025 – 20.01.2025 tarihleri arasında gerçekleştirilen taramada örneklemin belirlenmesinde atıf sayısı temel seçim ölçütü olarak kullanılmıştır. Sonuçlar Web of Science üzerindeki atıf sayılarına göre sıralanmış ve en çok atıf alan ilk 20 makale ayrıntılı değerlendirmeye dâhil edilmiştir. Bu tercih,

iletişim alanında duygu analizi etrafında en görünür ve literatürde dolaşımı en yüksek çalışmaların yöntemsel ve kuramsal yönelimlerini incelemeye imkân sağlamaktadır.

İkinci aşamada ise iletişim alt alanında indekslenen ve en çok atıf alan 20 makale; konu başlıkları, veri kaynakları, veri toplama araçları, veri işleme ve analiz yöntemleri, kullanılan yazılım/sözlük/kütüphaneler ve duygu/duygulanım kavrayışları açısından analiz edilmiştir. Bu kategoriler aracılığıyla çalışmaların yalnızca teknik özellikleri değil, duygu analizini iletişim alanında nasıl konumlandıkları da incelenmiştir. Özellikle Twitter/X, YouTube, Facebook, Reddit ve haber siteleri gibi veri kaynaklarının kullanımı; VADER, TextBlob, SentiStrength, LIWC ve benzeri araçların tercih edilme biçimleri; ayrıca duygu analizinin çoğunlukla metinsel kutupsallık üzerinden yürütülmesinin yarattığı sınırlılıklar dikkate alınmıştır.

Bu araştırma deseni, çalışmanın temel amacına uygun olarak yalnızca duygu analizi literatürünün nicel büyümesini ortaya koymayı değil, aynı zamanda iletişim çalışmaları içinde duygu analizinin hangi kuramsal ve metodolojik sınırlılıklar içinde kullanıldığını tartışmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda çalışma, duygu analizini yalnızca teknik bir metin sınıflandırma yöntemi olarak değil, duyguların ve duygulanımların iletişimsel, toplumsal ve kültürel olarak nasıl kavrandığını gösteren bir kuramsal çerçeve olarak da ele almaktadır.

Çalışmanın amacı alanın tüm üretimini eksiksiz biçimde temsil etmek değil, iletişim alanında duygu analizi etrafında en görünür ve atıf etkisi en yüksek çalışmalarda yönelimleri incelemektir. Mevcut literatürde duygu analizi çoğunlukla veri toplama araçları, doğal dil işleme teknikleri, sözlük tabanlı sınıflandırmalar ve makine öğrenmesi yöntemleri bağlamında tartışılmakta; buna karşılık duygunun toplumsal, tarihsel, bedensel ve ilişkisel boyutları sınırlı biçimde ele alınmaktadır. Çalışma, söz konusu boşluktan hareketle, iletişim alanında duygu analizi kullanan çalışmaların hangi konulara, platformlara, veri kaynaklarına ve analiz araçlarına yöneldiğini ortaya koymakta; aynı zamanda bu yönelimleri ‘duygulanımsal dönüş’ perspektifinden eleştirel olarak değerlendirmektedir.

Çalışmanın amaçları ve araştırma deseni bağlamında üç araştırma sorusu ortaya konulmuştur:

1. Web of Science’da iletişim alanında indekslenen ve “sentiment analysis” anahtar kelimesini kullanan çalışmaların yıllara, dillere ve temel bibliyometrik göstergelere göre genel görünümü nasıldır?
2. En çok atıf alan 20 makale hangi konu alanlarını, veri kaynaklarını, platformları, veri toplama araçlarını ve analiz yöntemlerini öncelemektedir?
3. Bu çalışmalar duygu/duygulanım olgusunu hangi kuramsal ve metodolojik sınırlar içinde ele almakta; ‘duygulanımsal dönüş’ perspektifi bu sınırlara nasıl bir eleştirel katkı sunmaktadır?

1. Duygu, Duygu Analizi ve Duygulanımsal Dönüş

Sosyal bilimlerde duygulanımsal dönüş olarak adlandırılan yönelim, duygulanım ile duygu arasındaki sınırların kuramsal olarak geçirgen olması nedeniyle belirsizlik taşımaktadır. Bu iki biçim örtüşebilir ve birbirini dışlamaz, ancak diğer taraftan kimi belirgin farklılıkları da bulunmaktadır. Duygulanım, insan hissiyatının daha bedensel,

biçimlenmemiş ve bilinçdışı boyutunu ifade ederken duygu, daha bilinçli olan ve dil ile anlam üzerinden kökleşmiş hisleri ifade eder. Örneğin, kaygı gibi bir duygulanım bedensel bir şekilde hissedilirken, kıskançlık gibi bir duygu; anlam, odak ve bilinç uyandıran nesnelere (örneğin bir sevgili ya da bir rakip) yöneliktir (Hoggett ve Thompson, 2010, s. 3).

19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başı itibari ile öncelikle matematik ve mantık ilişkisi bağlamında felsefede yaşanan gelişmeler, sosyal ve beşeri bilim ve yaklaşımlarda dil merkezli düşüncenin de önünü açmıştır. İlk olarak, 1980'li yıllarda dil, anlam ve söyleme olan ilginin güç kazandığı, sosyal bilimlerde 'söylemsel/dilsel dönüş' olarak adlandırılan sürecin başat hale geldiği görülmektedir. Bu paradigma dönüşümü, zihnin dışında nesnel, kendinde, verili gerçeklik anlayışının yerine, yorumlanabilir ve inşa edilen fenomenleri koymuş, bu fenomenlerin inşa mekanı olarak dil ve dilin kullanımı öncelik kazanmıştır. Dilsel/dile dönüşün bir süreç olarak tanımlanmasının sebebi, bilginin dilin etkisi altında 'zaman'la oluşmasından ve söz konusu paradigmanın yerleşik hale gelmesinin tarihselliğinden kaynaklanmaktadır.

Daha yakın dönemde ise, 'duygulanımsal dönüş' olarak adlandırılan eğilim, sosyal bilimlerde yeni bir ilgi odağı haline gelmiştir (Hoggett ve Thompson, 2010, s. 1). Duygulanımsal dönüş dil ve beden arasındaki ilişkilere yoğunlaşarak, bedenin tüm öğeleri ile beraber toplumsal etkileşimi üzerinde yoğunlaşan yeni bir akademik çerçeveye işaret etmektedir. Bu bakış açısına göre duygulanım dilde hiçbir zaman tam olarak gerçekleşmez, çünkü her zaman bilincin öncesinde veya dışındadır. Hatta bedenin dilde tam olarak yakalanamayan kendine özgü bir grameri bulunmaktadır (Leys, 2011, s. 442). Duygulanımsal dönüşün dikkati; toplumsal ilişki ve anlamları oluşturan/inşa eden değişimleri anlamak ve bu değişimleri bireylerde, bedenlerde ve dolayısıyla çeşitli boyutları ile öznelliklerde ifade bulan, ancak bireysel, kişisel ya da psikolojik olanla sınırlı olmayan biçimlerde keşfetmek için yeni bir teori ve yöneme odaklanmıştır. Bu sınırları aşma eğilimi, duygulanımsal dönüş paradigmasının vurguladığı düşünce değişiminin bilgi/iletişim sistemlerinde (insan bedeni dâhil olmak üzere), arşivleme sistemlerinde (tüm medya teknolojileri ve insan hafızası dahil), sermaye akışlarında (insan emeği ve teknoloji yoluyla değer dolaşımı dahil) ve disiplin, gözetim ve kontrol ağlarını içeren biyo-politik yapılarda tespit edilebileceğini varsaymaktadır (Clough, 2007, s. 3).

Disiplinler arası yaklaşımlar sayesinde, araştırmacılar kendi uzmanlık alanlarındaki bilgi birikimlerini farklı disiplinlerde tartışılan konulara yeni bakış açıları sunmak için kullanmış ve bu durum, bilim üretiminde yeni bir paradigmanın ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu dönüşüm süreci, gelişmekte olan bilim dallarında hangi modellerin ve yöntemlerin kullanılacağı ve hangi kavramların tercih edileceği gibi konularda çeşitli görüş ayrılıklarının doğmasına neden olabilmektedir (Maman ve San, 2020, s. 232). Dünyayı anlama biçimlerimiz ve akademik yaklaşımlarımızın değişiminin izleri, dilin/metnin ve duyguların/duygulanımın merkezi bir önem taşımaya başlamasında da takip edilebilir.

İnsan bedenini, bir dizi kartezyen ikiliği aşan ve bağımsız gibi görünen unsurların ilişkiselliği içinde anlam kazanan bir mecra olarak tanımlayan duygulanımsalcı teorilerin en önemli temsilcileri ise kadın ve bedeni ile ilgili araştırmalar yürüten teorisyenlerdir. Başta feminist literatür olmak üzere sosyal bilimlerde ortaya konulan çalışmalar giderek artan bir şekilde 'duygulanımsal dönüş' yaklaşımını benimsemekte ve 'duygular'dan

farklı olarak 'duygulanım' kavramına yönelmektedir (Seigworth ve Gregg, 2010, s. 7). Duygulanımı bir metodoloji olarak ele alan feminist bilgi ve analizler, cinsiyetle ilgili olsun ya da olmasın, statükoyu değiştirmeyi hedefleyen eleştirel girişimler için bir kaynak olmuşlardır (Åhäll, 2018, s. 50). Söz konusu yönelimin, genel olarak sosyal bilimlerde özelde ise iletişim araştırmalarında yürütülen duygu analizi çalışmalarına da yeni bir perspektif kazandırması mümkündür.

Duygular kamusal hale geldiğinde, son derece güçlü belirleyicilere dönüşebilirler. Hatta bazı durumlarda, duygu yoğun topluluklar veya ağlar, yalnızca kitle iletişim araçları aracılığıyla değil, aynı zamanda diaspora ve diğer ağlar yoluyla da küresel boyutlara ulaşabilir. Bu tür duygusal yönlendirmeler, kolektif duyguların yalnızca bireylerin içsel deneyimleri olmaktan çıkarak toplumların, toplulukların veya küresel düzeydeki ağların ortak tepkilerine dönüşmesini sağlar. Bu süreç, özellikle ahlaki krizler, insani trajediler veya küresel politik olaylar sırasında daha belirgin hale gelir (Kaindaneh ve Rigby, 2010, s. 160). Çeşitli hisler, düşünceler ve eylemlerle ilişkilendirilen içsel durumlar olarak duygular ve duyguların (Bužić, 2019, s. 216) medya içeriklerinde nasıl yer bulduğu ise güncel bilimsel çalışmaların önemli bir parçası haline gelmektedir.

Duygu analizi, temel olarak bir metin işleme süreci olup, belirli bir metnin duygusal yönelimini belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu alandaki ilk çalışmalar, 'duygusal kutupsallık' kavramına odaklanmış ve metinleri olumlu, olumsuz ve nötr olarak sınıflandırmayı hedeflemiştir. Zamanla, araştırmalar daha geniş bir duygu yelpazesine yönelik analizlerin geliştirilmesine imkân tanımıştır. Duygu durumlarını kodlamak için genellikle sınıf etiketleme yaklaşımı benimsenmekte olup, bu süreç ya her metnin tek bir duygu etiketi ile sınıflandırılması ya da bir metnin birden fazla duygu etiketi ile işaretlenmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Ancak, tüm bireylere ve içeriklere erişimin imkânsızlığı nedeniyle, bu analizler genellikle belli veri kümeleri ve örneklem çerçevesinde yürütülmektedir (Seker, 2016, s. 21).

Erken dönem duygu analizi çalışmaları cümlelerdeki öznellik analizi ile ortaya çıkmıştır. Öznel cümleler, gözlem veya doğrulamaya açık olmayan ve çeşitli biçimler alabilen (örneğin, görüşler veya inançlar gibi) konuşmacının/metin üreticisinin özel durumlarıyla ilişkilendirmiştir. Bununla birlikte duygu analizi, 2000 yılından itibaren çevrimiçi kaynakların yaygınlaşmasıyla aktif bir araştırma alanı haline gelmiş, 21. yüzyılın başlangıcı, modern duygu analizinin yükselişini beraberinde getirmiştir (Poria vd., 2023, s. 3). Günümüzde Twitter (X), Facebook ve YouTube gibi sosyal iletişim kanalları büyük bir popülerite kazanmıştır ve bu durum sosyal medya mecralarında duygu analizinin de önemini artırmaktadır (Mehta ve Pandya, 2020, s. 601).

Bilgisayar bilimlerinin bir alanı olan doğal dil işleme (NLP); kelime yazımı, kelime kökü bulma, varlık tanıma, makine çevirisi, metinlerin konuya göre bölümlendirilmesi vb. gibi birçok alanda duygu analizinin bir aracı olarak kullanılmaktadır. 'Nesnel gerçeklik' ile 'görüş' arasındaki ayrım, sözdizim hataları, karşılaştırmalı cümleler, ironi veya mizahi unsurların tespiti, sahte görüşler ve botların, trollerin varlığı, tek bir alanı/bağlamı aşan çok yönlü içerikler, İngilizce dışındaki diller için kaynak ve kütüphane eksikliği vb. unsurlar ise nitelikli bir duygu analizinin önündeki en önemli engeller olarak görülmektedir (Bužić, 2019, s. 216). Çalışmamız kapsamında ilerleyen bölümlerde örneklemimizi oluşturan makaleler bağlamında söz konusu eksikliklerin yanı sıra, duygu ve duygulanımsallık başlıkları dâhilinde kuramsal, epistemik sınırlar analiz edilecek,

iletişim çalışmalarında var olan duygu analizi çalışmaları eleştirel bir yaklaşım ile ele alınacaktır.

2. İletişim Alanında Duygu Analizi Çalışmaları: Bulgular ve Değerlendirme

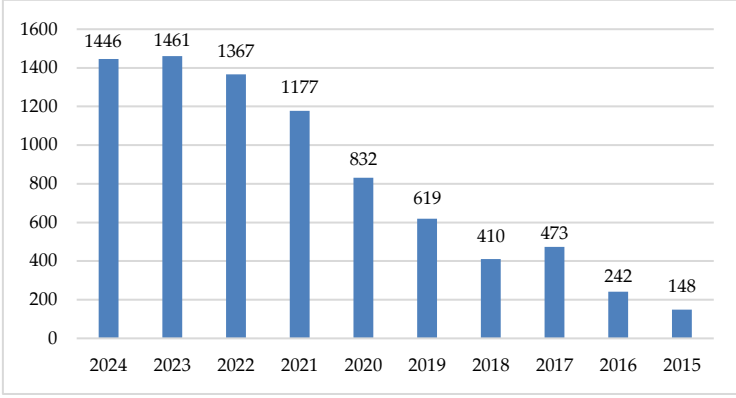
Çalışmanın yöntem kısmında tanımlanan iki aşamalı araştırma desenine uygun olarak iletişim alanındaki duygu analizi çalışmalarına ilişkin bulgular üç düzeyde değerlendirilebilir. Bu kapsamda ilk olarak Web of Science veri tabanında "sentiment analysis" anahtar kelimesiyle taranan çalışmaların yıllara, dillere, ülkelere ve yayın türlerine göre genel görünümü ortaya konulmaktadır. İkinci olarak, iletişim alt alanında indekslenen ve en çok atıf alan 20 makale; konu başlıkları, veri kaynakları, veri toplama araçları ve analiz yöntemleri açısından incelenmektedir. Üçüncü olarak ise bu çalışmaların duygu ve duygulanım olgusunu hangi kuramsal ve metodolojik sınırlar içinde ele aldığı tartışılmakta; duygu analizinin metin, kutupsallık, platform verisi ve ölçülebilirlik merkezli yapısı duygulanımsal dönüş perspektifi eşliğinde değerlendirilmektedir.

2.1. Web of Science'ta Duygu Analizi Çalışmalarının Genel Görünümü

Çalışma kapsamında ele alınan makalelerin hangi dilde yayımlandığına bakıldığında duygu analizi çalışmalarının erken dönem ile karşılaştırıldığında evrenselleşme eğilimi gösterdiği söylenebilecekse de İngilizce çalışmaların alanda ciddi bir hegemonyaya sahip olduğu görülmektedir. 'Sentiment analysis' ibaresine anahtar kelimeleri arasında yer veren çalışmaların 13760 adeti İngilizce, 76 adeti İspanyolca, 48 adeti ise Türkçe kaleme alınmıştır. Diğer dillerdeki çalışmaların sayısı ise oldukça azdır. Diğer taraftan çalışmaların ülkelere göre dağılımı daha evrensel, daha yaygın bir görünüm sergilemektedir. Tüm alanlarda/bilimsel alt başlıklarda yapılan taramada çalışmalardan 2243 adeti Çin Halk Cumhuriyeti, 1160 adeti Amerika Birleşik Devletleri ve 1085 adeti Hindistan'a ait gözükmektedir. İletişim alt-alanında yapılan duygu analizi çalışmalarına bakıldığında genel tablo kısmen değişiklik göstermekte ve birinci sırayı Amerika Birleşik Devletleri (47 çalışma), ikinci sırayı İspanya (27 çalışma) ve üçüncü sırayı ise Çin Halk Cumhuriyeti (16 çalışma) almaktadır. Bu durum, bilimsel üretimin genel yapısının yanı sıra duygu analizi için veri temizleme ve analiz aşamasında kullanılan kütüphanelerin dünyada yaygın olarak kullanılmayan diller açısından henüz yeterli olmamasından da kaynaklanmaktadır.

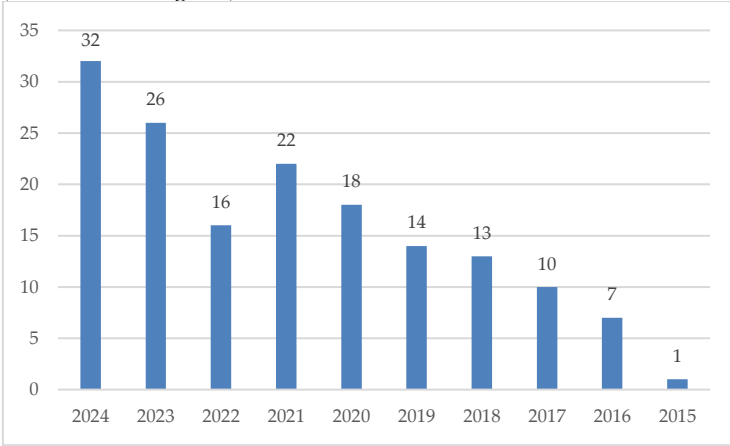
Web of Science'da indekslenen duygu analizi ile ilintili akademik çalışmaların türüne bakıldığında yayımlanmış makalelerin (8341 adet) ilk sırada, erken erişim/görünüm makalelerin ikinci sırada (328 adet), kitap bölümlerinin üçüncü sırada (75 adet) ve bildiri metinlerinin ise (43) dördüncü sırada yer aldığı görülmektedir. İletişim alanında yapılan duygu analizi çalışmaları açısından da sıralama değişmez iken, tüm alanlarda yapılan veri/metaveri çalışmalarının/derlemelerin varlığı (18 adet), iletişim alanı için geçerli değildir.

Şekil 1. Tüm Alanlardaki Anahtar Kelime (Sentiment Analysis) Araması (Yıllara Göre Dağılım Sonuçları)



Duygu analizine yönelik çalışmaların yıllar içinde değişimi, duyguların başat araştırma konusu haline geldiği bir paradigmanın yükselişini desteklemektedir. Buna göre tüm bilimsel alanlarda ‘sentiment analysis’ anahtar kelimesinin kullanımı 2018 yılı dışarıda tutulacak olursa sürekli yükselirken (Şekil 1), iletişim (alt) alanındaki kullanım 2022 yılı haricinde yine sürekli yükselme eğilimindedir (Şekil 2). Bu durum, akademik literatürün bütünsel büyümesinin dışında düşünülemezse de, duygu analizi çalışmalarının geleceğine ve alanın büyümesine de işaret etmektedir. Özellikle marka ve ürünlere ilişkin müşterilerin ya da siyasi parti ve liderlere yönelik seçmenlerin tutumlarını ölçmek için yapılan erken dönem duygu analizi çalışmaları, iletişim de dâhil olmak üzere farklı disiplinleri her geçen gün daha fazla kapsamaktadır.

Şekil 2. Communication (İletişim) Alt Alanında Anahtar Kelime (Sentiment Analysis) Araması (Yıllara Göre Dağılım)



Analiz edilen makalelere ait bilgi ve bulguların tablolar halinde daha kolay anlaşılabilmesi için makale başlıkları numaralandırılmış ve tablolar bu numaralar yoluyla oluşturulmuştur. Çalışmamızda ele alınan makalelerin en çok atıf alandan en az atıf alana doğru sıralandığı ve makale başlıklarının yer aldığı tabloya (Tablo 1) aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 1. İncelenen Makalelerin Sıra Numaraları ve Makale Başlıkları

Makale No	Yayın Yılı	Makale Başlığı
1	2020	The importance of influential users in (re)producing Swedish far-right discourse on Twitter
2	2022	How #TaiwanCanHelp Reverberates: An Exploratory Analysis of Advocacy Hashtag on Twitter
3	2021	Covid-19 Discourse on Twitter: How the Topics, Sentiments, Subjectivity, and Figurative Frames Changed Over Time
4	2021	National Leaders' Usage of Twitter in Response to COVID-19: A Sentiment Analysis
5	2023	Artificial intelligence as toolset for analysis of public opinion and social interaction in marketing: identification of micro and nano influencers
6	2023	Why Not Choose (and Share) All of Them? A Multiverse Approach to Understanding News Engagement on Social Media
7	2015	Internet, News, and Political Trust: The Difference between Social Media and Online Media Outlets
8	2018	Refugee or Migrant Crisis? Labels, Perceived Agency, and Sentiment Polarity in Online Discussions
9	2019	Redefining Media Agendas: Topic Problematization in Online Reader Comments
10	2021	Politicization of a Contested Mega Event: The 2018 FIFA World Cup on Twitter
11	2021	'Refugees are not welcome': Digital racism, online place-making and the evolving categorization of Syrians in Turkey
12	2021	Positive sentiments as coping mechanisms and path to resilience: the case of Qatar blockade, Information
13	2019	Predicting elections from social media: a three-country, three-method comparative study
14	2018	Turning words into consumer preferences: how sentiment analysis is framed in research and the news media
15	2024	Emotional talk about robotic technologies on Reddit: Sentiment analysis of life domains, motives, and temporal themes
16	2022	Toxic Social Media: Affective Polarization After Feminist Protests
17	2021	The Validity of Sentiment Analysis: Comparing Manual Annotation, Crowd-Coding, Dictionary Approaches, and Machine Learning Algorithms, Communication Methods and Measures
18	2022	Green energy: identifying development trends in society using Twitter data mining to make strategic decisions

Tablo 2. Makalelerin Kullandıkları Veri Toplama Araçları, Veri İşleme ve Analiz Yöntemleri, Veri Setleri

Makale No	Veri Toplama Aracı	Veri İşleme ve Analiz Yöntemi	Veriseti
1	TWITTER API	VADER Sözlük Tabanı (ve yakın okumalar)	Twitter
2	Python - TWITTER API	VADER Sözlük Tabanı (ve zaman serisi analizi, kelime bulutları)	Twitter
3	TWITTER API	TextBlob ve Pattern kütüphanesi	Twitter
4	Python - TWITTER API	Python - TextBlob - VADER Sözlük Tabanı	Twitter
5	Manuel derleme	Odak Grup	Uzmanlarla Görüşme Notları
6	Manuel derleme	LSD Lexicoder duygu sözlüğü	Facebook
7	Manuel derleme	Denetimli Duygu Analizi (SSA)	Haber siteleri ve Twitter
8	Netvizz YouTube Data Tool	Çerçeveleme - SentiStrength (Thelwall)	Youtube Yorumları
9	Manuel derleme	PolSentiLex sözlüğü - SentiStrength (Thelwall)	Haber Siteleri ve yorumları
10	R ve Twitter API	Syuzhet Sözlük Paketi	Twitter
11	Python - Twitter API	İnsan kodlayıcılar (human coders)	Twitter
12	TWITTER API	SemEval Arapça veri seti üzerinde eğitilen özgün algoritma	Twitter
13	TWITTER API	SentiStrength Sözlüğü _ Naïve Bayes Sınıflandırıcı	Twitter
14	Manuel derleme	Manuel Kodlama (human coders)	Ulusal haber kaynaklarını ve ticari yayınlar
15	pushshift.io - Reddit veri kümesi	VADER ve LIWC	Reddit
16	TWITTER API	Perspective API	Twitter
17	Manuel derleme	Manuel Kodlama, Polyglot duygu sözlüğü vb.	Gazeteler ve Haber Siteleri
18	Web scraping	VADER	Twitter
19	Youtube data tools	Python - Naïve Bayes Sınıflandırıcı	Youtube Yorumları
20	Manuel derleme	Manuel Kodlama (human coders)	Haber Siteleri

Özellikle dijital platformlarda yer alan içeriklere yönelik gerçekleştirilen duygu analizinin ilk aşaması verinin derlemesi/toplanmasıdır. Bu aşama, Twitter API ve MQTT, RabbitMQ, ActiveMQ, NSQ, ZeroMQ, Kafka vb. gibi çeşitli kaynaklardan veri akışlarının alınmasını içerir (Adwan vd., 2020, s. 2). Çalışmamızda ele aldığımız bir diğer araştırma konusu analiz ettiğimiz makalelerin kullandıkları veri işleme ve veri analiz yöntemleri ya da yazılımlardır. Bu alanda çalışmacılar, sosyal medya platformlarından veri toplamak amacıyla genellikle Twitter API ya da Python kullanılmaktadır. Özellikle Twitter (X) merkezli duygu analizi, tweetlerde ifade edilen görüşleri analiz etme sorununu ele alır. Ancak, duygu analizini gerçekleştirmek zorlu bir görevdir çünkü çok çeşitli ve

büyük miktarda veri içerebilmektedir (Adwan vd., 2020, s. 1). Nitekim Twitter/X verisine erişim çoğunlukla API tabanlı biçimde sağlanmakta; Python ve R gibi programlama dilleri ise veri çekme, temizleme ve analiz süreçlerinde kullanılmaktadır. Diğer taraftan sosyal medya içeriklerine değil haber sitesi içeriklerini analiz eden ve çoğu zaman daha dar bir veri setini değerlendiren çalışmaların veriyi insan eliyle/manuel derledikleri görülmektedir.

Verilerin derlenmesi/toplanmasının ardından veriyi duygu analizi bağlamında işleme (duygu içermeyen bağlaç vb. ifadelerin ya da tekrar eden verinin temizlenmesi) ve analiz etme aşamasında elde edilen verinin (sözcük, cümle, metin vb.) olumlu, olumsuz ve nötr değerlerinden hangisine ait olduğunun tespit edilmesi gerekmektedir. Örneğin Türkçe söz konusu olduğunda 'güzel', 'harika', 'mükemmel' olumlu duygu içeren, 'kötü', 'zayıf', 'korkunç' ise olumsuz duygu içeren kelimeler olarak değerlendirilebilir. Ayrıca duygu barındıran veriler yönelimlerine uygun olarak sınıflandırılıp taşıdıkları duygu yoğunluklarına uygun olarak puanlandırılabilir. Bunun gibi kelimelerin ve ifadelerin liste olarak saklanması sonrasında duygu kütüphaneleri oluşturulabilir ya da var olan kütüphanelerden faydalanılarak analiz sürecine geçilebilir (Ayvaz, Yıldırım ve Salman, 2019, s. 54).

Çalışmamız kapsamında incelediğimiz makalelerde veri işleme ve özellikle duygu analizi alanında Vader (Valence Aware Dictionary and Sentiment Reasoner) kullanımının yoğun olduğu anlaşılmaktadır. Diğer taraftan İngilizce ya da Avrupa merkezli diller dışında kalan dillere yönelik kütüphane ve sözlüklerin henüz geliştirilmeye açık olması, çalışmamız bulgularına da yansımıştır. Analiz ettiğimiz yirmi çalışmanın sadece bir tanesi (12 no'lu çalışma) İngilizce dışı bir dil olan Arapça sözlük kullanmış ve ilgili içeriğin duygu analizini yapmıştır. İncelenen makalelerde sözlük olarak SentiStrength ve SentiWordNet'in daha yoğun kullanıldığı görülmektedir. Sözlük temelli duygu analizi yöntemlerinin ironi, bağlamsal anlam, çokanlamlılık ve manipülatif içerik üretimi gibi durumlarda karşılaştığı sınırlılıklar literatürde tartışılmakla birlikte (Bužić, 2019, ss. 216-217), incelenen makalelerde bu sorunların duygu/duygulanımın iletişimsel ve bağlamsal niteliği açısından ayrıntılı biçimde tartışılmadığı görülmektedir.

Sosyal medya içerikleri başta olmak üzere dijital platformlarda yer alan içeriklere yönelen güncel duygu analizi çalışmaları sözlük tabanlı ve makine öğrenimi yöntemlerinden, grafik tabanlı yaklaşımlara kadar çeşitlilik göstermektedir (Adwan ve diğerleri, 2020, s. 1). Dijitalleşen etkileşimin, yapay zekâ başta olmak üzere çeşitli araçların da yardımıyla görsel iletişim yoğunluklu olarak gerçekleştirildiği bir gerçektir. Diğer taraftan metinden ibaret içeriklerle karşılaştırıldığında daha fazla etkileşime sahip olan görsel içerikler duygu analizi çalışmalarının da temel ilgi alanlarından biri olmalıdır. Çalışmamız kapsamında ele aldığımız örneklemeden ve literatürün genel bir değerlendirmesinden, alımlayıcıların görsel içeriklere dair duygulanımlarının yeterince araştırma konusu olamadığı anlaşılmaktadır. Metin temelli çalışmalarda yazılımlar ve sözlükler eli ile gerçekleştirilen analizler, görseller karşısında ortaya çıkan duygulanımı ölçmek için elverişsizdir.

Tablo 3. Makalelerin Ele Aldıkları Konular

Makale No	Konu
1	İsveç'te aşırı sağ söylemin yeniden üretimi ve nefret söylemi
2	Tayvan'ın politik mücadelesine uluslararası farkındalık kazandırmak - Dijital Diplomasi
3	Covid-19 hakkındaki Twitter'da yer alan söylemin zaman içinde nasıl değiştiği
4	"Five Eyes" ülkelerinin liderlerinin COVID-19 söylemini nasıl çerçevelediği
5	Yapay zeka ve makine öğreniminin şirketlerin pazarlama faaliyetlerine etkisi
6	Çoklu evren yaklaşımını örneklendirmek, haber makalelerinin duygu durumu, olumlu ve olumsuz haberlerin çözülmesi
7	Çevrimiçi yayımlanan siyasi bilgilere yönelik denetimli duygu analizi
8	Göçmenlerle ilgili etiketlerin duygusal anlamları
9	Rus okurların konu başlıklarına ilişkin duygu içerikli yaklaşımları
10	Uluslararası spor etkinliklerinin ülkelere yaklaşımda duygusal etkileri
11	Suriyeli göçmenlere ilişkin söylem ve duygu analizi
12	Katar'a yönelik uygulanan ablukanın Katarlı twitter kullanıcıları üzerindeki etkisini ölçmek
13	Malezya, Hindistan ve Pakistan'da yapılan seçim sonuçlarının tahmini
14	Duygu analizinin medyada nasıl tasvir edildiğini açıklamak (Farklı yöntemleri karşılaştırmak)
15	Robotik teknolojilerle ilgili sosyal medya tartışmalarına yönelik duygu analizi
16	Kadınların siyasal söyleme katılımına ilişkin yorumların duygu analizi
17	Farklı duygu analizi yöntemlerini karşılaştırmak
18	Kullanıcıların yeşil enerji konu başlığına ilişkin duygularının analizi
19	Kuzey Kore'ye ilişkin yanıltıcı haberler ve kullanıcı yorumlarına ilişkin duygu analizi
20	Birleşik Krallık medyasında Çin ve COVID-19 üzerine çıkan haberlere ilişkin duygu analizi

En çok atıf alan yirmi makalenin ele aldıkları konuların dağılımına bakıldığında siyasal konu, özne ya da seçimlerin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Diğer taraftan uluslararası ilişkilerin ve hatta ülkelerin kendi politik gündemlerinin giderek dijitalleşmesi ve etkileşim alanının sınırlarının genişlemesi akademik literatürü de etkilenmiştir. Malezya, Hindistan, Pakistan, Katar Rusya, Tayvan ve Çin vb. ülkelerin siyasal gündemleri ya da imajları duygu analizi bağlamında ele alınmakta ve söz konusu çalışmalar atıf yapılma açısından ön sıralarda yer almaktadır.

İlgili makalelerin konu başlıklarına bakıldığında çoklu-krizlerle belirlenen gündemin ön sıralarda yer aldığı söylenebilir. Bu bağlamda göçmen krizi, iklim krizi, pandemi ve aşırı sağın yükselişi gibi konular duygu analizi ile ele alınan içeriklerin temel konularıdır. Diğer taraftan gerek duygulanımsal dönüş gerekse de duygu analizi çalışmaları bağlamında öne çıkan toplumsal cinsiyet ve eşitsizlikler konusu da çalışmaların konuları içinde yer almaktadır. Ancak özellikle bedenün toplumsallaştırılması ve biyo-politika gibi

duygu ve duygulanımı doğrudan ilgilendiren konu başlıklarının ilgili literatürde henüz yeterli düzeyde ele alınmadığı görülmektedir.

2.3. Duygu Analizinin Kuramsal ve Metodolojik Sınırları: Duygulanımsal Dönüş Perspektifi

İletişim alanında ve özellikle sosyal medya içerikleri üzerine gerçekleştirilen duygu analizi örneklerinin, duyguları kolay ölçülebilir bir metinsellik ile çerçevelediği söylenmelidir. Duygulanım ise daha önce işaret edildiği üzere metin odaklı söylemle daha az bağlanmış ve bu durum onu daha akışkan ve değişken kılar. Bu nedenle, gruplar arasında, hatta yüz yüze etkileşimlerin ötesinde bile hızla yayılmaya daha açık hale gelir (Hoggett ve Thompson, 2010, s. 3). Çalışmamız kapsamında ele aldığımız makalelerde de görüldüğü üzere uluslararası ilişkiler alanındaki araştırmalar, küresel siyaseti anlamak için giderek daha fazla 'duygusal olana/duygulara' dikkat çekmektedir. Ancak bu tartışmalarda sıklıkla eksik olan, duygulanım üzerine, duygulanımın beden ile kurması olası ilişki ve bu ilişkinin başta toplumsal cinsiyet olmak üzere çeşitli disiplinlerle etkileşimidir (Åhäll, 2018, s. 36).

Genel olarak söylem; görsel, işitsel ve/veya diğer duyuşsal temsiller yoluyla toplumsal anlam üretimi ya da anlamlandırma süreci olarak tanımlanabilir. Duygulanımı anlam üretiminden, göstergibilimsel ve söylemsel olandan ayırmaya çalışmak beyhudedir ve duygulanımı güçlü ve radikal yapan, onun dolaşımını sağlayan söylemsel olanın kendisidir (Wetherell, 2015, ss. 19-20). Fakat duygulanımsal dönüş literatürünün de katkıları ile duygunun sadece söylemden ve temsili olandan ibaret sayılmaması yerinde olacaktır.

Dijital içeriklerin hızı ve akışkanlığı göz önüne alındığında ele alınan çalışmalar ve genel olarak duygu analizi literatürü anlık duygu durumunu ölçmektedir. Oysa duyguların farklı zaman yönelimleri de olabilir. Geçmişte yaşadığımız bir olay nedeniyle öfke hissedebilirken, geleceğe dair umutlu olabiliriz. Bu, durum duyguların zamansal çeşitliliğini ve deneyimlerimiz üzerindeki derin etkilerini incelemeyi gerektirmektedir (Kaïndaneh ve Rigby, 2010, s. 158). Aynı olgu ya da özneye ilişkin alımlayıcının duygu durumunun zamanla değişimini göz önünde bulundurmamak için, karşılaştırmalı çalışmalara ve zaman serisini dikkate alan araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışma kapsamında ele alınan örnekleme zaman boyutunu dikkate alan çalışmalar bulunsa da, duygu durumlarının tarihsel, bağlamsal ve uzun erimli dönüşümünü merkeze alan analizlerin sınırlı kaldığı görülmektedir.

Sonuç

Bu çalışma ilk olarak, iletişim alanında duygu analizi kullanan araştırmaların genel görünümünü ortaya koyarak alanın büyüme eğilimini ve İngilizce-sosyal medya merkezli yapısını görünür kılmayı amaçlamaktadır. En çok atıf alan 20 makale üzerinden veri kaynağı, platform, analiz aracı ve konu dağılımına ilişkin yöntemsel yönelimleri sistematik biçimde sınıflandıran çalışma, aynı zamanda duygu analizi literatürünün teknik araçlara ve metinsel kutupsallığa dayalı yapısını duygulanımsal dönüş perspektifinden eleştirel olarak değerlendirmektedir. Bu çerçevede çalışmanın temel vurgusu, duygu analizini geçersizleştirmek değil; iletişim çalışmalarında yaygın biçimde kullanılan duygu analizi pratiklerinin metin, kutupsallık, platform verisi ve ölçülebilirlik

merkezli sınırlarını görünür kılmak ve duygu/duygulanım çalışmalarının daha ilişkisel, bağlamsal ve çok boyutlu biçimde ele alınması gerektiğidir.

Çalışmanın birinci araştırma sorusu bağlamında elde edilen bulgular, Web of Science veri tabanında “sentiment analysis” anahtar kelimesiyle yer alan çalışmaların yıllar içinde belirgin biçimde arttığını ve duygu analizinin iletişim alanında giderek daha görünür bir araştırma yönelimi hâline geldiğini göstermektedir. Bununla birlikte bu büyüme dengeli bir dağılım sergilememektedir. İngilizce yayınların belirgin ağırlığı, alanın dilsel bakımdan İngilizce merkezli bir akademik dolaşım içinde geliştiğine işaret etmektedir. Ülke dağılımı da benzer biçimde, duygu analizi çalışmalarının küresel ölçekte yaygınlaştığını; ancak bu yaygınlaşmanın belirli akademik üretim merkezleri ve indeksleme pratikleri tarafından şekillendiğini göstermektedir. Dolayısıyla iletişim alanında duygu analizi literatürü niceliksel olarak büyümekte, fakat bu büyüme dilsel ve coğrafi açıdan eşitsiz bir yapı içinde gerçekleşmektedir.

İkinci araştırma sorusuna ilişkin bulgular, en çok atf alan 20 makalenin özellikle Twitter/X merkezli sosyal medya verilerine, API ve Python temelli veri toplama süreçlerine, VADER, TextBlob, SentiStrength ve benzeri sözlük/kütüphane temelli analiz araçlarına dayandığını göstermektedir. Konu bakımından ise siyasal iletişim, kriz dönemleri, toplumsal kutuplaşma, pandemi, göç, çevrimiçi nefret ve dijital kamular gibi siyasal ve toplumsal kriz alanları öne çıkmaktadır. Üçüncü araştırma sorusu açısından değerlendirildiğinde, bu çalışmaların önemli bir bölümünde duygu, çoğunlukla metinsel kutupsallık, sınıflandırılabilir duygu kategorileri ve ölçülebilir dijital izler üzerinden ele alınmaktadır. Bu yaklaşım büyük ölçekli dijital verilerin analizine imkân sağlasa da görsel, bedensel, zamansal, kültürel ve ilişkisel boyutları sınırlı biçimde kavramaktadır.

Duygu analizinin en önemli kuramsal eksikliklerinden biri, duyguları salt metinsel verilere indirgemesidir. Çoğu analiz, yalnızca metinlerdeki olumlu, olumsuz veya nötr ifadeleri sınıflandırmaya odaklanmakta, duyguların toplumsal ve tarihsel bağlamlarını ise göz ardı etmektedir. Özellikle, duygulanım kavramının iletişim çalışmaları bağlamında yeterince ele alınmadığı görülmektedir. Duygulanım, duyguların daha bedensel, bilinçdışı ve ilişkisel boyutlarını ifade eden bir kavram olarak, mevcut analiz yaklaşımlarının ötesine geçme potansiyeli taşımaktadır. Nitekim duygulanımsal dönüş kuramı, duyguların yalnızca bireysel deneyimler olarak değil, toplumsal bağlamda şekillenen olgular olarak ele alınmasını önermektedir. Bu yaklaşım, duyguların söylem, beden ve dijital medya ile ilişkisini inceleyerek, iletişim çalışmalarında yeni yönelimlere kaynaklık edebilir.

Duygulanımın, bedenin toplumsallaşma süreçleri ve örneğin biyo-politika bağlamında incelenmesi, bu alandaki kuramsal boşlukları doldurabilir. Ayrıca, görsel medya içerikleri, emojiler ve dijital temsiller gibi unsurların duygu analizine dâhil edilmesi, analizin kapsamını genişletebilir. Bu bağlamda hem dijital dünyanın üre-tüketici-leri tarafından alıntılanan/cevaplanan/yorumlanan ‘ilk içerikler’, hem de bu içeriğe yönelik yeni girdiler emojiler, avatarlar vb. gibi görselleri de içerecek biçimde yenilenmelidir. Diğer taraftan sanat eserleri ya da pazarlama alanında kullanılmakta olan nörobilim uygulamalarının farklı alanlarda kullanılması, bedeni duygulanımın bir parçası olarak incelemenin önünü açacaktır.

Genel olarak sosyal bilimlerin özeldede ise iletişim çalışmalarının gerek ele aldıkları konu ve veri toplama mecraları çerçevesinde gerekse veri analizi amacıyla teknoloji/yazılım

yoğunluklu bir yapıya evrildiği görülmektedir. Bu eğilimle beraber duyguların toplumsal dönüşümdeki rolü, dijital platformların yapısı ve bireylerin bedensel deneyimleriyle ilişkilendirilerek incelendiğinde, iletişim çalışmalarında daha derinlemesine analizler yapılması mümkün olacaktır. Örneğin duygulanımsal dönüş perspektifi, duygu analizini geçersizleştiren değil; onun metinsellik, kutupsallık, platform verisi ve ölçülebilirlik merkezli sınırlarını görünür kılan tamamlayıcı-eleştirel bir çerçeve olarak dikkate alınabilir. Sonuç olarak duygu analizi çalışmaları gelecekte daha disiplinler arası ve bütüncül bir yaklaşımla ele alınmaya açık gözükmektedir.

Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	* Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.
Yapay Zeka Beyanı (Yazar/lar)	*Bu çalışmanın hazırlanması sürecinde herhangi bir yapay zekâ aracı kullanılmamıştır.
Yapay Zeka Beyanı (Dergi)	Bu çalışmanın hazırlanması sürecinde yapay zekâ araçlarının kullanılmadığı yazar tarafından beyan edilmiştir. Yapay zekâ kullanılmış olması durumunda, çalışmanın bilimsel içeriği, analizleri ve sonuçlarına ilişkin tüm sorumluluk yazara aittir.
Benzerlik Taraması	Yapıldı – Ithenticate
Etik Bildirim	itobiad@itobiad.com
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	* It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Artificial Intelligence Statement (Author(s))	*No artificial intelligence tools were used in the preparation of this study.
Artificial Intelligence Statement (Journal)	* The author declares that no artificial intelligence tools were used in the preparation of this study. In the event that artificial intelligence was used, the author bears full responsibility for the study's scientific content, analyses, and conclusions.
Plagiarism Checks	Yes - Ithenticate
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	itobiad@itobiad.com
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.

Kaynakça / References

- Adwan, O. Y., Al-Tawil, M., Huneiti, A., Shahin, R., Zayed, A. A. ve Al-Dibsi, R. (2020). Twitter Sentiment Analysis Approaches: A Survey. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (ijET)*, 15(15), 79-93.
- Åhäll, L. (2018). Affect as Methodology: Feminism and the Politics of Emotion. *International Political Sociology*, 12(1), 36-52.
- Ayvaz, S., Yıldırım, S. ve Salman, Y. B. (2019). Türkçe Duygu Kütüphanesi Geliştirme: Sosyal Medya Verileriyle Duygu Analizi Çalışması. *European Journal of Science and Technology*, (16), 51-60.
- Bužić, D. (2019). Sentiment Analysis of Text Documents. Conference: Central European Conference on Information and Intelligent Systems, 215-221.
- Clough, P. T. (2007). Introduction. *The Affective Turn: Theorizing the Social* içinde (ss. 1-34). Duke University Press.
- Demir, N. (2023). Müslüman Kadınların Faaliyetlerinde Duyguların Rolü: Hanımlar İlim ve Kültür Derneği (Hikde). İçinde 11. *Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi-Bildiriler Kitabı IV*. 221-236.
- Hoggett, P. ve Thompson, S. (2010). Social science and human feelings. *Historical Reenactment: From Realism to the Affective Turn* içinde (ss. 1-22). Palgrave Macmillan.
- Kaindaneh, S. ve Rigby, A. (2010). Peace-building in Sierra Leone. *İstorical reenactment from realism to the affective turn* içinde 157-179. Palgrave Macmillan.
- Leys, R. (2011). The Turn to Affect: A Critique. *Critical Inquiry*, 37(3), 434-472.
- Maman, S. K. ve San, F. (2020). Çeviribilimde 'Paradigma' ve 'Turn' Kavramlarının Türkçe Literatürdeki Kullanımları Üzerine Bir Değerlendirme. *ASOS Journal The Journal of Academic Social Sciences*, (103), 230-249.
- Mehta, P. ve Pandya, D. S. (2020). A Review On Sentiment Analysis Methodologies, Practices And Applications. *International Journal of Scientific & Technology Research*. 9(2), 601-609.
- Nasukawa, T. ve Yi, J. (2003). Sentiment analysis: Capturing favorability using natural language processing. *International Conference on Knowledge Capture*, sunulmuş bildiri, Association for Computing Machinery, Inc.
- Poria, S., Hazarika, D., Majumder, N. ve Mihalcea, R. (2023). Beneath the Tip of the Iceberg: Current Challenges and New Directions in Sentiment Analysis Research. *IEEE Transactions on Affective Computing*, 14(01), 108-132.
- Seigworth, G. & Gregg, M. (2010). An Inventory of Shimmers. In M. Gregg & G. Seigworth (Ed.), *The Affect Theory Reader*. 1-26. New York, USA: Duke University Press.
- Seker, S. E. (2016). Duygu Analizi. *YBS Ansiklopedi*. 3(3), 21-36, 2016.
- Solomon, R. C. (1978). Emotions and anthropology: The logic of emotional world views

1. *Inquiry*, 21(1-4), 181-199.

Tian, L., Lai, C. ve Moore, J. D. (2018). Polarity and Intensity: The Two Aspects of Sentiment Analysis. *In Proceedings of Grand Challenge and Workshop on Human Multimodal Language (Challenge-HML)*, 40-47.

Wetherell, M. (2015). Trends in the Turn to Affect: A Social Psychological Critique. *Body & Society*, 21(2), 139-166.