



Yatırımcı Duyarlılığı ve Panik Yatırımları: Dijital Bilgi Asimetrisi ve Sosyal Medya Ekseninde Bir Derleme

Seda DOĞAN^{1*}

¹ Asst. Prof. Dr., Anadolu University, Institute of Social Sciences, Department of Business Administration

Geliş Tarihi/Received: 24.04.2026
Kabul Tarihi/Accepted: 19.08.2026

Doi: 10.31200/makuubd.1937451
Derleme Makalesi/Review Article

ÖZET

Mutluluk, kaygı veya korku gibi duygular, bireylerin yatırım tercihlerini şekillendiriyor. Belirsizlik durumlarında doğru karara ulaşma çabasının yarattığı stres, bireyleri sistematik hatalara yönlendirerek, davranışsal finansın piyasalar üzerinde etkisi olduğunu gösteriyor. Dijitalleşmeyle birlikte sosyal medya platformları, yatırımcıların bilgi edinme şeklini değiştiriyor. Dijital ekosistemdeki bilgi asimetrisi, yatırımcılar arasında bilgi eşitsizliği, eşitsizlik ise bilgi boşluğu oluşturuyor. Yatırımcıların duygu durumu, risk algılarını ve karar alma süreçlerini etkileyerek varlık fiyatlarında dalgalanmalara neden olabiliyor. Kontrol ihtiyacıyla ortaya çıkan panik yatırım davranışı sonucunda, kolektif yatırımcı duyarlılığının finansal varlıkların fiyatlandırma süreçlerini doğrudan etkileyebildiği görülüyor. Bu doğrultuda bu çalışma, dijitalleşmiş piyasaların yatırımcı duyarlılığı ve panik yatırımı üzerindeki etkisini bilgi asimetrisi ve sosyal medya perspektiflerinden incelemeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma, literatür taraması metodolojisini benimsemiştir. Önceki çalışmalar sosyal medya duyarlılığının panik yatırımı üzerindeki etkisini göstermiş olsa da, dijital bilgi asimetrisinin yatırımcı duyarlılığını ve panik yatırımı nasıl tetiklediği konusunda teorik bir boşluk bulunmaktadır. Bu nedenle bu araştırma, dijital bilgi asimetrisi ve sosyal medyanın yatırımcı duyarlılığı ile panik yatırımı üzerindeki etkisini açıklayarak diğer çalışmalardan farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Yatırımcı Duyarlılığı, Panik Yatırımı, Davranışsal Finans Teorileri, Dijital Bilgi Asimetrisi, Sosyal Medya Duyarlılığı

Investor Sentiment and Panic Investing: A Review within the Axis of Digital Information Asymmetry and Social Media

ABSTRACT

Emotions such as happiness, anxiety, or fear shape individuals' investment preferences. The stress generated by the effort to reach the right decision in situations of uncertainty misdirects individuals into systematic errors, thereby demonstrating the impact of behavioral finance on markets. Along with digitalization, social media platforms are altering how investors acquire information. Information asymmetry in the digital ecosystem creates information inequality among investors, while this inequality leads to an information gap. Investors' emotional states can cause fluctuations in asset prices by affecting their risk perceptions and decision-making processes. As a result of panic investing behavior arising from the need for control, it is observed that collective investor sentiment can directly influence the pricing processes of financial assets. Accordingly, this study aims to examine the impact of digitalized markets on investor sentiment and panic investing from the perspectives of information asymmetry and social media. The study adopts a literature review methodology. Although previous studies have demonstrated the effect of social media sentiment on panic investing, a theoretical gap remains regarding how digital information asymmetry triggers investor sentiment and panic investing. Therefore, this research distinguishes itself from other studies by explaining the effects of digital information asymmetry and social media on investor sentiment and panic investing.

Keywords: Investor Sentiment, Panic Investing, Behavioral Finance Theories, Digital Information Asymmetry, Social Media Sentiment

1. GİRİŞ

Keynes'in (1937) ekonomik aktivitedeki anormal dalgalanmaları açıklamak için "hayvansal içgüdüler"den bahsetmesinden bu yana, sermaye piyasalarının işleyişinde irrasyonel davranışın rolü geniş çapta incelenmektedir. Buna dayanarak, sosyal medyadaki bilgi asimetrisinden etkilenen ve kendi bakış açısını göz ardı eden bir yatırım davranış türü olan panik davranışı incelenerek, borsanın insani/davranışsal boyutunun kuramsal bir çerçeveye oturtulması amaçlanmaktadır. Bu olgu, insan psikolojisi ve sosyolojisiyle yakından ilişkilidir. De Long vd. (1990a), 1990 gibi erken bir tarihte, gürültü tüccarlarının işlem davranışlarının rasyonel analizden ziyade duygulara dayandığını doğrulamaktadır. Ayrıca, 17. yüzyıldaki lale çılgınlığı, 1995-2000 internet balonu ve 2015 Çin borsası çöküşü piyasayı yönlendiren güçlü

sürü davranışına örneklerdir (Bikhchandani & Sharma, 2001; Shiller, 2003). Geçmişteki bu fiziksel sürü psikolojisi, günümüzde dijital platformlar aracılığıyla siber bir hıza kavuşmuştur; öyle ki geçmiş dönemlerde aylar süren bu panik dalgalarının dijital çağda artık saniyeler içinde gerçekleştiği görülmektedir. Ftiti vd. (2016) gibi araştırmacılar, gürültü tüccarlarının krizler sırasında petrol ve altın piyasalarında oldukça sinerjik hareketlere yol açtığını belirterek bu kolektif davranışın etkisini doğrulamaktadır. Davranışsal finans literatüründe önemli bir piyasa davranışı olarak ele alınan sürü davranışı, aşırı oynaklığa, fiyat dalgalanmalarına ve likidite sorununa yol açtığına yaygın olarak inanılmaktadır (Bikhchandani & Sharma, 2001; Shiller, 2003). Sürü davranışı, finansal dalgalanmaları tetiklemektedir. Bu dalgalanmalar, internet balonları ve gürültü yatırımcılarının spekülatif hareketleriyle birbirlerini güçlendirmektedir. Birbirini güçlendiren bu psikososyal süreçler, kontrolsüz panik yatırım davranışına yol açabilmektedir (Chiou vd., 2019). Bununla birlikte yatırımcı davranışları, bilişsel uyumsuzluk, aşırı özgüven, sürü psikolojisi, temsil yanlılığı ve kayıp korkusu gibi psikolojik mekanizmalar tarafından şekillendirilmektedir. Rasyonel fiyatlandırma varsayımından sapmalara neden olan bu eğilimler, ani fiyat dalgalanmalarına, piyasa balonlarına ve sert çöktüşlere yol açabilir. Bu bağlamda, bilgi asimetrisinin yüksek olduğu ve kurumsal yatırımcı ağırlığının düşük kaldığı gelişmekte olan piyasalar, bu davranışsal faktörlerin yarattığı risklere karşı daha savunmasız bir tablo sunmaktadır (Çokak, 2025, s.1). Nitekim geçmişteki bu irrasyonel döngüler, günümüzde sosyal medyanın etkisiyle yeni bir boyuta taşınmaktadır. Son yıllarda sosyal medyanın gelişimi, yatırımcılar için giderek önemli bir bilgi kaynağı haline gelmektedir (Chiou vd., 2019). Dijital platformlardaki aşırı bilgi yüklemesi, Akerlof'un (1970) klasik bilgi asimetrisi teorisini; dijital bir "bilgi gürültüsü" ve "ters seçim" sorununa dönüştürmektedir. Birçok akademisyen, sosyal medya duyarlılığını yatırımcı duyarlılığı olarak kabul etmekte ve yatırımcı duyarlılık endeksi oluşturmak için sosyal medya bilgilerini doğrudan veri kaynağı olarak kullanmaktadır (Li vd., 2023). Öte yandan, tüm sosyal medya kullanıcıları borsa katılımcısı olmadığı için sosyal medya duyarlılığı doğrudan hissedar duyarlılığını temsil etmemektedir. Bu nedenle, sosyal medya duyarlılığının yatırımcı davranışına nasıl aktarıldığını daha ayrıntılı olarak incelemek için sosyal medya duyarlılığı ile yatırımcı duyarlılığı arasında net bir ayrım yapılması gerekmektedir. Dijitalleşme, yatırımcı duyarlılığı, panik yatırım ve davranışsal finans gibi kavramların literatürde çok sayıda araştırmacı tarafından incelendiği görülmektedir. Önceki çalışmaların çoğu ampirik olsa da, bu çalışma bu karmaşık ilişkileri (sosyal medya duyarlılığı-panik) bir "mekanizma" olarak açıklayan bilgi asimetrisi yaklaşımına dayalı teorik bir inceleme sunarak araştırmaya benzersiz bir değer katmaktadır. Bununla birlikte önceki çalışmalar, panik yatırım üzerinde sosyal medya duyarlılığının etkisini göstermekte olsa

da, dijital bilgi asimetrisinin yatırımcı duyarlılığını ve panik yatırımı nasıl tetiklediği konusunda teorik bir boşluk bulunmaktadır. Bu nedenle, bu araştırma, dijital bilgi asimetrisinin yatırımcı duyarlılığı ve panik yatırım üzerindeki etkisini açıklamasıyla diğer çalışmalardan farklılık göstermektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yatırımcı Duyarlılığı

Baker ve Wurgler (2007), yatırımcı duyarlılığını, mevcut temel değerler ve gerçeklerle desteklenmeyen, gelecekteki nakit akışlarına ilişkin inançlar olarak tanımlamıştır. De Long vd. (1990b), yatırımcı duyarlılığının temel göstergelerle desteklenmeyen, yatırımcıların gelecekteki varlık getirileri hakkındaki beklentilerini yansıttığını savunmaktadır. Edmans vd. (2007), yatırımcı duyarlılığının bireysel ve kolektif ruh haliyle ilişkili olduğunu ve bu nedenle duygusal faktörlerin piyasa getirileri üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olabileceğini öne sürmektedir. Nofsinger (2005) ise yatırımcıların ruh hallerinin ortamla ilgisiz olsa dahi riskli varlıklara yatırım yapma eğilimini artırıp azaltabileceğini belirtmektedir. Bu doğrultuda duyarlılık; yatırımcıların risk algısını, dikkatini ve karar verme süreçlerini değiştirerek varlık fiyatlarını içsel değerlerinden saptırabilmektedir (Brown & Cliff, 2004; Yang, 2023, s.11). Edmans vd. (2007), uluslararası futbol maçlarında kaybeden ülkelerin hisse senedi piyasalarında, maçın ardından gelen işlem gününde istatistiksel olarak anlamlı negatif anormal getiriler bulmuştur. Bulgular, sosyal psikolojinin ve kolektif duyarlılığın finansal varlıkların fiyatlandırma süreçlerini doğrudan etkileyebileceğini göstermektedir. Dolayısıyla, yatırımcıların duygu durumu, risk algılarını ve finansal karar alma süreçlerini etkileyerek, varlık fiyatlarında hareketlenmelere yol açabilmektedir. Bu durum ise, yatırımcı kararlarının medya duygu trendi gibi ortak kamuoyu görüşleri ve inançları tarafından şekillendiğini göstermektedir (Barber vd., 2008). Bu bağlamda risk ve belirsizlik, duyarlılığın kararları etkilediği temel faktörlerdir ve durum ne kadar karmaşık olursa duyguların etkisi de o kadar artmaktadır (Birru & Young, 2022).

Yatırımcı duyarlılığını ölçmede, yaygın olarak kullanılan dört gösterge bulunmaktadır. Bunlar; anket tabanlı endeksler, piyasa tabanlı göstergeler, medya içeriği tabanlı ve arama tabanlı ölçüm yöntemleridir. Anket tabanlı endeksler, yatırımcı anketlerine veya tüketici güven endekslerine dayanmaktadır. Veri toplama sürecinin uzunluğu, düşük güncelleme sıklığı ve yanıt yanlılığı gibi dezavantajları bulunmaktadır (Brown & Cliff, 2004). Piyasa tabanlı göstergelerde, işlem hacmi, halka arz getirileri ve opsiyon oynaklığı gibi veriler kullanılmaktadır. Öte yandan bu göstergeler, ekonomik dengeleri yansıttıkları için

eleştirilmektedir (Cornelli vd., 2006; Baker & Wurgler, 2007). Medya içeriği tabanlı yöntemler (Metin Analizi), sözlükler veya algoritmalar kullanılarak haberlerde, dergilerde ve raporlarda yer alan kelimelerin analizini içermektedir. Hem güncel olması hem de piyasa duyarlılığını doğrudan yansıtmaması nedeniyle en avantajlı yöntem olarak kabul edilmektedir (Tetlock, 2007). Arama tabanlı ölçümler ise Google arama hacmi aracılığıyla yatırımcı ilgisini ölçmektedir. Bu yöntem, diğer yöntemlerin zahmetli yapısının üstesinden gelse de duyarlılıktan ziyade bilgi talebini (dolaylı ölçüm) temsil etmektedir (Vozlyublennaya, 2014; Da vd., 2015).

Yatırımcıların medya aracılığıyla bilgi setlerini güncellemeleri, yatırım kararlarında belirleyici bir rol oynamaktadır (Yang, 2023, s.11). Haberlerinin bilgi yayma işlevi, yatırımcı duyarlılığını etkileyerek kitlesel inançların hızla yakınsamasına yol açmaktadır (Tetlock, 2007). Bu süreçte ortaya çıkan davranışsal önyargılar, finansal piyasalarda piyasa etkinliğinden sapmalara ve çeşitli anomalilerin ortaya çıkmasına zemin hazırlayabilmektedir. Merton'un (1987) önerdiği eksik bilgi modeline göre, medyada görünürlük yatırımcıların dikkatini ve ruh halini etkileyerek, varlıkların piyasa değerini artırırken beklenen getirilerini azaltmaktadır. Medyanın kamu beklentilerini şekillendirme gücü, arz ve talep dengesini değiştirerek yeni piyasa dengelerine ve fiyat ayarlamalarına yol açmaktadır. Yatırımcıların işlem davranışları ile medyadaki içerik arasındaki bağlantı, kararların yeni bilgilere verilen tepkilerle şekillenmesinden kaynaklanmaktadır (Dolan, 2002). Bilgi yayılımının hızlanması farkındalığı artırsa ve bilgi asimetrisini azaltsa da, bireylerin sınırlı bilişsel kapasiteleri tüm verilerin verimli bir şekilde işlenmesini engellemektedir. Bu bilişsel kısıtlamalar nedeniyle, fiyatlar genel bilgilere aşırı tepki verirken, ayrıntılı bilgilere yetersiz tepki verme eğiliminde olmaktadır. Ampirik kanıtlar (Maretta & Redwood, 2025; Tao & Shao, 2025; Kim-Hahn vd., 2025; Mangee, 2018; Smales, 2014; Fang & Peress, 2009; Tetlock, 2007); gazeteler, makaleler ve çevrimiçi forumlar gibi medya kuruluşlarının yatırımcı duyarlılığını ve fiyat hareketlerini etkileyen önemli kaynaklar olduğunu doğrulamaktadır. Haber medyasından gelen bağlamlandırılmış bilgilere dayanan bu duyarlılık, hisse senedi fiyatlarındaki orta ve uzun vadeli dalgalanmaları (Mangee, 2018) ve altın vadeli işlem piyasasındaki getirileri (Smales, 2014) açıklamada kritik öneme sahip olmaktadır. Nitel medya verilerini nicel değerlere dönüştürmek, finansal araştırmalarda bu duyarlılığı ve piyasa anomalilerini ölçmede önemli bir adım teşkil etmektedir. Bu bağlamda medyanın yönlendirdiği bu duygu durumunu nicelleştirmek, piyasadaki mantıksız fiyat hareketlerini tahmin etmeyi mümkün kılarsa da, bilgi manipülatif veya bunaltıcı olduğunda yatırımcı duyarlılığı hızla kontrolsüz panik yatırım sürecine dönüşebilmektedir.

2.2. Panik Yatırım Davranışları

Panik yatırım, irrasyonel bir süreç ve kontrol ihtiyacına karşı bir tepki olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle yatırımcılar, risk ve getiri arasındaki dengeyi her zaman rasyonel bir şekilde değerlendirmemekte, sezgisel veya duygusal motivasyonlara dayanarak da yatırım kararı alabilmektedirler. Literatürde, panik yatırıma neden olan duygulara dayalı bireysel kararların yeterince incelenmediği görülmüştür. Buna rağmen panik yatırımcı davranışlarının diğer piyasa katılımcılarını gözlemlene, risk tercihleri, risk algısı ve piyasa oynaklığı gibi faktörlerle etkileşimde olduğu tespit edilmiştir (Çelebi vd., 2024, s.1262).

Finansal piyasalardaki yüksek oynaklık dönemlerinde gözlemlenen ve "çılgınca" olarak adlandırılan panik kaynaklı aşırı alım veya satım, bireysel yatırımların değerinde önemli kayıplara yol açabilmektedir. Bu doğrultuda panik yatırım kararları; bireysel karar mekanizmasını etkisi altına alan negatif duygusal durumların yönlendirdiği eylemleri ifade etmektedir (Elkind vd., 2022).

Finans piyasalarındaki panik alımları, alım hacminde hızlı bir artışla karakterize edilen ve genellikle temel varlığın fiyatında yükselişe yol açabilen bir davranış türüdür. Bu süreç, yatırımcıların büyük çoğunluğunun uzun pozisyon alması nedeniyle işlem hacminde ani bir artış olarak kendini göstermektedir. Bu durum, fırsatı kaçırma korkusu (FOMO) ve kısa pozisyonların sıkılaştırılmasıyla daha da şiddetlenmektedir. Öte yandan, bu eğilim finansal araçlarla sınırlı olmayıp reel ekonomiye de yayılabilmektedir. Nitekim hızlı enflasyonun satın alma güçlerini aşındıracağından endişe duyan tüketiciler de benzer panik alımlarına ve/veya satışlarına girişerek fiyatlar üzerinde yukarı yönlü baskıyı artırabilmektedir. Bu doğrultuda panik yatırım kararları; aşırı işlem (over-trading), zarar kesme, konum etkisi (disposition effect) ve kayıptan kaçınma gibi klasik sezgisel karar verme eğilimlerinden ayrılmaktadır. Temel fark şudur ki; sezgisel yatırım kararları bireyler tarafından birer strateji olarak benimsenebilirken, panik kararları bunun aksine bir refleks olarak gelişerek yatırımcının finansal piyasadan tamamen çekilmesine yol açabilmektedir (Elkind vd., 2022).

Beklenti Teorisi (Prospect Theory), yatırımcıların rasyonel stratejilerin aksine kazançları erken gerçekleştirmeye (realize etmeye), kayıpları ise sürdürmeye eğilimli olduklarını savunmaktadır. Bu eğilimin temelinde, zarardaki bir yatırımı satmanın "hatayı kabul etmek" ve pişmanlık (regret) duymak anlamına gelmesi, kazançlı bir pozisyonu kapatmanın ise gurur (pride) yaşatması yatmaktadır. Hatta kaybı gerçekleştirmemek (realize etmemek) yanıltıcı bir "öz kontrol yeterliliği" olarak algılanırken, satışı gerçekleştirmek öz kontrol eksikliğiyle ilişkilendirilebilmektedir (Shefrin & Statman, 1985).

Ancak panik yatırım davranışı, beklenti teorisi çerçevesinde açıklanan "zararı sürdürüp kazancı erken satma" kalıbından çok daha geniş ve kaotik bir alanı kapsamaktadır. Finansal piyasalarda rasyonel öneri, zarar kes (stop-loss) yapmak ve kâr artarken pozisyonu korumaktır (Kaustia, 2010). Panik yatırımcı ise bu önerilerin ve klasik teorik eğilimlerin ötesine geçmektedir. Yatırımcı, konum etkisindeki gibi beklemek yerine anlık bir korkuyla zarardaki varlığını hızla nakde çevirebilmekte ya da tam tersi bir refleksle "donup kalarak" satmama kararı verebilmektedir. Benzer şekilde, kârda olan varlıklarını sadece "gurur" için değil, kârın hızla eriyeceği korkusuyla elden çıkarabilmekte veya yükselişi kaçırma korkusuyla (FOMO) riskli pozisyonları sürdürebilmektedir. Nitekim panik yatırım davranışı; alış, satış veya eylemsizlik gibi tüm finansal kararların stratejik bir zeminden koparak anlık duygusal şoklarla verilmesini temsil etmektedir.

2.3. Davranışsal Finans Teorileri

Davranışsal finans, özellikle son elli yılda finans literatüründe kritik bir önem kazanmış ve finans piyasaları üzerindeki doğrudan etkisi nedeniyle, bireysel yatırımcıların karar alma mekanizmalarını şekillendiren faktörlerin incelenmesi öncelikli hale gelmiştir. Geleneksel finans yaklaşımlarından farklı olarak, yatırımcıların irrasyonel olduğu varsayımına dayanan bu disiplin, bireylerin yatırım süreçlerinde rasyonellikten nasıl ve hangi yöntemlerle saptığını anlamayı amaçlamaktadır (Karakuş, 2022, s.57).

Psikolojik önyargılar, bireylerin bilgiyi zihinsel olarak depolama, işleme, düzenleme ve yorumlama aşamalarında karşılaştıkları algısal hatalardan veya karar verme problemlerini çözerken kullandıkları yöntemlerdeki hatalardan kaynaklanabilir. Özellikle belirsiz durumlarda, sınırlı bir zaman dilimi içinde doğru karara ulaşma çabasının yarattığı stres, bireyleri bu tür karar verme problemlerine ve sistematik hatalara daha yatkın hale getirir (Tomak, 2011).

Karar verme süreçlerinin en temel modellerinden biri olan beklenti teorisi, bireylerin riskli ekonomik koşullar altında parasal değerleri ve olasılıkları öznel değerlere nasıl dönüştürdüğünü açıklamaktadır. Teoriye göre, yatırımcıların kararlarını etkileyen kayıp korkusu gibi önyargılar, değerlerin öznel dönüşümleri yoluyla modellenmekte ve bu dönüşümler, değer duyarlılığındaki bireysel farklılıkları açıklamaktadır. Benzer şekilde, riskten kaçınma davranışını analiz etmek için olasılıklar üzerinde belirli dönüşümler gerçekleştirilmektedir (Kahneman & Tversky, 1979). Bu model, özellikle dijitalleşmiş piyasalarda gözlemlenen panik yatırım davranışının altında yatan psikolojik faktörleri anlamamızı sağlamaktadır. Bu mekanizmalar, sosyal medyadan gelen olumsuz bilgilerin (duygusal dalgalanma) rasyonel

olasılık hesaplamasından ziyade öznel kayıp korkusu nedeniyle neden daha hızlı bir şekilde "panik satışına" dönüştüğünü teorik olarak açıklamaktadır.

Davranışsal finans literatüründe, sosyal eğilimler genellikle üç ana biçimde incelenmektedir: sürü davranışı, bulaşma etkisi ve kendini gerçekleştirme. Yatırımcıların kendi özel bilgilerinden ziyade diğer piyasa katılımcılarının eylemlerine referans vererek aynı yönde pozisyon almalarını ifade eden sürü davranışı (Küçüksille & Usul, 2012, s.25), özellikle bilgi asimetrisinin derinleştiği ve belirsizliğin arttığı ortamlarda yaygındır. Rasyonel analizden ziyade piyasa genelindeki eğilimi takip etmeye dayalı bu kararlar, keskin fiyat dalgalanmalarına, spekülative balonların oluşmasına ve ani piyasa çöküşlerine neden olabilir (Banerjee, 1992, s.798; Lux, 1995, s.887).

Sosyal eğilimler, yalnızca irrasyonel güdülerle sınırlı değildir. Eğilimler, yatırımcıların diğer piyasa aktörlerinin eylemlerinden bilgi çıkarımı yaptıkları bir süreci de kapsamaktadır. Bu bilgi çıkarım süreci; bilgi eksikliği, yanlış bilgi veya örnekleme yanlılığı gibi faktörlere neden olabilmektedir. Faktörler ise piyasada yanıltıcı kolektif davranış kalıplarına ve kendi kendini gerçekleştiren kehanetlere yol açabilmektedir (Chamley, 2004, ss.89-91).

Sosyal eğilimlerin bir diğer boyutu olan bulaşma etkisi ise belirli yatırımcı gruplarından veya piyasalardan kaynaklanan davranış kalıplarının diğer piyasalara hızla yayılması olarak tanımlanmaktadır. Bu etki, finansal krizler sırasında daha da belirginleşmektedir. Etki ayrıca, yatırımcıların risk algılarını sadece kendi verilerine göre değil, çevrelerinden aldıkları tepkilere göre de şekillendirmelerine neden olmaktadır (Kodres & Pritsker, 2002, ss.672-674). Geleneksel piyasalarda günler süren bulaşma süreci, sosyal medya ağlarının sağladığı anlık etkileşim ve bilgi akışı sayesinde artık saniyelere inmektedir. Dolayısıyla, dijitalleşmeyle birlikte yerel bir panik dalgasının küresel bir piyasa şokuna dönüşme hızı, dikkat çekici seviyelere ulaşmaktadır.

Sosyal öğrenmenin temel mekanizmalarından biri olarak kabul edilen sürü davranışı, bireylerin başkalarının tutum ve kararlarını gözlemleyip benzer eylemlerde bulunması olarak ifade edilmektedir (Bandura, 1977, s.22). Finans piyasaları bağlamında, "sürü davranışı" kavramıyla daha da detaylandırılan bu olgu, yatırımcıların kendi rasyonel analizlerini bir kenara bırakıp diğer piyasa aktörlerinin eylemlerine odaklandıkları karar alma süreçlerini tanımlamaktadır. Özellikle bilgi asimetrisi, belirsizlik ve sosyal baskının yoğun olduğu ortamlarda, yatırımcılar kalabalığın eğilimini takip ederek pozisyon almayı tercih etme eğilimi göstermektedirler (Bikhchandani, Hirshleifer & Welch, 1992, ss.995-997). Bu tür davranışsal refleksler, piyasalarda rasyonel temellerden kopuk sistematik sapmalara ve spekülative balonların oluşmasına yol açabilmektedir (Öztürk, 2026). Dijital platformlarda geniş takipçi

kitlesine sahip "etkili" yatırımcıların paylaşımları, bu taklit mekanizmasını geniş kitleler için anlık bir referans noktasına dönüştürmektedir. Sosyal medyanın algoritmik yapısı sürekli olarak benzer görüşleri öne çıkararak yatırımcıları bir yankı odasına hapsetmektedir. Bu durum bireysel analiz olasılığını sınırlandırmakta ve dijital dünyada sürü psikolojisinin hızlı ve kontrolsüz yayılmasına yol açmaktadır.

Davranış teorisinin büyük bir kısmı, yatırımcı davranışına ilişkin çeşitli önyargılar üzerine kuruludur ve bu durum çelişkili sonuçlara yol açmaktadır (Coval & Shumway, 2001, s.1). Bilişsel önyargılar, bilginin zihinsel depolanması, güncellenmesi ve işlenmesi aşamalarındaki algısal hatalardan veya metodolojik eksikliklerden kaynaklanmaktadır (Döm, 2003: 3; McFadden, 1998, s.1). Bu düşünce şekli, yatırımcıların kendi yeteneklerini abartmalarına, aşırı özgüvenli olmalarına, aşına oldukları şirketlere yönelmelerine ve mevcut bilgilerine kıyasla yeni verilere daha az tepki vermelerine neden olmaktadır. Ayrıca bireylerin daha fazla bilgiyle daha başarılı olacaklarına inanmalarına ve yalnızca kendi görüşlerini destekleyen kaynakları dikkate almalarına yol açmaktadır. Tamamen ortadan kaldırılamayan önyargılar; deneyim, öğrenme süreçleri, uzmanlaşma ve disiplinli karar alma mekanizmaları yoluyla en aza indirilebilmektedir (Küçüksille & Usul, 2012, s.24). Bu bağlamda yatırımcıların mevcut görüşlerini destekleyen verilere odaklanma eğilimi (doğrulama yanlılığı), sosyal medya algoritmaları tarafından beslenen yankı odalarıyla dijital piyasalarda daha da derinleşmektedir. Sosyal medya platformları, bireylerin ilgilendiği ve onayladığı içeriğe öncelik vererek onları tek taraflı bir bilgi akışına hapsetmektedir. Bu durum ise yatırımcıların rasyonellikten uzaklaşmasına ve duygusal bir "patlama" yaşamasına neden olmaktadır. Sonuç olarak, deneyim ve disiplinle aşılması gereken bilişsel önyargılar, dijital platformların sunduğu bu filtrelenmiş bilgi ortamında panik alım satım davranışı ve sistemik piyasa sapmalarıyla yer değiştirmektedir.

3. DİJİTALLEŞME VE BİLGİ ASİMETRİSİ EKSENİ

3.1. Sosyal Medya ve Yankı Odaları

Büyük veri çağının evrimi bağlamında, haberlerin ve sosyal medyanın borsa üzerindeki önemli etkisi geniş çapta dikkat çekmiştir. Haber medyası ve sosyal medya, borsayı etkileyen önemli güçler haline gelmiştir. Haber ve sosyal medyanın borsa üzerindeki etkisi, bilgi aşırı yüklenmesi, farklı duygusal ifadeler, duygu analizi teknikleri ve yapay zeka uygulamaları gibi birçok yönü içeren karmaşık ve çok boyutlu bir süreçtir.

Davranışsal finans teorisine dayanan bu çalışma, bilgi asimetrisinin ve sosyal medya içeriklerinin yatırımcı duyarlılığı ve panik yatırımlar üzerindeki etkisini incelemektedir.

Çalışmada, duygusal faktörlerin bireylerin yatırım kararlarında etkili olduğu ve bu kararların sosyal normlar, etkileşimler ve bilgi seli gibi çevresel unsurlar tarafından şekillendiği gözlemlenmiştir. Yatırımcılar, özellikle aşırı özgüven, kayıp korkusu ve zihinsel muhasebe alanlarında çeşitli psikolojik önyargılar sergileme eğilimi göstermektedirler (Sun & Wang, 2025, s.11). Tsai vd. (2016), aşırı özgüvenin irrasyonel davranış araştırmalarında önemli bir çalışma alanı olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca Qian (2024), çevrimiçi haberler ve sosyal medya aracılığıyla yayılan bilgilerin yatırımcı davranışını ve borsa dinamiklerini önemli ölçüde etkilediğini belirtmektedir. Veri çağında, sosyal medya platformları ve ana akım haber medyası, bilgi yayılımı için çok önemli kanallar haline gelmektedir. Birincil bilgi taşıyıcısı olan haberler, genellikle makroekonomik performansı ve eğilimleri aktarmaktadır. Bu bilgilerden etkilenen insanlar, borsada farklı karar alma yargılarına yol açan duygusal dalgalanmalar yaşamaktadır. Kamuoyu ifadesinin ana platformu olan sosyal medya, bu platformlarda paylaşılan bilgiler aracılığıyla kitlelerin duygusal eğilimlerini yansıtmaktadır (Sun & Wang, 2025, s.11). Ancak, farklı platformlardaki duygu farklılıkları piyasa dinamiklerini karmaşıklştırabilir. Örneğin, Twitter/X gibi platformlarda panik hakimken Reddit kanallarında iyimserliğin devam etmesi yatırımcılar arasında önemli bir kafa karışıklığına neden olabilmektedir. Bilgi asimetrisi çerçevesindeki bu tutarsızlık, yatırımcıların daha irrasyonel kararlar almasına ve piyasa oynaklığının artmasına yol açabilmektedir. İlâveten bilgi akış yoğunluğunun ve hızının yatırım piyasalarını ciddi şekilde etkileyebileceği belirtilmektedir (Sun & Wang, 2025, s.11).

Dijitalleşme süreciyle birlikte, finans piyasaları geleneksel kurumsal yapıdan bireysel yatırımcıların kolektif etkisine dayalı bir yapıya dönüşmüştür. Bu bağlamda, internet toplulukları tarafından koordine edilen 'meme hisseleri' fenomeni, dijital ortamda güçlendirilen duygunun varlık fiyatlarını temel değerlerinden nasıl ayırabileceğini ve davranışsal finansın kapsamını nasıl genişletebileceğini göstermektedir (Hussain vd., 2025). Dijitalleşmenin bu aşamasındaki en kritik unsurlardan biri, algoritmik ve yapay zeka destekli işlem sistemlerinin sosyal ağ altyapılarıyla etkileşimidir. Bu sistemler, kullanıcı etkileşimini en üst düzeye çıkarmak için tasarlanmış öneri algoritmaları aracılığıyla istemeden “algoritmik yankı odaları” yaratmaktadır (Li, 2020). "Filtre balonu" fenomeni, yankı odası kavramıyla bütünleşerek, algoritmaların kişiselleştirilmiş bilgi dünyasını nasıl daralttığını daha teknik bir şekilde açıklamaktadır. Bu dijital izolasyon, yatırımcıların karşıt görüşlere erişmesini engelleyerek eleştirel düşünmeyi etkili bir şekilde bastırmakta ve onları toplu panik dalgalarına karşı tamamen savunmasız bırakmaktadır. Li (2020), bu yankı odalarının, piyasadaki baskın yükseliş veya düşüş anlatılarını sürekli olarak güçlendirerek oynaklığı körükleyen tehlikeli geri bildirim döngüleri yarattığını savunmaktadır. Dahası, bu yapılar beraberinde dijital etik sorunları ve

kasıtlı finansal manipölasyon risklerini de getirmektedir. Özellikle yapay zeka tarafından üretilen sahte içerik (deepfake görüntüler veya bot hesapları tarafından yayılan raporlar) siber güvenliğin sınırlarını zorlayabilmekte ve yankı odaları içinde yıkıcı "panik tetikleyicileri" olarak işlev görebilmektedir. Bu döngüler içinde, farklı kaynaklardan gelen aynı bilginin sürekli tekrarı (tekrarlayan bilgi), yatırımcıda yanıltıcı bir onay sinyali olarak algılanan 'yanlış bir yenilik hissi' yaratmaktadır. Yankı odasında aynı haberi tekrar tekrar gören yatırımcı, bunun bağımsız kaynaklardan gelen yeni bir onay olduğuna inanarak yanlış bir güvenlik hissi geliştirmektedir. Bu durum ise panik alım veya satım kararlarını daha da güçlendirmektedir. Platformun hem bilgi sağlayıcı hem de etkileşim sağlayıcı olduğu bu iki yönlü piyasa dinamiği (Rochet & Tirole, 2006), yatırımcı psikolojisinin dijital kanallar tarafından gerçek zamanlı olarak şekillendirildiği bir ekosistemi tanımlamaktadır.

3.2. Dijital Bilgi Asimetrisi

Spekülatif ortamlar; bilgi asimetrisi, yüksek belirsizlik ve duygusal yönlendirmelerin piyasa koşullarına hâkim olduğu durumlarda oluşarak piyasaların etkin işleyişini sekteye uğratmaktadır (Black, 1986, s.530). Günümüz dijital ekosisteminde bu asimetriyi besleyen en temel unsurlardan biri olan söylentiler, piyasa katılımcıları arasında ciddi bir bilgi eşitsizliğine yol açmaktadır (Çokak, 2025, s.36). Finansal piyasalarda bu tür bir bilgi boşluğu oluştuğunda, söylentiler bu boşluğu hızla doldurarak piyasaların rasyonel çalışmasını engellemektedir (Black, 1986, s.530). Davranışsal finans çerçevesinde değerlendirildiğinde söylentiler; çoğu zaman doğrulanmamış içerikler barındırmasına rağmen yatırımcı psikolojisini doğrudan etkileyerek varlık fiyatlarında sert dalgalanmalara, aşırı tepkilere veya spekülatif balonlara neden olabilmektedir. Bu süreçte fiyatların temel değerden sapması kısa vadeli oynaklığı artırsa da, uzun vadede fiyatların temel değerlere yaklaşma eğilimi sürmektedir (Çokak, 2025, s.36).

Yatırımcıların yatırım portföylerini ve kararlarını güncelleme şekli, teknolojinin gelişmesiyle değişime uğramaktadır (Yang, 2023). Sosyal medya platformları gibi çevrimiçi kaynaklar, bireyler arasında birincil iletişim kanalları haline gelmekte ve yatırımcıların bilgi edinme şeklini biçimlendirmektedir (Gan vd., 2020). Sosyal medya, diğer medya araçlarının sağlayamayacağı küresel erişim ve çevrimiçi araştırmalar için en zengin bilgiyi sunan yeni bir kamu bilgi kaynağı olma yolunda ilerlemektedir (Audrino & Tetereva, 2019; Rakowski vd., 2021, Long vd., 2023). Geleneksel kitle iletişim araçlarından daha geniş ve hızlı bilgi yayma avantajı sunan sosyal medya, SEC (Securities and Exchange Commission - Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonu) tarafından adil açıklama politikası kapsamında düzenlenmektedir.

Düzenleyici kurum, şirketlerin Twitter gibi platformları önemli bilgi duyuruları için kullanmasına resmen izin vermektedir (Yang, 2023).

Sosyal medyanın finansal piyasalar üzerindeki yansımaları, dijital bilgi asimetrisinin derinliğine ve piyasanın yapısal özelliklerine bağlı olarak değişebilmektedir. Gelişmiş ekonomilerin finansal piyasaları genellikle yüksek likidite, gelişmiş regülasyon ortamı ve düşük bilgi asimetrisi özelliklere sahiptir. Bu nedenle sosyal medya duyarlılığının etkisi daha kısa vadeli fiyat hareketleriyle sınırlı kalabilmekte ve piyasa tarafından daha hızlı dengelenebilmektedir. Gelişmekte olan piyasalarda ise dijital bilgi asimetrisi daha keskin hissedilebilmektedir. Bu piyasalarda sosyal medya kaynaklı veri akışı, yatırımcı kararları üzerinde kalıcı ve asimetrik etkilere sebep olabilmektedir. Şeffaflığın kısıtlı olduğu ortamlarda, negatif duyarlılığın fiyatlamalar üzerindeki etkisi pozitif verilere kıyasla daha güçlü seyredebilmektedir. Böylelikle dijital mecralar, bilgi eşitsizliğini derinleştiren birer araç haline dönüşebilmektedir (Çokak, 2025, s.54). İlaveten, dijital bilgi asimetrisi sadece verilere erişimle sınırlı kalmamakta, veri işleme hızı ve doğrulama kalitesiyle de şekillenebilmektedir. Sosyal medyanın yarattığı bilgi bombardımanında, kurumsal yapıların verileri filtreleme yeteneği, bu teknolojik yeteneğe sahip olmayan yatırımcılara karşı yeni bir teknolojik asimetri oluşturabilmektedir. Dijitalleşme, her ne kadar bilgiyi demokratikleştirmiş gibi görünse de, "gürültüden" anlamlı sinyaller çıkarabilme yeteneği, bilgi eşitsizliğinin en temel belirleyicisi haline gelebilmektedir.

4. DUYARLILIKTAN PANİĞE GEÇİŞ MEKANİZMASI

4.1. Sosyal Medya Duyarlılığının Panik Yatırım Davranışlarına Dönüşümü

Yatırımcılar, finansal yatırım kararları alırken bilişsel süreçlerin yanı sıra yoğun bir duygusal etki altındadır. Araştırmalar; mutluluk, kaygı ve coşku gibi duyguların yatırım tercihlerini ve dolayısıyla nihai yatırım performansını doğrudan şekillendirdiğini ortaya koymaktadır (Ağgül, 2026; Verma vd., 2025; İrfan vd., 2023; Usul, 2020). Ayrıca, yatırım coşkusu yüksek olan bireylerin finansal kararlarda daha etkin seçimler yapabildiği gözlemlenmektedir (Sun & Wang, 2025, s.12). Ayrıca korku ve bencillik gibi negatif duygusal tepkilerin karar verme performansında ciddi bozulmalara yol açtığı vurgulanmaktadır (Lerner vd., 2015). Bu durum, finansal kararların yalnızca rasyonel verilerle değil, bireyin içinde bulunduğu psikolojik durumun niteliğiyle de açıklandığını göstermektedir.

Sosyal medya; anlık doğası, yüksek etkileşimi ve geniş kapsamıyla yatırımcıların birincil bilgi ve görüş platformu haline gelmiştir. Bu platform, finansal varlıkların sayısal verilerle ölçülmesi zor olan soyut niteliklerini (piyasa algısı, yatırımcı psikolojisi vb.) dilsel

içerikler üzerinden yansıtabilmektedir (Audrino vd., 2019; Antweiler & Frank, 2005). Örneğin; Seeking Alpha, Facebook, Twitter ve Reddit gibi mecraların finansal piyasalar üzerinde belirgin etkileri bulunabilmektedir (Chen vd., 2004). Özellikle Twitter'ın sunduğu yüksek ayrıntı düzeyi, piyasa duyarlılığının gerçek zamanlı analizine imkân tanıyabilmektedir (Cookson & Niessner, 2023; Schnaubelt vd., 2020). Twitter'daki anlık mesajların tonunu analiz etmek, haberleri yorumlamayı mümkün kılabilir (Yang, 2023). Dijital veriler, yatırımcı duyarlılığının doğrudan bir yansıması olarak piyasayla eşzamanlı bir senkronizasyon oluşturabilmektedir (Cookson & Niessner, 2023; Schnaubelt vd., 2020). Tweet hacminin Dow Jones Sanayi Ortalaması Endeksi'nin günlük hareketleriyle olumlu korelasyon göstermesi ve Twitter akışındaki ani artışların hisse senedi getirileri üzerinde tahmin gücüne sahip olması bu duruma örnek olarak gösterilebilmektedir (Yang, 2023).

Günümüz piyasalarındaki işlem bilgilerinin eksikliği ve belirsizlik ortamı, bireylerin belirli bir veri akışı karşısında rasyonel analiz yerine "körü körüne" bir takip eğilimine girmesine neden olmaktadır (Chen, 2020). Sosyal psikoloji ve davranışsal finans çerçevesinde açıklanan bu sürü davranışı, yatırımcıların karar alma mekanizmalarını doğrudan manipüle etmektedir. Davranışsal psikoloji araştırmaları, bu süreçteki duygusal yönelimleri iki ana grupta sınıflandırmaktadır: "İyimserlik" ve "açgözlülük" duygularıyla hareket eden coşkulu yatırımcılar, temel riskleri göz ardı ederek yüksek fiyatları kovalama eğilimi göstermekte ve bu durum piyasa balonlarının oluşmasına yol açmaktadır (Sun & Wang, 2025, s.11; Chen, 2023). Buna karşın, "karamsarlık" ve "kayıp korkusu" ile hareket eden panik halindeki yatırımcılar, varlıklarını hızla elden çıkarma refleksi göstererek piyasada keskin düşüşleri ve sert fiyat dalgalanmalarını tetiklemektedir (Chen, 2023). Nitekim, kısıtlı zaman diliminde verilen bu duygusal tepkiler, bireysel bir korkunun kolektif bir panik dalgasına dönüşerek piyasa dinamiklerini temel değerlerden sapırtmasına zemin hazırlamaktadır (Lerner vd., 2015).

Wall Street Journal'daki günlük içerikler incelenerek; yüksek medya karamsarlığının piyasa fiyatlarında aşağı yönlü bir baskı yarattığı, aşırı yüksek veya düşük karamsarlık düzeylerinin ise yüksek piyasa işlem hacmine yol açacağı öngörülmüştür (Tetlock, 2007). Finansal piyasalarda gözlemlenen bu anomaliler; geleneksel finans teorileri ve özellikle etkin piyasa hipoteziyle çelişen, sistematik ve öngörülebilir getiri kalıpları olarak tanımlanmaktadır. Bu sapmalar genellikle yapısal piyasa kusurları, bilgi asimetriteri ve irrasyonel yatırımcı davranışlarının bir bileşkesi olarak ortaya çıkmaktadır (Çokak, 2025, s.20).

Günlük düzeyde yapılan analizler, sosyal medya duyarlılık faktörünün haber duyarlılığına kıyasla çok daha baskın bir aşırı getiri ve güçlü bir fiyatlandırma gücü sergilediğini göstermektedir (Zhou vd., 2024). Bu kısa vadeli periyotta, sosyal medya üzerinden

yayılan olumsuz bilgilerin hızla yatırımcı paniğini tetiklediği ve borsada sert düşüşlere neden olduğu; olumlu bilgilerin ise fiyat artışlarını desteklediği saptanmıştır (Wang & Vergeer, 2024). Buna karşın, analiz periyodu aylık düzeye yayıldığında piyasa dinamikleri değişmektedir. Özellikle oynaklık temelli anomalilerde, sosyal medya duyarlılığının açıklayıcı gücü önemli ölçüde zayıflarken, geleneksel haber duyarlılığı faktörünün etkisi artış gösterebilmektedir (Zhou vd., 2024). Bu durum, kısa vadeli dijital duygu dalgalanmalarının ve anlık panik tepkilerinin uzun vadede piyasa tarafından özümsemişi olarak görülebilmektedir.

4.2. Literatür Taraması

Finansal piyasalar ile yatırımcı psikolojisi arasındaki etkileşimi ele alan çalışmalar, sosyal medya ve dijitalleşmenin bu süreçteki belirleyici rolünü ortaya koymaktadır. Konuya temel oluşturan çalışmalardan Verma vd. (2025), duyguların yatırım kararları ve risk değerlendirmesi üzerindeki bilinçaltı etkilerini sistematik bir literatür taramasıyla inceleyerek "Rasyonel-Duygusal Yatırım Modeli"ni önermiştir. Çalışma, finansal karar alma süreçlerinde duygusal istikrarın önemini vurgulamıştır.

Yatırımcı psikolojisinin nörolojik ve demografik boyutlarını inceleyen Aksoy (2021), EEG (Electroencephalography - Beyin Elektro Grafisi) verileriyle yaptığı çalışmada Türk yatırımcılarının küresel düzeyle uyumlu nöropsikolojik tepkiler verdiğini tespit etmiştir. Yatırımcıların kayıp olasılığında amigdala, kazanç beklentisinde ise ödül merkezi (nucleus accumbens) bölgesinin aktifleştiğini kanıtlamıştır.

Irfan vd. (2023), piyasa bilgisinin üstün yatırım performansında kritik rol oynadığını ve duygusal finans unsurlarının (kaygı, mutluluk, iyimserlik) performansla pozitif ilişkili olduğunu saptamıştır. Aydın ve Demirtaş (2023), yüksek finansal okuryazarlığa sahip bireylerin önyargılara daha az eğilimli olmasına rağmen, bilgi fazlalığı nedeniyle "karar yorgunluğu" yaşadıklarını ve dijitalleşmenin karar kalitesini her zaman yükseltmediğini belirlemiştir. Irfan vd.'nin (2023) bahsettiği "piyasa bilgisi" temel düzeyde başarı için şart olmasına rağmen, Aydın ve Demirtaş'ın (2023) vurguladığı bilgi akışı, dijitalleşmeyle birlikte kontrolsüz bir bilgi seline dönüşebilir. Diğer bir ifadeyle bilgi, yatırımcıya belirli bir noktaya kadar doğrusal fayda sağlarken, o noktayı geçtikten sonra azalan verimler kanunu devreye girmektedir. Bu aşamada yatırımcı, rasyonelliğini kaybederek karar yorgunluğu yaşayabilir.

Karahan (2021) çalışmasında, genç yatırımcıların dijital platformları daha aktif kullanarak daha fazla risk aldığını ve yüksek özgüven sergilediğini, kadın yatırımcıların ise duygusal tepkilerini daha iyi kontrol ederek uzun vadeli stratejiler benimsediğini tespit etmiştir. Maretta ve Redwood (2025), yatırımcı duyarlılığı ve aşırı özgüven önyargısının uluslararası

borsalardaki piyasa oynaklığı üzerindeki etkilerini incelemiştir. Bulgular, her iki davranışsal faktörün de piyasa oynaklığını önemli ölçüde artırdığını göstermiştir. Sonuçlar, piyasaların rasyonel ve tamamen verimli olmadığını, aksine insan bilişi ve duygularından doğrudan etkilendiğini göstererek davranışsal finans teorisini desteklemektedir. Karahan'ın (2021) belirttiği gibi, piyasaya dijital kanallardan giren genç yatırımcıların yüksek özgüveni ve risk iştahı, bireysel düzeyde rasyonel olmayan kararlara yol açabilir. Dijital platformlardaki milyonlarca genç yatırımcının aşırı özgüvenli ve duygusal kararları birleştiğinde, Maretta ve Redwood'un (2025) küresel ölçekte ölçtüğü "yatırımcı duyarlılığı ve aşırı özgüven dalgasına" dönüşebilir.

Polat ve Akbıyık (2019), Bitcoin fiyatları ile Twitter içerikleri arasında nedensel bir ilişki olduğunu belirlemiştir. Erdinç ve Bursa (2021) ise Ripple hakkındaki Türkçe paylaşımlar ile fiyatlar arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi saptamıştır. Yılmaz (2024) ise Covid-19 döneminde negatif tweetlerin Akçansa hisselerinde çift yönlü bir nedensellik yarattığını tespit etmiştir.

Fisher ve Statman (2000), hisse senedi performansları ile yatırımcı duyarlılığı tahminleri arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Abdullah, Alasadi ve Al-Joda (2021), Türkiye'ye özgü Twitter verileriyle sosyal medya duyarlılığı ve BIST getirileri arasında anlamlı bir ilişki bulmuş ve negatif içeriklerin etkisinin pozitiflerden daha güçlü olduğunu göstermiştir. Kim-Hahm, Abou-Zaid ve Mohd (2025), sosyal medya (Twitter) duygu durumunun hisse senedi piyasası üzerinde sürekli, olumlu ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu kapsamda finansal piyasalarda pozitif sosyal medya duyarlılık, fiyatları yukarı taşıyan sürekli bir yakıt görevi görmektedir. Öte yandan negatif duyarlılık, pozitifliğin yaratacağı etkiyi geride bırakacak kadar güçlü bir aşağı yönlü kırılma riski barındırabilmektedir.

De Bondt ve Thaler'ın (1985) aşırı tepki hipotezi çerçevesinde ele aldığı çalışmasına göre dijital mecralardaki hızlı bilgi akışı, yatırımcıların rasyonel sınırlardan sapmasını ve fiyatların temel değerden uzaklaşmasını tetiklemektedir. Fang ve Peress (2009), medya kapsamı ile beklenen hisse senedi getirileri arasındaki kesitsel ilişkiyi incelemiştir. Bulgular, bilgi yayılımının genişliğinin hisse senedi getirileri üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Tetlock (2007), medya içeriği ile borsa hareketleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bulgulara göre yüksek düzeydeki medya karamsarlığı, piyasa fiyatlarında kısa vadeli aşağı yönlü bir baskıya neden olmaktadır. Bu düşüşün ardından piyasa fiyatları yeniden öz değerine geri dönmektedir. Bollen vd. (2011) ise Twitter'daki iyimserlik artışlarının borsa getirilerini kısa vadede yükselttiğini, ancak bu durumun sonrasında bir düzeltme ile dengelendiğini göstermiştir. Şimşek ve Özdemir (2012), Twitter'daki "mutlu" ve "mutsuz"

içerikli iletiler ile İMKB 100 endeksi arasında %45 oranında bir ilişki saptamıştır. Öztürk ve Ayvaz (2018), Twitter duyarlılığının BIST 100 endeksi getirileri üzerinde kısa vadeli etkiler yarattığını ortaya koymuştur. Koç ve Yıldız (2023), BIST bankacılık hisselerinde tweetlerin kısa vadeli getiriler üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Tao ve Shao (2025), haber duyarlılığının farklı sektörlerdeki hisse senedi getirileri üzerindeki etkilerini ve çeşitli zaman ölçeklerindeki dinamik özelliklerini incelemişlerdir. Bulgular, olumsuz duyarlılığın daha belirgin etkileri olduğunu ve sektörler arası tepki farklarını ortaya koymaktadır. Haber duyarlılığı kısa vadede net bir birikim, salınım ve ayarlama süreci gösterirken, uzun vadede yatırımcı duyarlılığının istikrara kavuşmasıyla etkisi azalmaktadır. Bu bulgulara göre, kitle iletişim araçları ve sosyal medya piyasalarda gürültü etkisi yaratmakta ve yatırımcılar bu gürültüye aşırı tepki vermektedir. Öte yandan gerçekleşen bu etkinin kısa vadeli olduğu tespit edilmektedir. Bu bağlamda ampirik kanıtlar, finansal piyasaların tamamen rasyonel işleyen bir yapıya sahip olmadığını, anlık duygusal dalgalanmalarla yönlenen bir yapıda olduğunu gösterir niteliktedir.

Bireysel kararları etkileyen faktörlere odaklanan Medetoğlu ve Saldanlı (2022), sürü davranışı, dışsal etkenler, bilişsel yanılsamalar ve demografik unsurlar arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulmuştur. Şahin ve Garda (2025), kripto paraların psikolojik çekiciliğini analiz etmişlerdir. Bulgularda aşırı özgüven, sürü psikolojisi ve kayıptan kaçınma gibi eğilimlerin piyasada yüksek volatiliteye neden olduğunu; sosyal medya üzerinden yayılan haberlerin irrasyonel hareketleri tetikleyerek fiyatları hızla değiştirdiğini vurgulamıştır. Bu bulgular bir arada değerlendirildiğinde; Medetoğlu ve Saldanlı (2022) bireysel yatırımcının zihnindeki psikolojik ve demografik mekanizmaların birbiriyle pozitif ilişki içinde çalıştığını göstermektedir. Şahin ve Garda (2025) ise bu zihinsel mekanizmaların sosyal medya eliyle kripto para borsaları gibi spekülasyon alanlarında nasıl yüksek oynaklık ve ani fiyat hareketleri şeklinde somut birer piyasa riskine dönüştüğünü belirtmektedir.

SONUÇLAR

“Yatırımcı Duyarlılığı ve Panik Yatırımları: Dijital Bilgi Asimetrisi ve Sosyal Medya Ekseninde Bir Derleme” başlıklı bu çalışma, modern finans piyasalarında dijital bilginin ve ona eşlik eden duyarlılığın piyasa istikrarı üzerindeki belirleyici rolünü açıklamaktadır. Çalışma, haberlerin ve sosyal medyanın borsa üzerindeki etkisinin esasen bir "bilgi-psikoloji-davranış-fiyat" aktarım zinciri olduğunu ifade etmektedir.

Çalışmada, yatırımcıların rasyonel beklentilerden saparak duygusal eğilimlerle hareket edebileceği teorik olarak öne sürülmekte ve bu durumun dijital kanallar aracılığıyla

derinleşebileceği tartışılmaktadır. Literatürdeki taramalar ve ampirik araştırmalar; sosyal medyadaki olumsuz duygu yoğunluğunun, olumlu şoklara kıyasla piyasa üzerinde daha belirgin bir tepki yaratma eğiliminde olduğuna işaret etmektedir. Söz konusu asimetrik yapı, dijital bilgi yayılım hızının piyasa reaksiyonlarını ve aşırı fiyat hareketlerini tetikleme potansiyeline sahip olabileceğini göstermektedir. Bu bağlamda, kitle iletişim araçlarının tek yönlü iletimi ile sosyal medyanın iki yönlü etkileşimli yapısı arasındaki karmaşık akışın, yatırımcı duyarlılığını hızla şekillendirerek piyasa oynaklığını artırabileceği değerlendirilmektedir.

Günümüzde borsadaki trendlerin doğrudan bilgi akışı tarafından yönlendirildiği bir yapı hâkimdir. Buna rağmen haber ve sosyal medya platformlarından gelen devasa veri kütlesi, önemli ölçüde "bilgi gürültüsü" içermekte ve doğru ölçümü zorlaştırmaktadır. Bu gürültünün filtrelenerek bilginin özünün yakalanması, yatırımcıların karar alma mekanizmalarını rasyonel bir temelde güncelleyebilmeleri için önemlidir. Bu kapsamda, metin, ses ve video gibi yapılandırılmamış verilerin çok modlu modeller kullanılarak yapılandırılmış verilere dönüştürülmesi teknik bir zorunluluk olarak öne çıkmaktadır.

Dijital kanallar aracılığıyla haberlerin yanlış yorumlanması veya abartılması, bilgi asimetrisini derinleştirerek piyasa dengesini bozan döngüleri tetikleyebilmektedir. Bu nedenle, SPK (Sermaye Piyasası Kurulu) ve BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu) gibi düzenleyici otoritelerin, manipülasyon riskine karşı çok modlu modeller kullanılarak dijital mecraları aktif şekilde izlemeleri önem arz etmektedir. Yatırımcılar ve fon yöneticileri ise kısa vadeli risk yönetiminde özellikle olumsuz duygu yoğunluğunu bir "erken uyarı sinyali" olarak değerlendirmelidir.

Sonuç olarak, sermaye piyasalarının istikrarlı gelişimi ve yatırımcı korumasının sağlanması, verimli bir bilgi akışının tesis edilmesine bağlıdır. Medyanın neden olduğu aşırı duygu değişimlerini dizginlemek ve piyasa oynaklığını azaltmak ise ancak gelişmiş veri analizi ile filtreleme mekanizmalarının etkin kullanımıyla mümkündür.

ÇATIŞMA BEYANI

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

REFERENCES / KAYNAKLAR

- Abdullah, E. F., Alasadi, S. A., & Al-Joda, A. A. (2021). Text mining based sentiment analysis using a novel deep learning approach. *International Journal of Networked and Autonomous Systems*, 9(2). doi:10.22075/ijnaa.2021.5378
- Akerlof, G. A. (1970). The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500.
- Aksoy, B. (2021). Nörofinans perspektifinden yatırımcı kararlarının biyolojik temelleri üzerine bir araştırma. *Finans ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 88-104.
- Antweiler, W., & Frank, M. Z. (2005). Is all that talk just noise? The information content of internet stock message boards. *The Journal of Finance*, 59(3), 1259-1294.
- Audrino, F., & Tetereva, A. (2019). Sentiment spillover effects for US and European companies. *Journal of Banking & Finance*, 106, 542-567.
- Aydın, S., & Demirtaş, M. (2023). Dijitalleşme, finansal okuryazarlık ve yatırımcı davranışı arasındaki ilişki. *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, 38(451), 73-96.
- Ağgöl, S. (2026). *Duygusal zekâ perspektifinden yatırımcı davranışları*. Özgür Yayınları. doi:10.58830/ozgur.pub1315
- Baker, M., & Wurgler, J. (2007). Investor sentiment in the stock market. *Journal of Economic Perspectives*, 21(2), 129-152. doi:10.1257/jep.21.2.129
- Banerjee, A. V. (1992). A simple model of herd behavior. *The Quarterly Journal of Economics*, 107(3), 797-817. doi:10.2307/2118364
- Barber, B. M., Odean, T., & Zhu, N. (2008). Do retail trades move markets? *Review of Financial Studies*, 22(1), 151-186.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bikhchandani, S., Hirshleifer, D., & Welch, I. (1992). A theory of fads, fashion, custom, and cultural change as informational cascades. *Journal of Political Economy*, 100(5), 992-1026.
- Bikhchandani, S., & Sharma, S. (2001). Herd behavior in financial markets. *IMF Staff Papers*, 47(3), 279-310.
- Birru, J., & Young, T. (2022). Sentiment and uncertainty. *Journal of Financial Economics*, 146(3), 1148-1169.
- Black, F. (1986). Noise. *The Journal of Finance*, 41(3), 528-543. doi:10.1111/j.1540-6261.1986.tb04513.x

- Bollen, J., Mao, H., & Zeng, X. (2011). Twitter mood predicts the stock market. *Journal of Computational Science*, 2(1), 1-8.
- Brown, G. W., & Cliff, M. T. (2004). Investor sentiment and the near-term stock market. *Journal of Empirical Finance*, 11(1), 1-27.
- Chamley, C. P. (2004). *Rational herds: Economic models of social learning*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Chen, C. (2020). Research on the psychology of securities investors from the perspective of behavioral finance. *Finance and Economics*, 16, 25-27.
- Chen, H., Noronha, G., & Singal, V. (2004). The price response to S&P 500 index additions and deletions: Evidence of asymmetry and a new explanation. *The Journal of Finance*, 59(4), 1901-1930.
- Chen, W. (2023). Differential analysis of the impact of investor sentiment on stock index returns: Empirical research based on the CSI 300 Index. *Finance*, 13(2), 334-342.
- Chiou, W. J. P., Knewton, H. S., & Nofsinger, J. R. (2019). Paying attention to social media stocks. *International Review of Economics & Finance*, 59, 106-119. doi:10.1016/j.iref.2018.08.009
- Cookson, J. A., & Niessner, M. (2023). Investor disagreement: Daily measures from social media. *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.4529594
- Cornelli, F., Goldreich, D., & Ljungqvist, A. (2006). Investor sentiment and pre-IPO markets. *Journal of Finance*, 61(3), 1187-1216.
- Çelebi, G., Karaman, Ç., & Bozacı, İ. (2024). Yüksek enflasyon ortamında panik yatırım ve yatırımları kaçırma korkusunun bireysel yatırım performansına etkisinin incelenmesi. *Premium e-Journal of Social Sciences*, 8(47), 1260-1269.
- Çokak, G. (2025). *Sosyal medyadaki yatırımcı yorumları ve endeks etkileşimi: Bankacılık endeksi üzerinde bir araştırma* (Basılmamış doktora tezi). Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Da, Z., Engelberg, J., & Gao, P. (2015). The sum of all FEARS investor sentiment and asset prices. *Review of Financial Studies*, 28(1), 1-32.
- De Bondt, W. F. M., & Thaler, R. (1985). Does the stock market overreact? *The Journal of Finance*, 40(3), 793-805.
- De Long, J. B., Shleifer, A., Summers, L. H., & Waldmann, R. J. (1990a). Noise trader risk in financial markets. *Journal of Political Economy*, 98(4), 703-738. doi:10.1086/261703
- De Long, J. B., Shleifer, A., Summers, L. H., & Waldmann, R. J. (1990b). Positive feedback investment strategies and destabilizing rational speculation. *Journal of Finance*, 45(2), 379-395.

Dolan, R. J. (2002). Emotion, cognition and behaviour. *Science*, 298(5596), 1191-1194. doi:10.1126/science.1076358

Döm, S. (2003). *Yatırımcı psikolojisi*. İstanbul: Değişim Yayınları.

Edmans, A., García, D., & Norli, Ø. (2007). Sports sentiment and stock returns. *The Journal of Finance*, 62(4), 1967-1998. doi:10.1111/j.1540-6261.2007.01262.x

Elkind, D., Kaminski, K., Lo, A. W., Siah, K. W., & Wong, C. H. (2022). When do investors freakout? Machine learning predictions of panic selling. *Journal of Financial Data Science*, 4(1), 11-39.

Erdinç, U., & Bursa, N. (2021). COVID-19 pandemi sürecinde Twitter yorumları ile altcoin kripto para piyasası arasındaki nedenselliğin duygu analizi ile incelenmesi: Ripple örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 19(4), 362-381. doi:10.11611/yead.991718

Fang, L., & Peress, J. (2009). Media coverage and the cross-section of stock returns. *The Journal of Finance*, 64(5), 2023-2052. doi:10.1111/j.1540-6261.2009.01493.x

Fisher, K. L., & Statman, M. (2000). Investor sentiment and stock returns. *Financial Analysts Journal*, 56(2), 16-23.

Ftiti, Z., Fatnassi, I., & Tiwari, A. K. (2016). Neoclassical finance, behavioral finance and noise traders: Assessment of gold-oil markets. *Finance Research Letters*, 17, 33-40. doi:10.1016/j.frl.2016.01.002

Gan, B., Alexeev, V., Bird, R., & Yeung, D. (2020). Sensitivity to sentiment: News vs. social media. *International Review of Financial Analysis*, 67, 101390.

Hussain, S. A., Qiu-Shi, C., Saleem, F., Hussain, S. A., Hussain, S. A., & Komal, A. (2025). Algorithmic echo chamber: How AI and social media platforms influence and amplify investor sentiment. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(15), 1149-1158. doi:10.47772/IJRISS.2025.915EC00738

Irfan, M., Adeel, R., & Malik, M. S. (2023). The impact of emotional finance, and market knowledge and investor protection on investment performance in stock and real estate markets. *SAGE Open*, 13(4), 1-18. doi:10.1177/21582440231206900

Karahan, M. (2021). Davranışsal finans çerçevesinde yatırımcı demografisinin piyasa kararlarına etkisi: Borsa İstanbul örneği. *İktisat ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 412-437.

Karakuş, T. F. (2022). Yatırımcı davranışında bilişsel önyargılar ve hevristikler. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(16), 57-70. doi:10.54709/iisbf.1135271

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.

Kaustia, M. (2010). Disposition effect. İçinde H. K. Baker & J. R. Nofsinger (Eds.), *Behavioral finance: Investors, corporations, and markets* (ss. 169-189). Hoboken, NJ: Wiley & Sons.

- Keynes, J. M. (1937). The general theory of employment. *The Quarterly Journal of Economics*, 51(2), 209-223.
- Kim-Hahm, H., Abou-Zaid, A. S., & Mohd, A. (2025). News vs. social media: Sentiment impact on stock performance of big tech companies. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(12), 660. doi:10.3390/jrfm18120660
- Koç, H., & Yıldız, B. (2023). Sosyal medya verileri ile finansal duyarlılığın ölçülmesi: Bankacılık hisseleri üzerine bir uygulama. *DEÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(4), 1275-1295.
- Kodres, L. E., & Pritsker, M. (2002). A rational expectations model of financial contagion. *The Journal of Finance*, 57(2), 769-799. doi:10.1111/1540-6261.00441
- Küçüksille, E., & Usul, H. (2012). Bilişsel önyargılar ve yatırımcı kararlarına etkisi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 4, 24-35.
- Lerner, J. S., Li, Y., Valdesolo, P., & Kassam, K. S. (2015). Emotion and decision making. *Annual Review of Psychology*, 66, 799-823.
- Li, T., Chen, H., Liu, W., Yu, G., & Yu, Y. (2023). Understanding the role of social media sentiment in identifying irrational herding behavior in the stock market. *International Review of Economics & Finance*, 87, 163-179. doi:10.1016/j.iref.2023.04.016
- Li, Y. (2020). *Data-driven marketing and behavioral insights*. Cham, Switzerland: Springer.
- Long, S., Lucey, B., Xie, Y., & Yarovaya, L. (2023). "I just like the stock": The role of Reddit sentiment in the GameStop share rally. *Financial Review*, 58(1), 19-37.
- Lux, T. (1995). Herd behaviour, bubbles and crashes. *The Economic Journal*, 105(431), 881-896. doi:10.2307/2235156
- Mangee, N. (2018). Stock returns and the tone of marketplace information: Does context matter? *Journal of Behavioral Finance*, 19(4), 1-11. doi:10.1080/15427560.2018.1405268
- Maretta, L., & Redwood, J. (2025). Investor sentiment, overconfidence, and market volatility: Insights from global stock exchanges. *Journal of Management and Informatics*, 4(3), 931-946. doi:10.51903/jmi.v4i3.300
- McFadden, D. (1998). Rationality for economists? *Journal of Risk and Uncertainty*, 19(1), 1-36. doi:10.1023/A:1007863007855
- Medetoğlu, B., & Saldanlı, A. (2022). Bireylerin yatırım kararlarında maruz kaldığı anomali ve hevristikler üzerine ampirik bir çalışma. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 53-74. doi:10.26650/JEPR936253
- Merton, R. C. (1987). A simple model of capital market equilibrium with incomplete information. *The Journal of Finance*, 42(3), 483-510. doi:10.1111/j.1540-6261.1987.tb04565.x
- Nofsinger, J. R. (2005). Social mood and financial economics. *Journal of Behavioral Finance*, 6(3), 144-160.

- Öztürk, N., & Ayvaz, S. (2018). Sentiment analysis on Twitter: A text mining approach to the Syrian refugee crisis. *Telematics and Informatics*, 35(1), 136-147.
- Öztürk, S. Ç. (2026). Kriz ve balon dönemlerinde rasyonel yatırımcı davranışı: Geleneksel ve davranışsal finans perspektiflerinden değerlendirme. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 61(1), 1079-1098. doi:10.63556/tisej.2026.1842
- Polat, M., & Akbıyık, A. (2019). Sosyal medya ve yatırım araçlarının değeri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Bitcoin örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 14(1), 443-462.
- Qian, Y. (2024). *Research on the impact of news media information on stock returns* (Basılmamış doktora tezi). Nanjing University of Information Science and Technology, Çin.
- Rakowski, D., Shirley, S. E., & Stark, J. R. (2021). Twitter activity, investor attention, and the diffusion of information. *Financial Management*, 50(1), 3-46.
- Rochet, J. C., & Tirole, J. (2006). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 4(5), 990-1029.
- Schnaubelt, M., Fischer, T. G., & Krauss, C. (2020). Separating the signal from the noise—financial machine learning for Twitter. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 114, 103895.
- Shefrin, H., & Statman, M. (1985). The disposition to sell winners too early and ride losers too long: Theory and evidence. *The Journal of Finance*, 40(3), 777-790.
- Shiller, R. J. (2003). From efficient markets theory to behavioral finance. *Journal of Economic Perspectives*, 17(1), 83-104.
- Smales, L. A. (2014). News sentiment in the gold futures market. *Journal of Banking & Finance*, 49, 275-286. doi:10.2139/ssrn.2309868
- Sun, Y., & Wang, Y. (2025). The impact of news and social media on the stock market. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 180(1), 10-17. doi:10.54254/2754-1169/2025.22600
- Şahin, İ. E., & Garda, N. (2025). Kripto paraların psikolojik çekiciliği ve yatırımcı davranışları: Davranışsal finans perspektifinden bir inceleme. *Akşehir Meslek Yüksekokulu Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 107-121.
- Şimşek, M., & Özdemir, M. (2012). Twitter duyularının İMKB 100 endeksi üzerindeki etkisi. *İçinde Akademik Bilişim Konferansı 2012 Bildirileri* (ss. 1-8). Uşak: Uşak Üniversitesi.
- Tao, Y., & Shao, Y. (2025). The impact of news media sentiment on financial markets. *SSRN*, 1-15. doi:10.2139/ssrn.5404535
- Tetlock, P. C. (2007). Giving content to investor sentiment: The role of media in the stock market. *Journal of Finance*, 62(3), 1139-1168.
- Tomak, S. (2011). Girişimcilik ve bilişsel yanlılık. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(1), 72-95.

- Tsai, Y. S., Chang, C. P., Tzang, S. W., & Liou, Y. J. (2016). The impact of stock prices, risks and business cycle on overconfidence. *İçinde 2016 10th International Conference on Innovative Mobile and Internet Services in Ubiquitous Computing (IMIS)* (ss. 551-555). IEEE.
- Usul, N. (2020). Finansal yatırım kararında duygusal faktörlerin rolü: Bir literatür taraması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 87, 225-238. doi:10.25095/mufad.756303
- Verma, S., Rao, P., Burton, B., & Kumar, S. (2025). Interconnectedness of emotions with investment decision-making: A conceptual framework. *Journal of Economic Surveys*, 40(1), 116-132. doi:10.1111/joes.12706
- Vozlyublennaa, N. (2014). Investor attention, index performance, and return predictability. *Journal of Banking & Finance*, 41, 17-35.
- Wang, X., & Vergeer, M. (2024). Effect of social media posts on stock market during COVID-19 infodemic: An agenda diffusion approach. *SAGE Open*, 14(1), 1-17.
- Yang, N. (2023). *The effects of social media sentiment on financial markets: A high-frequency study* (Doktora tezi). Auckland University of Technology, Yeni Zelanda.
- Yılmaz, F. (2024). COVID-19 döneminde Twitter ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(2), 507-525.
- Zhou, Y., Tang, C., & Lin, Z. (2024). Market sentiment, investment factors, and asset pricing: A comparative analysis based on news and social media. *Journal of Econometrics*, 4(3), 568-586.