

Başvuru: 19 Ekim 2015

Revizyon: 13 Aralık 2015

Kabul: 20 Aralık 2015

OnlineFirst: 28 Aralık 2015

Copyright © 2015 • Türkiye İktisadi Girişim ve İş Ahlakı Derneği

www.isahlakidergisi.com

DOI 10.12711/tjbe.2015.8.0001R • Kasım 2015 • 8(2) • 325-327

Kitap Değerlendirmesi

Ağ Toplumu Sosyal Sermaye Değeri Üretebilir mi? Can Network Society Produce Social Capital Value?

Enes Eryılmaz¹
Kırklareli Üniversitesi

Sosyal Medya ve Gençlik

Mehmet Emin Babacan

İstanbul, 2015, Açılım Kitap, 238 sayfa

Gezi Parkı eylemleri sonrasında önemi Türkiye’deki geniş kitlelerce farkedilen ve araştırmacıların ilgisini çeken sosyal medya, daha erken bir tarihte Mehmet Emin Babacan tarafından masaya yatırılmış ve 2012 yılında kendisinin “Toplumsal Paylaşım Ağlarında Sosyal Sermaye Pratikleri” adıyla doktora çalışması yapmasına neden olmuştur. Hâlen İnönü Üniversitesi’nde iletişim sosyolojisi üzerine çalışan Babacan doktora tezini geliştirerek “Sosyal Medya ve Gençlik” başlığıyla kitaplaştırmıştır. Yazar aslında Türkiye’de lisans düzeyinde öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerinden *sosyal medya* ve *sosyal sermaye* ilişkisini araştırmaktadır. Bu çerçevede eserde sosyal paylaşım ağlarının sosyal sermayeye katkısının imkânı sorulmaktadır. Nitel ve nicel yöntemlerin birlikte kullanıldığı bu araştırmada Babacan sosyal medyanın üniversite gençliğinin hayatında ciddi bir yer tutmasına rağmen onların sosyal sermayelerine hatırı sayılır bir katkı sağlamadığını iddia etmektedir. Zira araştırmının sonuçları insanların sosyal medya vesilesiyle yeni bir sosyal sermaye değeri üretmek yerine mevcut sosyal sermayelerini sosyal paylaşım ağlarına taşımakta olduklarını göstermektedir.

Babacan’ın cevabını aradığı sorular şunlardır: Sosyal medya pratikleri bireylerin sosyal sermayelerine katkı sağlayabilir mi? Sanal bir ortam olan sosyal medyanın gençlerin gerçek hayattaki sosyal sermayelerine bir katkısı olabilir mi? (s. 16). Şu hâl-

¹ Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe Anabilim Dalı, Kavaklı Yerleşkesi, Kavaklı, Kırklareli 39000. Eposta: enes.eryilmaz@klu.edu.tr

Atıf: Eryılmaz, E. (2015). Ağ toplumu sosyal sermaye değeri üretebilir mi? [*Sosyal medya ve gençlik* kitabının değerlendirmesi, M. E. Babacan]. *İş Ahlakı Dergisi*, 8, 325–327.

de yazar sosyal paylaşım ağları ve sosyal sermaye ilişkisini araştırarak aslında gerçek hayatla sanal hayat arasındaki farka ışık tutmaktadır. Saha çalışmasından gelen veriler gerçek hayattan sanal hayata doğru bir sosyal sermaye aktarımının gerçekleştiğini fakat sanal hayattan gerçek hayata doğru bir sosyal sermaye aktarımının olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla sosyal medyanın yeni bir sosyal sermaye değeri üretilmediği, yalnızca gerçek hayattaki sosyal sermayenin sanal ortama taşındığı ve orada tüketildiği görülmektedir (s. 155). Babacan bu sonuca sosyal sermaye literatüründen özellikle *güven, karşılıklılık, sosyal ağlar* ve *normlar* ile toplumsal paylaşım ağlarındaki *sosyalleşme, güven, siyasal katılım, paylaşım, psikolojik tatmin, eğlence ve özgürlük/demokrasi* unsurları arasında bir izdüşüm yaparak ulaşmıştır (s. 193). Sözelimi sosyal sermayenin en önemli unsurlarından biri olan güven faktörünün sosyal medyadaki ağırlığına bakıldığında oldukça düşük bir karşılık ortaya çıkmaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre üniversite öğrencileri sosyal medyada tanıştıkları kişilerden ziyade gerçek hayattaki yakın çevrelerine güvenmektedirler (s. 165). Sonuç olarak, sosyal paylaşım ağlarının sosyal sermayenin en önemli unsurlarından birisi olan güven duygusuna katkı sağlamadığı, insanların yine gerçek hayattaki arkadaşlarına ve akrabalarına karşı güven besledikleri görülmektedir (s. 169). Sosyal medyada kurulan arkadaşlık bağlarının zayıf olması başta güven olmak üzere karşılıklılık ve normlar gibi sosyal sermaye unsurlarının da zayıf kalmasına neden olmaktadır (s. 198). Araştırmada sosyal medyadaki sosyal sermaye ölçümüne yönelik olarak belirlenen özgürlük/demokrasi faktörü ise toplumsal paylaşım ağlarındaki büyük bir eksikliğe işaret etmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin büyük bir çoğunluğu sosyal medyada mutlak özgürlük olmaması gerektiğini, insanların bir şekilde sınırlandırılması gerektiğini iddia etmektedir (s. 187). Bu anlamda sosyal medya ortamında bazı düzenleyici kurallar olması gerektiğini söylemektedirler. Bir diğer deyişle, sosyal paylaşım ağlarındaki özgürlüğün istismar edilmesini önlemek için bazı normların gerekliliği konusunda hemen herkes görüş birliğindedir. Bilindiği gibi normlar sosyal sermayenin de belirleyici unsurlarındandır. Herhangi bir toplumun ortak normlarının olmaması, o toplumu bir arada tutan sosyal sermayenin olmadığı ya da çok zayıf olduğu anlamına gelir. Şu hâlde günümüzde sosyal medyada düzenleyici normların olmaması insanların güvenini sarsmakta ve bu platformda sosyal sermaye değeri üretilmesini engellemektedir (s. 199-200). Sosyal paylaşım ağları sosyal sermayeye yeterli katkı sağlayamadığı için geriye psikolojik tatmin ve eğlence işlevinden başka pek de bir şey kalmamaktadır (s. 183). Katılımcıların çoğu bu tezi doğrulamaktadır. Sosyal medya gençlerin “psikolojik ve psiko-sosyal” (s. 191) güdülerini tatmin etmekten öteye geçememektedir.

Araştırmada hem nitel hem de nicel yöntemlerin kullanılması Babacan’ın tezinin güçlü yanlarından. Anketlerle sosyal medya fenomeninin genel resmi çıkarılmış, yapılandırılmış ve derinlemesine mülakatlarla hipotezlerin sağlanması yapılmıştır. Anket formu sosyal paylaşım ağlarının yapısına uygun olarak serbest dolaşıma (vi-

ral dağılım) sokularak veriler toplanmıştır. Analiz yöntemleri ve faktörlerin tespiti de gayet yerinde olmuştur. Araştırmanın örnekleminin Türkiye'deki üniversitelerde lisans eğitimi yapan öğrencilerden seçilmesi de bu kesimin sosyal medyayı en çok kullanan kesim olması nedeniyle isabetli olmuştur.

Babacan'ın çalışmasının en önemli özelliği ise Türkiye'deki sosyal medya çalışmalarının öncülerinden olmasıdır. 2012 yılında yapılan bu araştırma literatüre ciddi bir katkı sağlamıştır. Yeni araştırmacılar için gerek yöntem gerekse içerik açısından yol gösterici olmuştur. Bu anlamda Babacan'ın en önemli tavsiyelerinden biri yeni medya araçlarından biri olan sosyal medyanın geleneksel yöntemlerle ve kavramlarla anlaşılamayacağıdır. İsaletli araştırmalar yapılabilmesi için sosyal medyanın ruhuna uygun olarak yeni kavramların ve yeni yöntemlerin bulunması gerekmektedir (s. 126-7). Bu artıların yanında belki küçük bir eksiklik olarak eserin literatür taraması kısmında genellikle ikincil kaynakların kullanılması söylenebilir. Çünkü doktora çalışmasında araştırmacıların birincil kaynaklara gitmesi beklenmektedir.

Sosyal medya deyince tabii ki ilk akla gelen Facebook, daha sonra ise Twitter, Youtube, Instagram gibi platformlardır. Çalışmada gençler kendilerini Facebook'da daha rahat ifade edebildiklerini söylemektedirler (s. 142). Facebook üzerinden araştırma yapmak yanlış değil, ancak sosyal sermaye gibi bir kavram araştırıldığında belki bundan sonraki çalışmalarda WhatsApp gibi platformlarda da araştırma yapmak gerekmektedir. Çünkü Babacan'ın çalışmasında da görüldüğü gibi insanlar sosyal medya ortamına çok da güvenmemekte ve bu ortamı daha çok eğlence amacıyla kullanmaktadırlar. Lakin WhatsApp uygulaması Facebook gibi uygulamalardan çok daha özel ve samimi bir ortam sunmaktadır. *Esas* sosyal ağların buralarda kurulduğu görülmektedir. Bu yüzden WhatsApp gibi platformlarda kurulan grupların sosyal sermaye değeri üretme ihtimalleri çok daha yüksektir. WhatsApp platformu üzerinden yapılacak bir sosyal sermaye araştırması çok daha olumlu neticeler verebilir.

Sonuç olarak Babacan'ın çalışması sosyal medya literatürüne önemli bir katkı sağlamıştır. Alan araştırması Babacan'ın hipotezini doğrulamıştır. Babacan çok akıcı bir dille sosyal sermaye gibi bir kavramın teorik ve pratik yönlerini Türkiye'deki çeşitli üniversitelerde lisans eğitimi gören gençler üzerinden ortaya koymuştur. Netice olarak sosyal paylaşım ağlarının bireylerin sosyal sermayelerine ciddi bir katkı sağlamadığını göstermiştir. Sosyal medya kalıcı ve etkin bir sosyal sermaye değeri üretmemektedir. Araştırma bulgularına göre insanlar sosyal medyada sinerji yaratamamaktadırlar. Gençler sosyal paylaşım ağlarını daha çok psikolojik tatmin ve eğlence amacıyla kullanmaktadırlar. Sanal ortam gerçek hayata taşınabilecek bir sosyal sermaye değeri sağlayamamaktadır. Aksine insanlar gerçek hayattaki sosyal sermayelerini sanal ortama taşıyıp tüketmektedirler.