

## **NEW AGE İNANIŞ VE UYGULAMALARINDAN OLAN ASTROLOJİNİN FACEBOOK SOSYAL AĞINDAKİ DOLAYIMLI ANAHTAR KELİMELERLE İÇERİK ANALİZİ (2018-2019)**

Gülenay Pınarbaşı<sup>1</sup>

### **Öz**

New Age İnanış ve Uygulamalarından olan Astrolojinin Facebook Sosyal Ağındaki Dolayımli Anahtar Kelimelerle İçerik Analizi (2018-2019) isimli çalışmamızın konusu, kadim bir uygulama ve inanış olarak astrolojinin, kültür endüstrisi kuramı bağlamında değerlendirilmesidir. Çalışmada astrolojinin şemsiye kavramları Yeni Dini Hareketler ve New Age inanış ve uygulamaları bir bütün olarak değerlendirilmiş ve yeni iletişim teknolojileri ile ilişkisinin olumlu ve olumsuz yönleri üzerinde durulmuştur. Çalışmanın kuramsal anlayışı, eleştirel teoriden beslenmiştir. Bu kapsamda, 2018 ve 2019 tarih aralığında Facebook'ta yayımlanmış astroloji odaklı iletiler arasından yapılandırılmış anahtar kelimelerle seçilmiş 542 paylaşıma içerik analizi uygulanmıştır. Çalışma öncesinde anahtar kelimelerin objektif kriterlerle belirlenmesi amacıyla literatür taraması, katılımcı gözlem ve derinlemesine görüşme çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda Facebook'un antik bir inanışı kozmopolitleştirerek endüstriyel ölçekte tüketimine yol açan bir araca dönüştüğü ve üretim-tüketim dinamiklerine aracılık yaptığı tespitinde bulunmak mümkündür.

**Anahtar Sözcükler:** Astroloji, Facebook, İçerik analizi, Kültür endüstrisi, New Age.

### **Abstract**

The purpose of our article that is named "Facebook Mediated Keywords Content Analysis of Astrology, A Part of New Age Beliefs and Practices, (2018-2019)" is to analyze and assess astrology, which is an ancient practice and belief, within the context of culture industry hypothesis through social media posts. In this research, New Religious Movements and New Age beliefs and practices, which are umbrella concepts of astrology, were thought of as one and the positive and negative aspects of the relationship they have with the new communication technologies were highlighted. The doctrine of this research utilizes critical theory. Within this scope, among Facebook posts that were published in 12 months, between the dates of 2018 - 2019, we chose 542 posts that were keyword configured and practiced content analysis on them. The research is supported with materials, participant observation and comprehensive interviews. This research aims to understand the relationship between astrology that reaches a wide audience through Facebook, and culture industry. According to the research, it is possible to determine that Facebook hybridizes an ancient belief and turns it into a tool that can be consumed on an industrial scale and it mediates the dynamics of production and consumption.

**Keywords:** Astrology, Content Analysis, Culture Industry, Facebook, New Age.

---

<sup>1</sup> Doktor.

## **Giriş**

Sanayi Devrimi ile birlikte 18.yy'ın sonu, 19.yy'ın başlarından itibaren değişen toplum yapısının bir yansıması olarak bazı kelimeler ve kavramlar hem yaygın kullanılmaya hem de yeni anlamlar kazanmaya başlamıştır. Bu değişimin ana hatlarını ortaya koyan kelimeler ve kavramlardan ikisi, kültür ve endüstridir. Batıdan başlayarak, tedricen dönüşen toplumlar, eski dünyadan farklı bir yaşam tarzı kurmuşlardır. Sanayi Devrimi öncesi beceri, çalışkanlık, sebat gibi anlamlar içeren endüstri kelimesi, sonrasında imalat ve üretime dönüşmüştür. Endüstri gibi kültür kelimesi de aynı dönemlerde değişikliğe uğramıştır. Eski dünyada doğal yolla büyüme, insanın yetiştirilmesi anlamları taşıyan kültür; anlam genişlemesine uğramış, çeşitli bakımlardan değerlendirilmeye başlanmıştır. Bunlardan biri de kültür endüstrisidir. Kültür ve endüstri kelimelerinin referans alanı geniş ve karmaşık olmakla beraber Adorno'nun kavramsallaştırmasıyla bugüne gelen somut yeni bir alana işaret etmektedir. Çok çeşitli alanları içine alan kültür endüstrisi içinde, inançlar sahası, folklorik unsurlar, mitler, batıl inançlar, antik döneme ait panteist yaklaşımlar hatta kurumsal dinlerin bazı unsurları da yer almaktadır.

Son birkaç yüzyılda ekonomik, sosyal, toplumsal, dinî, yönetsel olarak değişen ve bütün cemaat bağlılıklarını dışlayarak “yükselen” ve “bireyi” tanımlayan modern insan; özgürlük ve bireyselleşme içinde yalnız kalmanın acısını çeşitli biçimlerde dillendirmektedir. Modern insan sekülerleşirken dini yok etmemiş ancak dinî inancın yerini değiştirmiştir. Bugün dünyanın dört bir yanında yükselen dini hareketler hakkında gazeteci, araştırmacı ve akademisyenlerin din ve modern dünya ilişkisi hakkında yaptıkları izahatlar aslında dinlerin hiçbir şekilde ortadan kaybolmadığını, yön değiştirdiğini göstermektedir. Bu yön değiştirme çeşitli biçimde ve uygulamalarda tezahür etmiştir. Bu biçimlerden biri de kadim inanışlara anlam yüklenmesi ve yeniden üretilmesidir. Adeta “yeni” bir kutsal<sup>2</sup> söz konusudur. Kozmopolitik biçimlerinin (Castells, 2013: 72) tezahürleri olan bu dinî ya da dinî kabul edilmeyen anlamlar, küresel bir ağa dönüşmektedir. Bu “yeni” kutsala dair kültürel içeriklerin üretimi ve dağıtımını medya araçlarının çeşitlenmesi ile paralel bir süreç izlemektedir.

Yeni Dini Hareketler ve New Age olarak isimlendirilen akımların temel sorusu, Pitagoras'tan bugüne uzanan “mutlu yaşam” tartışmasıdır. Kurumsal dinlerle bu mutlu yaşama kavuşamayacaklarını düşünenler önce 19. yy'ın sonunda Hint dinlerini ve Budizmi ardından mitolojik inançları moda gibi dolaşıma sokmuşlardır. Adorno'ya göre bu mutluluk ihtimali, II. Dünya Savaşı sonrası modern toplumların vaatlerini gerçekleştiremeyeceği anlaşıldığı için çok azalmıştır. Adorno'yu doğrulayan bir araştırmacının sonuçlarını Baumann paylaşmıştır; savaş sonrası yıllarda ABD, Britanya gibi ülkelerde yaşam standartlarındaki muazzam ilerlemeye rağmen Amerikalıların mutluluklarının azaldığı tespit edilmiştir (2008). Bauman bu değerlendirmeyi Robert E. Lane'nin Yale Üniversite'sinde 2000 yılında yaptığı araştırmadan aktarmıştır. Adorno,

<sup>2</sup> Varlık, anlam ve hakikate dair fikirlerle ilişkili olmak kaydıyla dine dair şeyler (Eliade, 1969, s.1).

bu mutlu olmama halini kitle iletişim araçları ile tanıtılan, arzu uyandırılan metalara ulaşamama ile birlikte değerlendirmiş ve “süreğen mutsuzluk” tanımını yapmıştır (akt. Kulak, 2017, s. 42). Bu sözü geçen mutsuzluğun sonuçlarından biri de anlam arayışı, antik dinlerle ve pagan inancıyla harmanlanmış New Age inanış ve uygulamalarına ilgidir. Bu mutsuzluğa dikkat çeken düşünürlerden biri olan Baudrillard, “Simülarklar ve Simülasyon” kitabında (2014), “batı tarihinin yapı taşı moral bozukluğudur ve batı dünyası dışındaki dünyalara bakmalıyız” demiştir. Bu bakış, kimi mecalarda diğer kültürlerle ilgi ve merak şeklinde gelişmişken kimilerinde de ahlak ve moral değerlere, dinî inanışlara yönelik şekilde tezahür etmiştir. Diğer kültürlerle ve okült<sup>3</sup> uygulamalara duyulan bu ilgi yeni medya araçlarında çeşitlenerek ve büyük vaatlerle yerini almıştır.

Diğer yandan köklü bir sekülerleşmenin<sup>4</sup> ve aşırı rasyonelleşmenin<sup>5</sup> sonuçlarından biri olarak Amerikan yaşam tarzı ve diğer gençlik kültürleri<sup>6</sup> karşımıza çıkmaktadır (Eliade, 2017: 126). Çeşitli bakımlardan “kutsala dönüş” olgusundan (Bell’den aktaran Arslan, 2011) bahsedilmektedir. Bu kutsala dönüşün biçimi, kurumsal dinlere olacağı gibi “her şeye” inanma olarak da tezahür edebilme kıvraklığına sahiptir (Arslantürk, 1998: 16). Robert Bellah, bu her şeye inanmayı olağan bulur çünkü O’na göre dinin özünde geçmişte kabul edildiği gibi toplumu düzenleyici ve bütünleştirici özellikleri değil insanın varoluşsal sorunlarına cevap bulduğu bir durum vardır.

Din<sup>7</sup> denilince sadece kurumsal dinleri anlamak yanlış olacaktır. Çünkü insanoğlunun nihai gerçeklikle ilişkisi artık sadece dini kurum ve grupların tekelinde kalmaz (aktaran: Köse, 2014-A). Modern dönemde tekrar gündeme gelen antik çağlara ait inanış ve uygulamaların bir kurum olan din kavramı içinde yer alıp almadığına dair çeşitli görüşler mevcuttur. Gidilen yol, şeriat anlamına gelen din kelimesi, bir inanç sisteminin kapsadığı dogmaların ve ibadet şekillerinin tümüdür. Bu çerçeveden bakınca

---

<sup>3</sup> Okültizm: Gizemcilik. İlk kez 19. yy’ın ilk yarısında isim olarak kullanılmıştır. Ana Britanica’da mistisizm ile eş anlamlı olarak kullanılmıştır. Ezoterizm ile eş anlamlı kullanım yanlışlığı yaygındır. Ezoterizm tanrı ile bir olma, özne ile nesne arasındaki uzaklığın geçici süre için ortadan kalkması iken okültizm uygulamalar aracılığı ile bir yakınlaşma umududur (Algan, 2006, s. 128)

<sup>4</sup> İngilizce bir kelime olan sekülerleşmeyi literatüre 1851 yılında George Jacob Holyok, fikirlerini teizmden ayırmak için sokmuştur. Asad, bu kelimeyi ilk ele alanları ve kullananları detaylı tartışmış ve temel hedeflerinin hristiyan dünyasında kafir, ateist suçlamalarına maruz kalmamak olduğunu ifade etmiştir (Asad, 2007, s. 36).

<sup>5</sup> Rasyonelleşme kelimesinin Türkçe karşılığı akılcılıktır. Klasik sekülerleşme ve modernleşme teorileri, modern toplumların giderek kurumsal dinlere ve geleneğe karşı yabancılaştıklarını ileri sürerler. Aydınlanmaya göre hesaplanabilirlik ve yararlılık ölçütüne uymayan her şey kuşkuludur. Modern toplumlar gittikçe daha rasyonel hale gelmektedirler. Rasyonelleşme, bilgiyi deney ve gözlemlerle doğrulanabilir olarak kabul ederken tinsel bilgi ve geleneksel birikim 19.yy’dan itibaren bu kabulün dışına itilmiştir.

<sup>6</sup> Kült kavramı, yeni dini hareketlerin en önemli tanımlamalarından birini oluşturur. YDH çerçevesinde Kült, toplumda yaygın olarak kabul gören, kurumsallaşmış dini gruplardan farklı inanç ve ibadetleri benimseyen insanların bir araya gelmesiyle oluşan gruplara verilen bir isimdir. Ezoterik, faydacı, kısa ömürlü, tehlikeli dini gruplar olarak özetlenebilir. Kültürel hareketler ise üyelerine hem spiritüel hem de maddi alanda destek sunan daha organize yapılarıdır (Kurt, 2017, s.277).

<sup>7</sup> Kurumsallaşan dinlerin dört temel özelliği vardır, tabiatüstü bir nitelik taşır, Kutsaldır, değişmezdir, gönülden bağlılık ve teslimiyet gerektirir.

“New Age<sup>8</sup> inanış ve uygulamaları bir din midir” sorusunun cevabı “bir din değildir” olarak verilebilir. YDH<sup>9</sup> ve New Age inanış ve uygulamalarının tek bir din olarak tanımlanmasının zor olduğunu ve bir hareket olduğunu düşünenlerle beraber henüz bir form olarak gelişemediğini söyleyenler de vardır (Saliba, J. 2003). Bu inanışların savunucuları bu form olamamayı açıklarken düalizm<sup>10</sup> içerdiğini öne sürmektedir. Oysa bu inanış ve uygulamalar, “oxymoron” yani birbiriyle çelişen durumları barındırmaktadır. Bauman, astroloji özelinde popüler mistik öğelerini değerlendirirken “ekmek bıçağı” benzetmesi yapmaktadır (2002). O’na göre mistik öğelerle insanın ruh dünyasında huzur verici gelişmeler olabileceği gibi insanların sömürülmesi de mümkün görünmektedir. Adorno, YDH ve New Age inanış ve uygulamaları için “New Age kültleri” tanımlamasını kullanmıştır. Adorno ve Horkheimer aydınlanma ile birlikte araçsal aklın ve bilimin, mitik hale geldiğini, daha önce dine atfedilen körü körüne itaat ve tapınma tarzlarını yeniden ürettiğini söylemektedir (Best ve Kellner, 2016).

Eliade, batıda geleneksel kitle iletişim araçlarıyla, astrolojinin çağdaş dünyanın toplumsal ve politik sorunlarına çözüm bulduğunu hatta “kurtuluş bilimi” gibi propaganda yapıldığını vurgulamaktadır (2017, s. 12). Yani insan artık tesadüfen geldiği saçma ve anlamsız bu dünyada yabancılaşmış ve işe yaramaz değildir. Bir biçimde kurtuluş bilimi olarak takdim edilen astroloji, yeni medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte bugün daha da itibar kazanmıştır. Pragmatik ve psikolojik açıdan temellendirilmiş astrolojik tavsiye biçimi altındaki rasyonellik ile bu tavsiyenin kaynağında yatıp onu şekillendiren akıl dışılığın birleşmesi Adorno’nun tabiriyle yarı-bilgin insan tipini üretmeye devam etmektedir. Yıldızların hareketi ile büyüden arınmış “popüler” bir psikoloji sistemi anlatılmaktadır. Adorno’ya göre astrolojinin cazibesi, birbiriyle alakasız bu iki alanı birbiriyle ilişkilendirmesinde yatar. Astroloji, eleştirel kuramın<sup>11</sup> bir anlamda “toplumsal vicdan azabı”dır; farklı alanlar arasında kurduğu kör sentez, entelektüel iş bölümünün ve eleştirel düşünceye can veren bütünselliğin anlaşılabilirliğinin sonucudur (2011, s.27).

Tarih boyunca bilim adamlarının eğitiminin bir parçası olan astroloji bugün tarihsel kökenlerinden farklı bir form kazanmıştır. Bu yeni formu, New Age inanış ve uygulamaları kapsamında kabul edilmekte ve değerlendirilmektedir. Ağları makro bağlamda kültür endüstrisi ile ilişki içinde değerlendirmeye yönelik bir araştırma olan bu çalışmada astrolojinin Facebook’ta konumlandığı yeri anlama çabası güdülmüştür. Eleştirel medya çalışmaları, üretim, tüketim ve dağıtımın toplumsal ilişkileri bağlamındaki okumaları, yorumları ve nihayetinde eleştirileri yansıtan bir yaklaşımdır (Aydoğan, 2017:3). Douglas Kellner, ağları yorumlayıp anlayabilmek için metin ve

<sup>8</sup> New Age Movements. Yeni Çağ inanışları.

<sup>9</sup> New Religious Movements. Yeni dini hareketler. İkisi arasındaki fark Religious yani dini kelimesinin eksikliğidir. Yani biri dini hareketler iken diğeri Yeni Çağ Hareketi’dir.

<sup>10</sup> Düalizm: kâinata olan her şeyi açıklayan birbirinden farklı, birbirine karşıt iki temel ilkenin varlığını kabul eden felsefi görüş; ikircilik

<sup>11</sup> Kritische Theorie.

bağlamın diyalektiği ekonomi, politika ve medya kültürünün<sup>12</sup> sosyal ve kültürel boyutları arasındaki bağlantı ve kavşakların önemine dikkat çeker. Araştırmada bu bağlantılar ve kültürel boyutlar, inanç<sup>13</sup>, kutsal ve tüketim bağlamında metalaşma olarak ortaya konmaya çalışılmıştır.

Diğer yandan medya araçları ile kültürler gittikçe medyatikleşmekte<sup>14</sup> ve bu araçlarla dolayım<sup>15</sup> giren konularla toplumsal refleksler şekillenmektedir. Bu noktada öne çıkan durum ise Lyotard'ın bahsettiği bilginin post-endüstriyel çağda statüsünün değişmesidir (2019:12). Çalışmada Batı dünyasında görülen ve bilginin süreç-ürün olarak değişmesi ile ortaya çıkan inançsal dönüşümler, parapsikolojik araştırmalar, simgeciliğe dönüş, spiritüel çevreler gibi bütün bu ezoterik ve egzoterik yaklaşımlar New Age inanış ve uygulamaları olarak isimlendirilmiştir. Astroloji bu şemsiye kavram altında, içinde inanç unsurları da barındıran bir uygulamadır. 5 bin yıllık bir geçmişe dayanan astroloji, bugün birden fazla türe ayrılmaktadır. Çalışmada Facebook üzerindeki içerik analizi Batı astrolojisi kullanarak içerik üretenlerle sınırlanmıştır. Giriş bölümünün ilerleyen başlıkları altında araştırmanın, sorusu, amacı, önemi yer almaktadır.

### **Araştırmanın Sorusu**

Literatürde yeni dinî hareketler şemsiyesi altında New Age olarak tanımlanan birçok inanış ve ritüel mevcuttur. Bir anlamda tekno-çileciliğe varan bu yeni-pagan uygulamalar önemli sayıda takipçiye ulaşmaktadır. Bu yeni inanış ve uygulamaların merkezinde modern birey durmaktadır. Sosyal ağda kurulan bağlantılar, bireyin, evreni<sup>16</sup> anlama çabası, kendini keşfetme arzusu etrafında örülmekte, bu durum bireyin yaşam tarzını etkileyen bir sürece evrilmektedir. Antik devirlerle bağlantılı panteist anlayışlardan, majiye kadar çok çeşitli inanışların gündelik hayatta internet kanalıyla dolaşıma sokulması ve bireylerin dünya görüşlerinde belirgin bir yer edinmesi yeni bir

---

<sup>12</sup> Kellner'in Medya kültürü tanımı şöyledir, kültür endüstrisi ve medya el ele bir kültür yaratmıştır bu kültüre medya kültürü denir.

<sup>13</sup> İnanma/sanı. İngilizce belief, Yunanca Doxa kelimesi ile ifade edilen duygu (Filiz, 1997, s. 19).

<sup>14</sup> Medyatikleşme kavramı, İngilizce ve Almanca literatürde "mediatization" ve "mediatisierung" olarak yer alır. Burada kastedilen anlam, medyada geniş yer bulan bir kişi ve konunun bireyleri etkileme gücü veya medyanın kültürleri şekillendirmesidir. Bu kullanımdaki medya ile temsil edilenler kitle iletişim araçlarının yanı sıra kişiler arası iletişimde kullanılan mektup, telefon, e-posta ve sosyal medyadır (Hepp, 2014, s. 7-8).

<sup>15</sup> Mediation. Dolayım kelimesini ilk Thompson kullanmıştır. Thompson, Ortaçağ'dan moderniteye geçerken kurumların dönüşümleri birçok bakımdan ele alınmışken medya ve iletişimin bu dönüşümdeki rolüne yeterince değinilmediğini söylemektedir. Baskı teknikleri ve bilginin elektronik kodlanması ile birlikte sembolik biçimler öngörülemez biçimde üretildi, yeniden üretildi ve dolaşıma girdi. İletişim ve etkileşim kalıpları geriye dönülmez biçimde değişti. Thompson, bu süreci kabaca kültürün dolayımlanması olarak tanımlamıştır. Örneğin, gazete ve tvlerde konu olan birinin ya da haberin başka bir mecrada bir daha üretilmektedir. Gelenek bile medyatikleşmiştir. Artık gelenek çıktığı coğrafya ile sınırlı değildir. Misalen Cadılar Bayramı, dünyanın her yerinde hızla gelenekleşmektedir. Diğer yandan Sonia Livingston, 2008'de yeni medya araçları üzerinden "dolayım" kelimesi ile her şeyin artarak medya ve medya üzerinden gerçekleşmesi durumu tarifi yapmıştır.

<sup>16</sup> Universe. Köken olarak orbiss univerumdan gelir. Bir, içine toplayan, birleştiren (versus) yani halkadır (orbis) (Burckhardt, 2018, s. 47).

durumdur. Bu yeni durumun anlaşılması olgunun önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bu, açıklanmaya muhtaç, yeni ve bu çağa özgü bir sorundur.

Varoluşsal gerekçelendirme, anlam arayışı sonucunda yönelim gösterilen ve New Age inanış ve uygulamaların en popüler türü olan astrolojinin, Facebook dolayısıyla metalaşması olgunun ana omurgasını oluşturmaktadır. Kutsala dair değerli olanın sosyal medyada metalaşmasının çelişkisi araştırma sorusunun somutlaştığı yerdir.

İnanma duygusu ve ihtiyacı elbette yeni bir olgu değildir. Ele alınan yeni kısım, dogmalarla örülü antik inanışların Facebook dolayımı ile karmaşıklaşması ve esnek-geçirgen bir yapıya dönmesi ve nihayetinde metalaşmasıdır. Lyotard, bu süreci bilginin statüsünün değişerek tedarikçileri ile kullanıcılarının arasındaki ilişkinin gittikçe ticari ürünlerin üreticisi ile tüketicisi arasındaki ilişki biçimine benzemesi olarak tanımlamıştır (2019:14). Süreçte etkili olan ise dil oyunları ve meşrulaştırma aracı olan kelimelerdir.

Bu araştırmanın amacı, kültür endüstrisi bağlamında New Age inanış ve uygulamalarından biri olan astrolojinin Facebook'ta yer alış biçimlerini anlamak, metalaşmayla ilişkisel bir betimleme yapmaktır. Bu bağlamda genel amacın gerçekleşebilmesi için cevaplandırılmak istenen ayrıntılı sorular aşağıdaki gibidir.

- Astroloji, Facebook'ta kültür endüstrisinin bir metarı olmuş mudur?
- İletilerde sık tekrar edilen kelimeler hangileridir?
- Bu kullanım kültür endüstrisinin nitelikleri ile ne kadar uyumludur?

### **Sınırlılıklar**

Araştırma, Facebook'ta astroloji içerikli iletilerle sınırlandırılmıştır. Facebook kaynaklı gelişen bazı sınırlılıklar da söz konusudur. Facebook'un sürekli değişken bir ortam olması nedeniyle veri sürekli değişebilmektedir. Verinin sağlığı açısından belirlenen kriterler doğrultusunda kısa süre içerisinde toplanmaya çaba harcanmıştır.

Çalışmada, Facebook'ta erişilebilen tüm astroloji grupları kapsama alınmıştır. Bu gruplarda anlık olarak yüzlerle ifade edilebilecek düzeyde yoğun paylaşımlar olduğu gözlenmiştir. Araştırma evreni belirlenirken araştırmanın amacına uygun olarak kültür endüstrisinin temel öğelerini kapsayan iletilere ulaşmak hedeflenmiştir. Bu çerçevede iletiler, araştırmacının önceden gerçekleştirdiği literatür taraması, gözlem çalışmaları ve derinlemesine görüşmeler neticesinde belirlediği anahtar kelimelerle sınırlandırılmıştır. Yine astrolojinin kendi yapısından kaynaklanan zamana bağlı döngüler göz önünde bulundurularak, iletiler 1 yıllık paylaşımlarla sınırlandırılmıştır.

### **Yöntem**

Çalışmada nitel araştırma yöntemi ve bu yöntemin birkaç tekniği benimsenmiştir. Nitel yöntemin tercih edilme sebebi D. E. Polkinghorne'in altını çizdiği gibi insanla ilgili olayların ve insanların bu olaylara yüklediği anlamın daha iyi anlaşılmasıdır (1991, s. 112). Nitel araştırma, gözlemlerle başlar ve genelde parçadan bütüne doğru devam edilir.

Nitel araştırmada araştırmacı, olayları anlamayı amaçlayarak gözlem, görüşme ve dokümanlardan yola çıkarak kavramları, anlamları ve ilişkileri açıklamaya çalışır (Karasar, 2015, 45). Bu yaklaşımla gerçekleştirilen araştırmada temel olarak Facebook iletilerine içerik analizi yapılmıştır.

İçerik analizi özellikle sosyal bilimlerde çokça kullanılan ve tercih edilen nitel araştırma yöntemlerinden biridir. Analizin farklı zamanlarda pek çok farklı kişi tarafından tanımı yapılmaya çalışılmıştır. Berelson'a göre (1952) içerik analizi, nesnel, sistematik ve nicel bir araştırma tekniğidir. Holsti'ye göre ise bir mesajın özelliklerini sistematik ve objektif bir şekilde çıkarımlar yaparak tanımlayan tekniklerdir. Kerlinger (1986) içerik analizini, iletişimi sistematik, nesnel ve nicel olarak inceleyerek ve analiz ederek değişkenlerin ölçülmesi olarak tanımlamıştır. Farklı içerik analizi tekniklerinin ortak noktaları çıkarıma dayanmaları ve mesajlarda tespit edilen, betimlenen öğelerden hareketle bir yorum getirmeleridir. İçerik analizi uygulayabileceğimiz materyaller mektuplar, günlükler, gazete içeriği, kısa öyküler, radyo programları, sosyal medya paylaşımları, belgeler olabilir (Aktaran Prasad, 2008).

İçerik analizi uygulanan araştırma verileri belirlenen anahtar kelimelerle toplanmıştır. Anahtar kelimelerin bilimsel ve objektif kriterlerle belirlenmesi amacıyla içerik analizi öncesinde nitel araştırma tekniklerinden literatür taraması, katılımcı gözlem ve yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşme çalışmaları yapılmıştır.

Literatür çalışması aşamasında çalışmanın ana konusu çerçevesinde, araştırmacı tarafından ulaşılabilen, ulusal ve uluslararası çapta basılı veya online kaynaklar taranmıştır. Literatür taraması ile astrolojinin içinde yer aldığı alandaki kavramların net anlaşılması, araştırmanın amacına yönelik olarak astrolojiyle ilişkili birçok unsurun ve ilişkiler ağının tanımlanması, analiz edilmesi, bütünsel ve akademik bir yaklaşımla sosyal medya araçlarından biri olan Facebook'taki yansımalarının analiz edilmesine temel oluşturması amaçlanmıştır.

Katılımcı gözlem çalışmasının başlangıcında kapsamlı bir araştırma yapılarak Facebook'ta tespit edilen 50 ve üzeri üyesi olan 75'ten fazla gruba üye olunmuş, bireysel veya işletme olarak sosyal medyayı aktif kullanan astrologlar ve sayfalar takibe alınmıştır. Bu takipler sürecinde paylaşılan iletiler incelenerek astrologların ve takipçilerin yeni medya ile ilişkisine dair katılımcı gözlem yapılmıştır. Modern astrolojiyle Facebook üzerinden ilgilenen bireyin, eğilimleri, arayışları ve çelişkileri anlaşılmasına çalışılmıştır.

Araştırmaya katkı sunan diğeri bir evren ise katılımcı gözlem çalışmaları kapsamında araştırmacı olarak yer alınan online astroloji eğitimleridir. Eğitimler çeşitlendirilmeye çalışılmış, araştırmacı olarak maddi olanak ve zaman oluşturuldukça değişik gruplardan aylık oturumlar satın alınmıştır. Bu eğitimler sırasında kursiyerlerin ve eğitimi veren astrologların iletişim eğilimlerine, ihtiyaçlarına ve arayışlarına dair gözlem yapılmış bu izlenimler analizlere destekleyici olarak kullanılmıştır.

Ayrıca anahtar kelimelerin belirlenmesinde uzman görüşüne başvurmak amacıyla tümü astrolog olan 7 kişiyle derinlemesine görüşme yapılmıştır. Görüşülen kişiler arasında sektörün önemli/en çok okunan ve sosyal medyada takip edilen astrologları vardır. Görüşmelerin en kısası 1,5 saat en uzununu ise 5 saat sürmüştür.

### **Evren ve Örneklem**

Araştırma evrenini Facebook iletileri oluşturmuştur. Facebook, We Are Social şirketinin dünya genelinde yayımladığı 2017 Küresel Dijital Raporuna göre sosyal medya mecralarındaki aktif üyelik dağılımlarında tüm sosyal ağlar arasında ilk sırada yer almıştır(Kemp, 2017). Bu durum 2020 yılında da devam etmiştir(Kemp, 2020). Araştırmanın gözlem kısmına, 2017 yılında başlanmıştır. New Age inanış ve uygulamaların Facebook'ta yer alış şekli gözlemlenerek içerik analizi yapılacak iletilerin tespit edilmesi için anahtar kelimelerin belirlenmesine yönelik veri toplanmıştır. İçerik analizi yapılacak iletiler 31 Ekim 2018 - 1 Kasım 2019 arasında tarihsel olarak sınırlandırılmıştır. Buradaki amaç temelde zamana bağlı olarak değişimleri takip eden astrolojide bir yıllık periyodun incelenerek olası yılbaşı, resmi ve milli bayramlar, doğa ve hava olayları gibi tüm durumlara dair örnek paylaşımları araştırma kapsamına almaktır.

Facebook'ta verilerin toplanması öncesinde gözlem yapılan süre boyunca gerek astrologların gerekse astrolojiye meraklı gönüllülerin kurduğu sayfa ve gruplarda takip ve üyelik başlatılmış, böylece Facebook'un arama motorlarının ağı genişletilmiştir. Çalışmada maksatlı örnekleme metoduyla 542 ileti tespit edilmiştir. Bu örneklem türünde eldeki bilgilere dayanılarak, analiz açısından karakteristik özellikler gösteren birimler, olaylar, olgular alınarak örnekleme yapılmaktadır (Yüksel, 2019).

Araştırma evrenini oluşturan iletiler seçilirken aşağıda yer alan kelimelerin yanına astroloji kelimesi eklenerek astrolojinin, varoluşsal ve anlam arayışı ile ilişkisi, antik çağlara göndermesi, kültür endüstrisinde yer alış biçimi ile ilgili içeriklere ulaşılmaya çalışılmıştır.



**Tablo 1** Araştırma Evrenini Belirlemede Kullanılan Anahtar Kelimeler (A-Z Dizimi)

1. Akik	22. Giz/Gizem	43. Maji	64. Rasyonelleşme
2. Anlam Arayışı	23. Gnostizm	44. Meditasyon	65. Risk
3. Apollo	24. Gölge Yan/ Gölge Yön	45. Medya/ 46. Medyatik	66. Ritüel
4. Arketip <sup>17</sup>	25. Güven <sup>18</sup>	47. Melek	67. Sarkaç
5. Astronomi <sup>19</sup>	26. Heliosentrizm	48. Metafizik	68. Seminer
6. Aura	27. Hermes/Hermesçi / Hermetik	49. Mineral	69. Sezgi
7. Batın/Batını	28. Himalaya Tuzu	50. Mistagoji	70. Sır Dinleri
8. Batıniyye	29. İnisiyasyon	51. Mistik/ Mistisizm	71. Simya <sup>20</sup>
9. Batlamyus	30. İrfan	52. Mithra/ Mithraizm	72. Soteriyoloji
10. Bilimsel	31. İskenderiye/ İskenderiye Okulu	53. Modern	73. Spiritüel/ Spiritüellik
11. Bireyselleşme/ Birey Olma	32. Kabala	54. Neo Paganizm	74. Şifa
12. Bonatti	33. Kadim	55. New Age	75. Tarot <sup>21</sup>
13. Ceres	34. Karma/Dharma <sup>22</sup>	56. Okul	76. Tekamül <sup>23</sup>
14. Çakra	35. Kaygı	57. Okültizm	77. Teozofi- Teosofi
15. Denkard	36. Kehanet	58. Orpheuşçuluk	78. Tin
16. Doğal Taşlar	37. Korku	59. Paganizm	79. Trismesgetus
17. Eğitim	38. Kozmik/Kozmos	60. Panteizm	80. Tütsü
18. Eskatoloji	39. Kuranı Kerim	61. Parapsikoloji	81. Ücret
19. Ezoterik/ Ezoterizm	40. Kutsal	62. Popokültizm	82. Yin ve Yong- Yang

<sup>17</sup> Archetype. Özgün model, ilk örnek, prototip. Jung'un arketiplere önerdiği son tanımlardan biri, insan doğasının parçası olan "davranış örüntüleri" veya temayülleridir.

<sup>18</sup> Giddens'da moderntide güven ile kastedilen anlam, cehaleti veya bilgi eksikliğini paranteze alan bir "sıkı inanç" temelinde kişiler veya soyut sistemlere itaat etmektir (Giddens, 2014, s. 290).

<sup>19</sup> Astroloji ve astronomi bugün tamamen ayrı alanlar olmakla beraber tarihi olarak çıkış noktası aynıdır.

<sup>20</sup> Geleneksel gizli ilimlerde bir uygulama aracı. Antik çağda altın yapmanın yollarını öğreten sanat. Simya, kimya ilminin öncü çalışmaları olarak kabul edilir.

<sup>21</sup> Astrolojinin içinden çıkmış fal ile özdeşleşmiş bir uygulama. Occult Magazin'in gizemci geleneğe dayalı yaptığı yoruma göre (1885) kökeni Piramitlerden birinde gömülü iken bulan ve Hermes'in kitabının 78 yaprağındaki bilgiden yola çıkılarak bulunmuştur. 14. Yy'dan itibaren sembolik şekillerden oluşan kağıttan kartlar oluşturulmuştur. 18. Yy'dan sonra ise tarot kartları fal aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır (Scognamillo-Arslan, 1999, s.51).

<sup>22</sup> Karma: Hint dinlerinin temel kavramlarından biri. Evrenin ezeli düzeninden ortaya çıkan kurallarının yer aldığı doğal bir yasalar sistemidir (Aydın, 2010, s. 574-577).

<sup>23</sup> Bir insanın mümkün olan en yüksek bilinç seviyesine ulaşma. Olgunlaşma, kemale erme (İzutsu, 2001, s. 303).

20. Fal <sup>24</sup>	41. Ledünni Hikmet	63. Psyche	83. Zümrüt Tablet
21. Farkında Olarak/ Farkındalık	42. Logos	64. Rasyonel	

### **Verilerin Toplanması ve Yorumlanması**

İçerik analizi verileri, Facebook'ta 31 Ekim 2018 - 1 Kasım 2019 tarihleri arasında paylaşılmış iletiler arasından önceden belirlenen anahtar kelimelerle Facebook arama motorları kullanılarak toplanmıştır. Tüm aramalarda astroloji ve yanı sıra diğer anahtar kelime yer almıştır. İlk aşamada kriterlere uygun 638 iletiden oluşan bir veri tabanı hazırlanmıştır. Kodlama sürecinde aynı iletinin farklı kişilerce tekraren paylaşılmış olması nedeniyle birbiriyle benzerlik gösteren, anahtar kelimelere uygun olmasına rağmen astroloji bağlamından kopuk olan ve tesadüfi olarak veriye eklenen iletiler silinerek 542 veri analize alınmıştır. Birkaç kelime, bir resim veya birkaç cümleden oluşan iletiler olduğu gibi sayfalarca sürecek uzunlukta iletiler de söz konusudur. Tüm iletiler metin olarak kaydedilmiş ve elde edilen veri tabanında anahtar kelimelerin frekansları (tekrar edilme sıklıkları) sayılmıştır.

Microsoft Excel programında araştırmacı tarafından yapılan veri girişleri sonrasında aynı programda frekans verisine dayalı grafik yapılmıştır.

### **Bulgular ve Yorumlar**

1970'lerin, arama motorları öncesi, geleneksel medyadan Web 2.0'a gelişen süreçte Eleştirel Teori'nin ana çalışma konusu olan kültürel ürünlerin endüstriyelleşmesi artmıştır. Dijital medya ortamı, eleştirel medya çalışmalarının ana hatlarını oluşturan üretim-tüketim dinamiklerine her gün daha fazla aracılık etmektedir. Bir anlamda yeni medya, kültürel ürünlerin endüstriyel ölçekte tüketimi amacıyla üretilmelerine ve dağıtılmalarına yarayan fabrikalara dönmüştür (Lievrouw, 2016: 12). Diğer yandan Castells, bu yeni medya ortamının bireycilik kültürü ile Tanrı kültürü arasında iki kutuplu kültürel eğilim meydana getirdiğini söylemektedir. Söz konusu kültürel eğilim başlıca dört kültürel şekillenme doğurmaktadır. Bunlar sırasıyla tüketimcilik, ağırlara dayalı bireycilik, kozmopolitlik (ideolojik ya da dinî) ve çok kültürlülük (2013: 158). Küresel ağ toplumunun söz konusu temel kültürel örüntüleri araştırma evrenimizdeki 542 iletide araştırılmıştır. 542 iletiye uygulanan içerik analizinde aşağıdaki sorulara cevaplar aranmıştır:

Astroloji, Facebook'ta kültür endüstrisinin bir metaı olmuş mudur?

İletilerde sık tekrar edilen kelimeler hangileridir? Bu kullanım kültür endüstrisinin nitelikleri ile ne kadar uyumludur?

<sup>24</sup> "Fal, özellikle kişinin geleceği, kaderi ve talihi hakkında birtakım bilgiler elde edebilmek, ipuçları yakalayabilmek amacıyla çeşitli metotlar kullanılarak yapılan bir kehanet türüdür" (Gündüz 1998, 125). Belirli araçlar<sup>208</sup> kullanarak gelecekte olacaklar hakkında anlamlar çıkarma, gaipten haber verme" falın çeşitli açıklamalarıdır. Astroloji ise gökyüzü hareketlerinin belli bir sistem diziliminde insanlara ve olaylara etkisi üzerinden kehanet yapmaya çalışmaktadır.

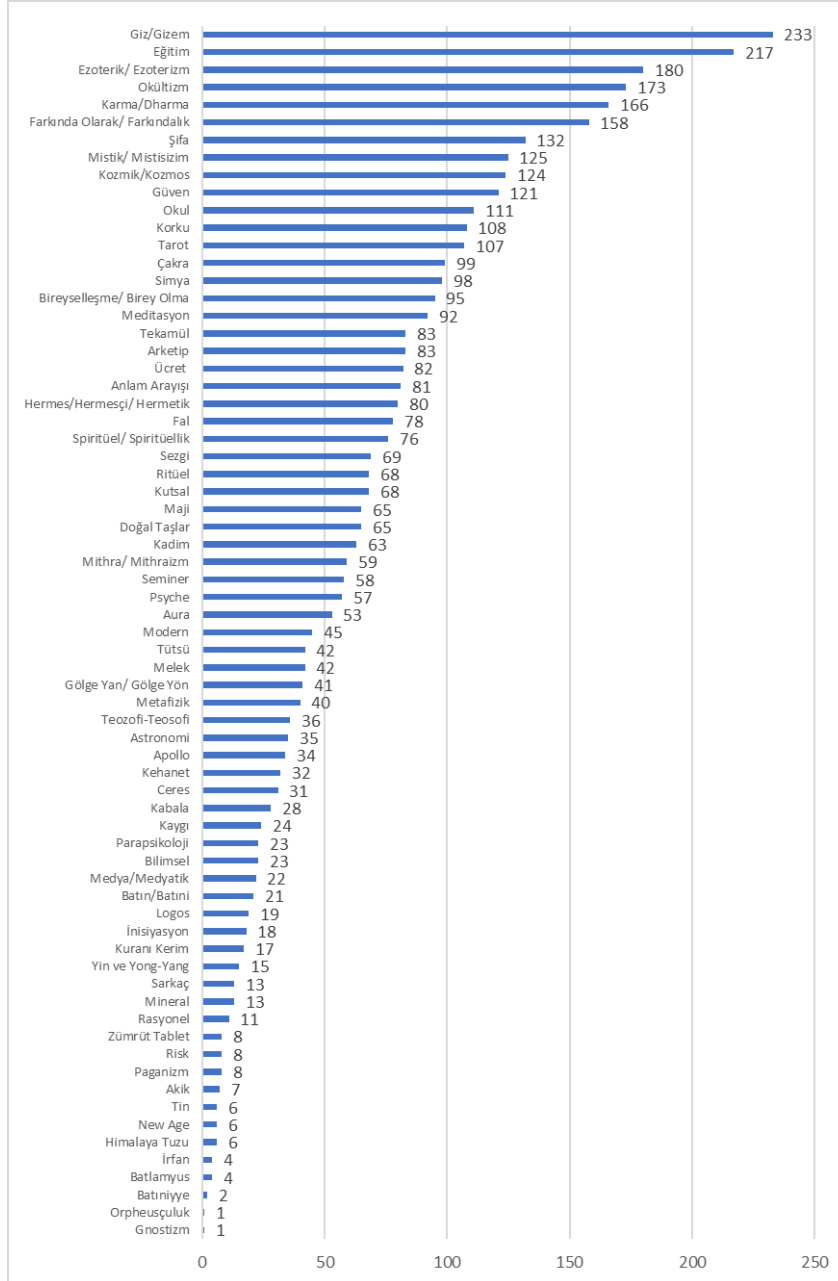
Yukarıda belirtilen sorulara cevap aranırken Facebook'ta astrolojiye yönelik üzerinden modern insanın, inanış ve seküler yaşam ikiliğinin neresinde bulunduğuna yönelik bir anlama çabasına atıflarda bulunulacaktır.

Facebook'ta yer alan iletilerin içerik analizi yapıp belirleyici rolünü kavramlaştırırken dile ait olan göstergelerden faydalanmak gerekmektedir. Bir göstergeler sistemi olan dilin en küçük birimi kelimeler, düz anlamı verdiği gibi yan anlamı da ifade edebilir. Anlam, işitsel ve imgesel olanın birleşerek kelimenin karşılığı olarak alıcının zihninde oluşmaktadır. Söz konusu düz anlam ve yan anlam, ekonomi politikten, egemen ilişkilere kadar bağlayıcı birçok unsurdan meydana gelmektedir. Bu çerçevede dilbilimci Ferdinand Saussure (2001), dilin işleyişini, göstergenin keyfiligi kavramı ile açıklamakta ve kelimelerin anlamlarını göstergenin; gösteren/gösterilen dışında pek çok farklı işleyişi de temsil ettiğini belirtmektedir. Kelimelere yeni anlam parçaları yüklendiğinde kelime halkalarında meydana getirdiği değişim hemen olmasa bile orta ve uzun vadede gözlenecektir. Kutsal alana dair kelimelerin yeni anlamlarla dijital medyanın uzantısı sosyal medyanın dili ile bozuma uğratılması sosyal medyanın uzun vadeli etkileşimdeki önemli etkisini göstermektedir.

Araştırma evrenini oluşturan iletiler seçilirken aşağıda yer alan kelimelerin yanına astroloji kelimesi eklenerek astrolojinin, varoluşsal ve anlam arayışı ile ilişkisi, antik çağlara göndermesi, kültür endüstrisinde yer alış biçimi ile ilgili içeriklere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Genel bir değerlendirme olarak birbiriyle bağlantılı ve bağlantısız pek çok kelimenin anlamında, anlamı dışında bağlamında ve bağlamı dışında kullanıldığı tespit edilmiştir. Ayrıca birbiriyle ilişkisi zor kurulabilecek unsurların aynı cümle ve ileti içinde yer aldığı tespit edilmiştir. Araştırmada yer alan anahtar kelimeler iletilerdeki tekrar sayılarına göre şöyledir:

Şekil 1 Facebook İletilerindeki Anahtar Kelimelerin Tekrar Sayıları (Toplam 4213)



**Tablo 2** Aramalarda Bulunmayan Anahtar Kelimeler

Bonatti <sup>25</sup>	Neo Paganizm <sup>26</sup>
Denkard <sup>27</sup>	Panteizm <sup>28</sup>
Eskatoloji <sup>29</sup>	Pop okültizm <sup>30</sup>
Heliosentrizm <sup>31</sup>	Rasyonelleşme
İskenderiye/ İskenderiye Okulu <sup>32</sup>	Sır Dinleri
Ledünni Hikmet <sup>33</sup>	Soteriyoloji <sup>34</sup>
Mistagoji <sup>35</sup>	Trismesgetus

Kutsala ait olan bir evrende kelimenin bir kez dahi kullanılması ya da hiç kullanılmaması kritik bir düz anlam ve yan anlam inşasına yol açmaktadır. Kutsal öğeler barındıran inanç ve uygulamalara dair konular kendi içinde aşkın bir anlam bütünlüğüne sahiptir. Pierre Bourdieu'nun *habitus*(2006) kavramıyla ifade ettiği gibi “bir dinin kendini tecessüm ettirdiği gündelik yaşam pratikleri” önemlidir. Bugünün dünyasında inanç pratikleri eski dünya kadar önemli değildir. Buna rağmen bir inanç söz konusu ise bunun anlam bütünlüğünün bilgi bağlamında sürdürülmesi gerekmektedir. Bu noktada karşımıza doğru yani sıhhatli bilginin üretilmesi ve dağıtılması meselesi çıkmaktadır. Facebook'ta paylaşılan astroloji içeriklerine baktığımızda aktarılan çok çok çeşitlenmiş bilginin sıhhatini denetleyecek otoritelerin

<sup>25</sup> 13. yy astroloğu. Guido Bonatti (1223-1300). 13. Yy'da Bologno ve Paris'te yaşamış Avrupa saraylarının önemli astrolog ve astronomu.

<sup>26</sup> Yeni putperestçilik.

<sup>27</sup> Zerdüş't dininin resmi kitabı (Gutas, 2003, s.49). Bu inanç sisteminin astroloji ile ilişkili düşünce biçimi ise kıyamete kadar süre açısından birbirine eşit dört devre ayrılan 12.000 yıl olarak kabul edilmesidir. 12 burç, 12 ay, 12 astrolojik ev sistemi 12.000 bin yıllık dünya ömrü ile uyumlu görünmektedir. Klasik astrolojide kabul edilen bir diğer Batını inanış olan ölen ruhun dünya dışındaki yolculuğu, Zerdüş'tlükteki ölüm sonrasındaki yolculuk ile örtüşmektedir. Buna göre ruh sırasıyla yıldızları, ayı ve güneşi geçerek ancak ilâhî âleme ulaşabilmektedir (Gündüz, 2003, s279-284).

<sup>28</sup> Hint kökenli bir doktrin. Pan ile theos kelimelerinden oluşan kelime ve tüm tanrıçılık anlamına gelir (Aydın, 2015, s. 71).

<sup>29</sup> İlahiyatın öteki dünya ile ilgilenen alanı.

<sup>30</sup> Frater Parush(2003) tarafından kavramlaştırılmıştır.

<sup>31</sup> Güneş merkezli simgesel bir nazariye. Mısır hermetizmine dayanan bir görüştür (Burckhardt, 1994, s. 26).

<sup>32</sup> Eklektik ve mistik özellikler gösteren Yeni Eflatuncu Okul. M.S. III. yy'da Plotinus'un öncülüğünde İskenderiye'de kurulmuştur.

<sup>33</sup> Ledün ilmi yani bilinmeyen, içe dönük ve gizli hakikatleri konu alan insanı mânevî kurtuluşa götüreceğine inanılan ilimdir.

<sup>34</sup> Ruhun kurtuluşunun nasıl mümkün olacağı ile ilgilenen bir ilahiyat dalı.

<sup>35</sup> Mistik öğeler barındıran ritüel.

olmadığı görülmektedir. New Age inanış ve uygulamaların temel özelliği olan bir kuruma ve otoriteye sahip olmamak bilgilerin sınırsızlığına yol açmaktadır. Bu durumun meydana getireceği mahzurlar mevcuttur. Çalışmada astrolojik mesajı derinleştiren, inanç sistemini ortaya koyabilme ihtimali olan Denkart, Eskatoloji, Heliosentrizm, İskenderiye/ İskenderiye Okulu, Ledünni Hikmet, Mistagoji, Panteizm, Neo Paganizm, Sır Dinleri, Soteriyoloji, Trismesgetus kelimeleri aranmış ve bulunamamıştır. Ezoterik kültürün anlam dünyasına ait kelimelerden olan gnostisizmin 1 kez, Orpheusçuluk<sup>36</sup>'un 1 kez, Batıniyye'nin 2 kez ve irfan kelimesinin 4 kez tekrar edildiği görülmektedir. Bu kelimelerin kullanılmaması, astrolojinin içine doğduğu felsefi arka planının bilinmediği ya da gerekli görülmediğine dair bir izlenim oluşturmaktadır. Özellikle Trismesgetus, astrolojin doğuşundaki simge isimdir. Mitolojik bir şahsiyet olan Hermes, Yunan'ın büyük habercisidir. Yunan mitolojisine göre Apollon, Hermes'e küçük çakıl taşlarından geleceği bilme sanatını öğretmiştir. Çeşitli kültürlerde değişik isimlerle anılan Hermes (Kılıç, 1998) ve Antik Mısır tanrısı Thoth kültürünün birleşerek oluşturduğu Hermes Trismesgetus, astrolojinin bir anlamda kurucu babasıdır. Dolayısıyla iletilerde bu ifadenin bir kere geçmesi, içerik üreticilerinin bilgi eksikliğine işaret etmektedir. Akdeniz kıyılarındaki İskenderiye ve orada açılan felsefi okul, birinci yüzyılda Mısır'da Helenistik dünyanın astroloji merkezidir. İslam dünyasının astrolojiye dair görüşleri İskenderiye Okulu'nun görüşleri ile birleşmiştir. Astrolojik görüşlerin inşasındaki bu önemli yerin iletilerde yer almaması bilginin bağlamından koparıldığı, derinleşmediği yönündeki izlenimi güçlendirmektedir. Bu bize iletilerde yer alan astrolojik bilginin derinleşmeden metalaştığı ile ilgili bir fikir vermektedir.

İletiler incelendiğinde her bir iletide birden çok anahtar kelimenin yer aldığı görülmektedir. Bütün bu kelimelerin hepsinin birden bu düzeyde dolaşıma girmesi ilk olarak bize Facebook yoluyla inşa edilen medyatik bir spiritüel kültürün izdüşümlerini göstermektedir. Aşağıdaki örnekte görüldüğü gibi birçok gizemci öge astroloji potasında eritilip anlam bütünlüğünden yoksun dolayımı sokulmaktadır. Özellikle uzatılmış, tekraren anlaşılması güç kelimeler kullanmak, yazım hataları ile dolu bir mesaj içeriği, çevirilerle veya sosyal medyada kullanım şekli taklit edilerek yeni kelime türevlerinin ortaya çıkması, takipçi ile içerik üreticisi arasındaki gürültüyü arttırarak iletişimin sıhhatini bozmaktadır. Çalışmanın ilerleyen bölümündeki örneklerde bu tespitleri görmek mümkündür.

---

<sup>36</sup> Orpheusçuluk, Mitolojik bir ozan ve kahin olan Orpheus'un anlatıları etkisindeki mistik akım (Erhat, 1984, s. 251). Helenizm öncesi ortaya çıkan dini hareket. Mistik bir okul.

**Resim 1 Aynı Anda Birden Çok Anahtar Kelime İçeren İleti Örneği**



İncelenen iletiler içinde mistisizm/mistik kelimesi 125 defa ile fazla tekrar edilen kelimelerden biridir. Özünde mistik olarak tanımlanan kişi, ilahi olan hakkında bir takım batınî bilgiler verilmiş olan ve bu bilgileri kimse ile paylaşmaması gereken kişidir. İnsanın görünen nesnelere ardındaki gerçeklik, sonsuzluk ve birliğe ulaşma yönündeki ruhî tecrübesi ve bu tecrübeyi ifade eden doktrin anlamına gelen Mistisizm<sup>37</sup> Grekçe “sır” anlamına gelen musterion kelimesinden türetilmiştir. Duygu ve sezgiyi ön planda tutan, belli bir bakış tarzına sahip felsefî bir doktrin olan mistisizmde Tanrı’ya gönül yoluyla ulaşılabileceği kabul edilir. Mistisizmin özü ve hedefi Tanrı ile birliklidir. İslam’da mistisizm<sup>38</sup> ise, dinî tecrübenin öne çıkan bir biçimi olup çeşitli doktrinlerin terimleriyle ifade edildiği için basit olarak tanımlanması mümkün olmayan bir alanı oluşturmaktadır. Popüler kültürde mistisizm ruhçuluk, duru görü<sup>39</sup>, hipnotizma, gizli ilimler ve büyü ile karıştırılmaktadır. Meskalin, liserjik asit veya alkol kullananlarda meydana gelen hal için de mistik dendiği görülmektedir; ancak bu durumların temel bir akım olarak mistisizmle ilgileri yoktur (Aktaran Kutluer, s. 189).

Mistisizmin yukarıda verdiğimiz kısa tanımı ile uyum, paylaşılan iletilerde çok azdır veya yoktur. Mistisizm kelimesi kullanılarak yapılan paylaşımların bir kısmında geçen ve modern bireyin kendisini mistik olarak tanımlaması çelişkili bir duruma işaret etmektedir. Eski Mısır ve Antik Yunan’da bu tür bilgiler, gizli tarikatlarda (Güngör, 2018: 13) gerekli görünen miktar gerekli görünen kişilere verilir. İncelenen iletilerde ise mistisizm hakkında bugün herkes konuşabilmekte, herkesin kendini mistik olarak kabul edebilmekte olduğu tespitini yapmak mümkündür. Mistik baştanbaşa İlahi olanla ilişkili olup dünya ile ilişkisini kesendir ve içinde bulunduğu durum ile ilgili konuşmayandır. İletilerde Mistisizm kavramı ile ilişkili fakat kavramsal ve terimsel olarak başka anlamlara gelen ezoterizm 217 kez ve okültizm ise 173 kez kullanılmıştır. Kavramlar birbiri yerine kullanıldığı gibi aslında 233 kez tekrar edilen gizem kelimesinin ifade ettiği, anlaşılması zor, sır içeren antik döneme ait sembollerle dolu manevi ve kutsal alana işaret etmektedir. Gizem kelimesinin iletilerde en çok çıkan kelime olması insan doğasında bulunan gizemli olana merak duygusu bağlamında anlaşılır bir durumdur. İnsanoğlunun geleceği bilme ve gizciliğe olan merakı eski

<sup>37</sup> İng. mysticism; Fr. Mysticisme.

<sup>38</sup> René Guenon, İslâm tasavvufunu Batılı tanımıyla mistisizm çerçevesinde kabul etmez (Güngör, 2018,s.13).

<sup>39</sup> Clairvoyance.

dönemlere kadar gitmektedir. Ancak modernite ile birlikte aklın öne çıkması bir müddet bu merakı bastırmıştır. Mircae Eliade, bu durumu gizemden arındırma yanılığısı olarak tanımlamıştır (1969, s.93). İnsanoğlunun, olaylar üzerindeki kontrolü sağlayamadığını gördükçe, New Age inanış ve uygulamaları kapsamındaki gizemli öğelere ilgisi artmaktadır. Adeta gizemli dünya üzerinden bilinmezliğe çare üretme çabası görülmektedir. İletilerde gizem kelimesinin bu denli tekrar edilmesi, insanoğlunun gizemli olana merakının metalaşma sürecine katkısını göstermektedir.

Aşağıda yer alan örnekte okültizm ile gizcilik eş anlamlı kullanılmıştır. Oysa okültizm, kavramsal olarak evreni yarattığına inanılan Yaratıcı'ya ulaşma yollarındaki uygulamaların tamamıdır<sup>40</sup>. Allah'a ulaşmak ise ezoterizm ile ifade edilir. Gizcilik ise kavramsal olarak Bâtını yani iç olanla ilişkilidir. Okült uygulamaların tamamının gizli olması gerekmemektedir. Örneğin kurumsal dinlerdeki ibadetlerden biri de bu uygulamalardan olabilir.

Aşağıda yer alan örnek iletideki okültizm ve gizcilik Allah'a ulaşma anlamında olmadığı gibi, mistisizm ve tasavvuf ile açıklanması da mümkün değildir. Her biri ayrı dinlerde ayrı uygulama yollarıdır. Terimsel olarak yanlış kelimelerle yanlış anlam ile başlayan aşağıdaki örnek ileti, ikinci cümlesinde bu yanlış bilgide ısrar etmektedir. Gizcilik bir ekol ya da özne değildir, doğa ve insanları değiştirmeyi ve etkilemeyi hedefleyemez. İletinin ilerleyen cümlelerinde maji, astroloji, numeroloji ve simya doğruya yakın tanımlanmış ve tarih boyunca içinde yer aldığı okültizmin alt başlığında yer almıştır. Ancak iletinin bu doğru bilgi içeren ifadelerinde dahi kısmî doğrular kullanılmaktadır. Metnin alt niyetinde New Age inanış ve uygulamalara gönderme izlenmektedir. Üstelik bu uygulamalar yeni değildir, pagan dönemden beri insanlığın ve kültürlerin içinde çeşitli biçimlerde yer bulmuş yaratıcı öz veya Tanrı'ya ulaşmak için kullanılmıştır.

---

<sup>40</sup> Okültizmin kavramsal açıklaması araştırmanın giriş bölümünde, tanımlar başlığı altında yer almaktadır.



## **Resim 2 Astrolojiyle İlgili Doğrudan/dolaylı Kelimeleri Kullanarak Yapay Ruhsal Bir Evren Oluşturmaya Çalışan İleti Örneği**



18 Temmuz 2019 · 🌐

Okültizm yani Gizlilik, eğer Allah'a ulaşma anlamında ise, Mistisizm ve Tasavvuf olarak bir açılıma geçmiş demektir.

Ama, doğa ve insanlara müdahil olmayı, etkilemeyi, değiştirmeyi amaç edinmiş bir Gizlilik söz konusu ise, artık bu tip Okültizm; Maji, Astroloji, Numeroloji, Kahinlik ve Simya eşlik edecektir. Böylece, doğaüstü güçler harekete geçirilerek, doğa ve insan etkilenecektir. Okült felsefe, temelde tek bir Tanrı inancı taşımayı öngörür. Tabi, okült bilginin çok tehlikeli olabilecek kısımları da vardır, kötü amaçla kullanımını engellemek ve ehil olmayanlara majikal sırları vermemek gerekeceğinden, tarih boyunca gizli bilgiler olarak özenle saklanmışlardır.

Maji, hem bir bilim hemde gerçekte ince bir sanattır. Utkuları barındırmazsa sadece egolara hizmet için uygulanırsa yüksek maji olmaktan çıkacaktır. Aşağı düzeyde ve sadece bir Büyü halinde kullanılan majik ritüeller, sahibini kısır bir döngüyle karanlıkta bırakır. Bu çalışmaların ona bir şey kazandırması söz konusu olamaz.

Genellikle sembolik diller ve işaretlerle korunan belirli okült bilimleri temel olarak Maji, Simya, Teurji, Psişürji, ve Astroloji şemsiyesi altında toplayabiliriz. Numeroloji, Kahinlik ve Falcılık da, alt dalları olarak ayrılır. Ekol olarak ise, tümüyle Ezoterik, Teozofik ve Parapsikolojik bazda değerlendirilmeleri gerekir.

Parapsikoloji; spirüalist ve metapsişik alanı kapsar. Ezoterizm ise yüksek bilgiler silsilesidir.

Okültizmle ilgili alanlar söz konusu olduğunda şöyle bir dizin yapılabilir: Ezoterizm-Hermetizm-Teozof-Sembolizm-Mistisizm-Spirüalizm-Gnostisizm-Neoplatonizm-Neopisagorculuk-Kabalistik Öğretiler-Parapsikoloji

👍 3

2 Yorum 1 Paylaşım

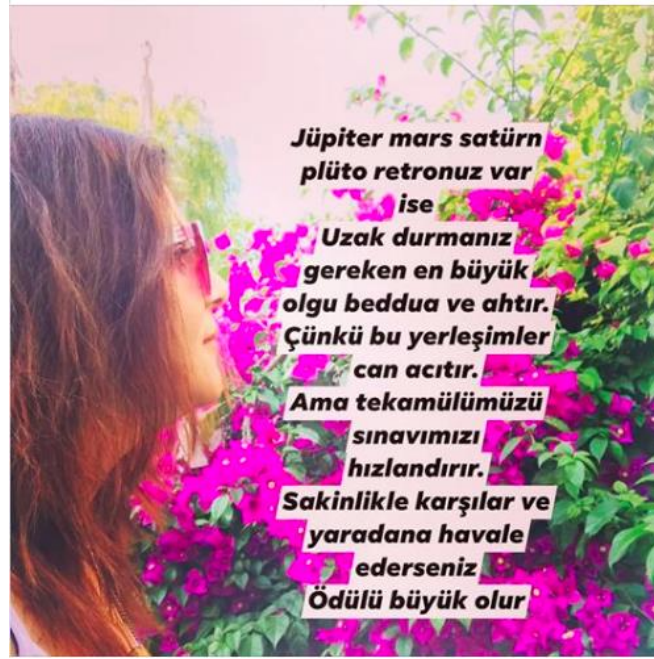
👍 Beğen

💬 Yorum Yap

➦ Paylaş

Dile ait olan göstergelerin başında gelen kelimeler son derece esnek yapılardır. Kelimeleri gerçek, doğru bilginin yanında yapay doğrular üretmek için kullanmak mümkündür (Macdonald, 2020, s.22). Yukarıda yer alan örnekte görüldüğü gibi iletilerde yer alan kelimelerle yapay ruhsal bir evren oluşturulmaya çalışılmaktadır. İletide yer alan numeroloji, simya, maji, tasavvuf, teozofi vs. ifadeleri farklı yüzyıllarda farklı toplumların inanışları içinde yer almış ve ilişkili/ilişkisiz kavramlardır. Bunları bir araya getirmek gerçekte mümkün değildir. Bunlar ancak Facebook'un sınırsız ağında kelimelerle bir araya gelebilmektedir. Facebook'un karşılıklı etkileşime olanak sağlayan yapısında inşa edilen kutsala ve varoluşsal sorunlara yönelik cevabın gerçeğe ilişkisi tartışmaya açıktır.

**Resim 3** Coşkulu Kelimelerle Manevi Fakirleşmeye İleti Örneği



İnternetin telefonla birleşip karşılıklı etkileşime olanak sağlaması bu inşa edilen kültürdeki dinamikleri düşündürmektedir. Yeni bir spiritüel ağla yeni dini bir evren oluşturmak şimdi için pek mümkün gözükmesi dahi bunun araçlarının olduğu tespitini yapmak mümkündür. Bu yeni kutsal alan bütün mesaj yoğunluğuna, kelime zenginliğine rağmen kültürel bir fakirleşme içermektedir. İletilerde yer alan kelimeler ve kavramların anlamları dışında kullanılması dahi bu fakirleşme ve kısırlaşmayı göstermektedir. Coşkulu iletilere, kelimelere ve aşkın çağrılara rağmen aslında gözden kaçan gerçek anlamdır. Anlam, Facebook ve diğer iletişim araçlarının hızı içinde erimektedir. Melting potta eriyen diğer anlamlar gibi iletinin anlamı enformasyon bombasına<sup>41</sup> uğratılmaktadır.

<sup>41</sup> Paul Virilio'ya ait bir iletişim kuramı. Kuram, bilgilerin kitle iletişim araçları ile yayılırken mekan ve zaman algısını yok ederek bir kafa karışıklığı yarattığı fikrinden hareket eder.

#### **Resim 4** Anlam Bütünlüğü Olmayan Bir İleti Örneği



Kelimelerin kullanım sıklığı ve inşa edilmek istenen anlamın otantikliği iletilerin bazılarının hiper gerçeklik yani aşırılık eğilimlerini göstermektedir. Aynı cümle içinde birbiriyle ilişki içinde olan ve olmayan kavramların sıralanışı dikkat çekmek için yapılmış aynı zamanda endüstrinin bir özelliği olan rekabeti göstermektedir. Ayrıca bu kadar bağlantılı bağlantısız metafizik evrene ait kelimelerin ve farklı inanışların kullanılması yani sınırların kalkması bir içe patlamayı<sup>42</sup> göstermektedir. Giderek bütün iletiler birbirine benzemekte, sınırsızlıkta yarışmaktadırlar. İletilerin bir kısmı arka arkaya okunduğunda anlamsızlık noktasında bir benzerlik olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yandan yukarıdaki iletide, modern bireyin ihtiyaç duyduğu huzur, bolluk berekete önce yeni ay, en sonunda ise iletiyi üretenin iletişim bilgileri eklenmektedir. Anlam arayışı içinde olanlara anlam bütünlüğünden yoksun ama sonuçta kültür endüstrisine hizmet eden bir içerik üretilmiştir.

Kutsal evrene ait kelimelerin kullanımını için bir kutsal ve mistik simülasyon tanımı yapmak mümkündür. İletiler, fabrikadan çıkmışçasına imge ile hakikat arasındaki ilişkiyi değiştirmektedir. Teknolojinin imkânı ile görsel ve yazınsal destekle ayırt edilmesi zor bir atmosfer sunmaktadır. Facebook üzerinden yapılan iletileri incelediğimizde, her türlü olayın küçültülmesi, değersizleştirilmesi, manayı kaybettiren bölünmüşlük<sup>43</sup> içinde görmek mümkündür.

Okul, katılım vs. gibi kelimeler en yüksek sayıda tekraren kullanılan kelimelerdir. Bu kelimeler pazar oluştuğunun işareti, dolayısıyla kültür endüstrisinde metalaşmaya ispat

<sup>42</sup> Jean Baudrillard'ın kavramsallaştırması.

<sup>43</sup> Atomize etmek. İctimai bir meselenin tüm yönlerini kamuoyuna sunmadan hatta saklayarak rastgele parçaları enformasyon olarak sunmak (Schiller, 1993, s. 45).

niteliğindedir. Kelime sayma yoluyla gerçekleştirilen içerik analizinde kültür endüstrisine ait kelimeler daha çok tekrarlanırken, astrolojinin kökenine ve fikir sistemine dair kelimelerin daha az tekrar edildiği görülmüştür.

## **Sonuç**

Bu çalışmanın konusu, eski bir bilgi olan astrolojinin Facebook'ta yeniden inşa edilmesi sürecinin kültür endüstrileri çerçevesinde değerlendirilmesidir. Çalışmada astrolojinin semsiye kavramları Yeni Dini Hareketler ve New Age inanış ve uygulamaları bir bütün olarak değerlendirilmiş ve yeni iletişim teknolojileri ile ilişkileri üzerinde durulmuştur. Çalışmanın kuramsal anlayışı, eleştirel teoriden beslenmiştir. Araştırma kapsamında anahtar kelimelerle tespit edilmiş 542 Facebook iletisine içerik analizi yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda anlam arayışı ve kutsalla ilişkili olan astrolojinin Facebook'ta kültür endüstrisinin metaı olduğu tespit edilmiştir. Sekülerleşme ve dinî olan süreçler çelişkili olarak birbirinin içine girmiş kurumsal inançlar bireysel süreçlerle inşa edilmiş olan inanışlarla yer değiştirmiştir. Diğer yandan modern bireyin animik eğilimlere sahip, mistik gibi görünse dahi özü itibarıyla seküler olduğu gözlemlenmiştir. Teknoloji tabanlı spiritüel ağda, kutsal derinleşmemiş, söylemde kalmıştır. Modern öncesi insan, gökyüzüne tefekkür perspektiften bakarken modern insan Facebook'tan gökyüzüne şansları görmek için bakmaktadır. Yani kutsal, metalaşmış ve anlam kaybına uğramıştır. Araştırma evreninde yer alan iletlerdeki kelimeleri sayma yoluyla yapılan içerik analizine göre eğitim 217 kez, okul 111 kez, ücret kelimesi 82 kez, seminer kelimesi ise 58 kez kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu kelimelerin bu sayılarda kullanılması kültür endüstrisinde metalaşmaya ispat niteliğindedir. Kelimelerin kullanım sıklığına ile inşa edilmek istenen anlamın karmaşıklığı iletlerin bazılarının hiper gerçeklik yani aşırılık eğilimlerini göstermektedir. İletlerde bu karmaşık anlamın inşasında kullanılan ezoterik kültüre ait kelimeler, kavramlar ve tekrar sayıları şöyledir: Ezoterizm 217, okültizm 173, mistik 125, kozmik 124, çakra 99, simya 98, meditasyon 92, tekamül 83, Hermes 80, spiritüel 76, kutsal 68, maji 65, Mitra 59, aura 53, tasavvuf 36, İnisiyasyon 19, Yin ve Yong 15, Paganizm 8, Zümrüt Tablet 8, Tin 6, Batlamyus 4, Batıniyye 2, Orpheus 1, Gnostisizm 1 kere kullanılmıştır. Bu noktada astrolojinin ait olduğu ezoterik kültürün ana hatlarına hiç girilmediği tespiti yapılabilir. Bu da bize Facebook'ta üretilen astrolojik iletlerin anlamda derinleşmediğini göstermektedir. Diğer yandan iletlerde bizatihi oluşturulmaya çalışılan giz/gizem ifadesi 233 kez tekrar edilmiştir. Astroloji, metafizik çerçevesinden bakıldığında bireyin anlam arayışına cevap potansiyeli taşımaktadır ve yalnızlaşmış, yabancılaşmış modern bireye bir destek sunabilir. Bu bakımdan modern sonrası dönemde kurumsal dinî yapılarla mesafeli olanların New Age inanış ve uygulamaları bir nevi telafi mekanizması olarak gördükleri söylenebilir. Astrolojik iletlerde anlam arayışına cevap ve bireyi manevi bakımdan tatmin etme isteği ile gizemcilik harmanlanmıştır. İletlerde anlam arayışı kavramı ile ilişkili ifadeler ve tekrar sayıları şöyledir: Farkındalık 158, tekamül 83, arketip 83, sezgi 69, kutsal 68, gölge yön 41.

İletilerde şifa ve şifacılık vaadi ile ilgili tekraren kullanılan kelime ve kavramlar şöyledir: Şifa 132, çakra 99, doğal taşlar 65, tütsü 42, mineral 13, akik 7 ve Himalaya tuzu 6. Bulgular, astroloji bağlamında şifa ile ilgili çeşitli materyallerin öne çıktığını göstermektedir.

İletilerde kişiye özel mistisizme ait ipuçlarına rastlanılmıştır. Bu bağlamda üretilen mesajlarda ayırt edici kelimeler ve tekrar sayıları şöyledir: Farkındalık 158, birey olma 95, tekâmül 83, anlam arayışı 81 ve modern kavramları 45.

İletilerde, gelecek ve geleceğe duyulan merak bağlamındaki kelimeler ve sayıları şöyledir: Güven 121, korku 103, fal 78, kehanet 32, kaygı 24, risk 8'dir.

İletilerde ayrıca direk dini kavramlara yer verilmiştir. Bu incelemede, karma 166, maji 65, melek 42 ve Kuran-ı Kerim 17 defa kullanılmıştır. Araştırma sonucunda din ile ilgili tespit edilen kelime sayısının diğerlerine oranla az olması yanıltıcı olmamalıdır. Çünkü kurumsal dinlere göre bir küçük bilgi yanlışı dahi anlamlıdır. Bu noktada sosyal medyada viral olma yani yayılma ihtimalini içinde barındırdığı dikkate alınmalıdır.

Bugün astroloji, hatırı sayılır biçimde geleceğe merak motivasyonu ile bir eğlence aracı olmuştur. Facebook'ta birleşen medya formatları, biraz eğlence biraz kutsal biraz merak giderme gibi yaklaşımlarla ortak bir spiritüel medyatik dil inşasını mümkün kılmıştır.

Araştırma evreninde incelenen iletilerdeki kelimelerin seçimi ve kullanım sıklığı, insan varlığını açıklamaya çalışan astrolojik bilginin Facebook'ta amacını aşarak ve değerini azaltarak metalaştığı ve satışa yönelik üretildiğini ortaya koymuştur.

Kabala'dan, Kuran-ı Kerim'e, Jüpiter'den ölüm ötesine çok geniş bir çerçevede kutsala dair her türlü bilginin herhangi süzgeçten geçmeden dolaşıma girmesi ilgili kurumların izleyip değerlendirme yapma ihtiyacını ortaya koymaktadır. Ağda, varoluşa dair bilginin statüsündeki değişim, dünyayı anlama tarzlarına varan geniş bir alanı kapsama potansiyeli taşımaktadır.

Çalışma sırasında Facebook ve New Age inanış ve uygulamaları arasındaki ilişkiye dair Türkiye'de yapılmış araştırmaların az sayıda olduğu fark edilmiştir. Spiritüel bir ağda hem üretici hem de tüketici olarak yer alan bireylerin profilleri, ihtiyaçları noktasında derinlikli araştırmalar yapılabilir.

Okült fenomenler olarak özetleyebileceğimiz New Age unsurlar, irrasyonellik barındırdığı için akademik sahada değersiz görülmemelidir. Batıda büyük ilgi gören bu akımlar hızlı değişimin içinde olan Türkiye'de sosyal medyanın etkisi ile önümüzdeki yıllarda daha geniş kesimleri etkileme potansiyeline sahiptir. Bu durum yeni medya aracılığıyla yeni bir inançsal, batıl kültür inşasına yol açabilir dolayısıyla yeni toplumsal sorunlara kapı arayabilir. Bu bakımdan çeşitli disiplinler kendi pencerelerinden New Age inanış ve uygulamalarını incelemeli, bireylere ve topluma etkilerini ortaya koymalıdır. Olası sorunlarla karşı karşıya kalındığında bu sahayı tanımış ve anlamış olmalıdır.

Facebook'ta yer alan astroloji içerikli iletilerde tartışılması gereken diğer sorular ise "Geleceği görmek faydalı mıdır?", "Geleceği görmek ne işe yarar?" olmalıdır. Yeni araştırmalar geliştirilerek bu sorular çerçevesinde analiz edilebilir.

Geleneksel toplumları hızla etkisi altına kalan küreselleşme yeni medya araçları ile yeni toplumsal olgular ortaya çıkarmaktadır. Bunlardan biri de kutsala dönüş olgusudur. Ezoterik bir altyapısı olan astroloji ile yeni kutsal anlayışları oluşma potansiyeli mevcuttur. Yeni medya araçlarında bu noktadaki kavram karmaşası, okuyucu-takipçinin bilgisizliğinden istifade etmektedir. Aktif bir kullanıcı görünümündeki okuyucu-takipçi aslında beklentileri, merakları ve manevi ihtiyaçları harekete geçirilerek pasif bir tüketici konumunda kalmaktadır. Bu bağlamda, yeni medya araçlarının yeni egemenlik alanları oluşturduğu ve kültürün yeniden yapılandırılmasında başat rol üstlendiği söylenebilir.

## **Kaynakça**

- Adorno, T.W. (2002). *The Stars Down to Earth And Other Essays on The Irrational in Culture*. Stephen Crook (Ed.). London and New York: Routledge Yayınları.
- Adorno, T.W. (2017). *Metafizik Kavram ve Sorunlar*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Algan R. (2006). Ezoterizme Genel Bir Giriş. *Cogito Dergisi*. 46. s.126-142 İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Arroyo, S. (2000). *Astroloji, Psikoloji ve dört element*. İstanbul: İlhan Yayınevi.
- Arslan, M. (2011). *Paranormalizm ve Din*. İstanbul: Bilsam Yayıncılık.
- Arslantürk, Z. (1998). *Kutsal'ın dönüşü yeni toplum arayışları*. İstanbul: Ayışığı Kitapları.
- Asad, T. (2007). *Sekülerliğin biçimleri, Hristiyanlık, İslamiyet ve Modernlik*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Baudrillard, J. (2014), *Simülarklar ve Similasyon*. İstanbul: Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (2002). *Kuşatılmış Toplum*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Beck, U. (2011). *Risk Toplumu Başka Bir Modernliğe Doğru*, İstanbul: İthaki Yayınları.
- Best, S.; ve Kellner, D. (2016). *Postmodern Teori*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bourdieu, P. (1997) *Toplumbilim Sorunları*. İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (1999) *Sanatın Kuralları*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2006) *Televizyon Üzerine*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. Bourdieu, P. (2006) *Pratik Nedenler*. İstanbul: Hil Yayınları.
- Burckhardt, T. (1994). *Aklın Aynası*. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Burckhardt, T. (1999). *Astroloji ve Simya*. İstanbul: Verka Yayınları.
- Castells, M. (2013). *İletişimin Gücü*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Eliade M., (1969). *Arayış, Tarih ve Dinde Anlam*, Ankara:Doğubatı Yayınları.
- Eliade M., (2017-A). *Okültizm, Büyücülük ve Kültürel Modalar*, İstanbul: Doğu Batı Yayınları. Filiz, Ş. (1995). *İslam Felsefesi'nde Mistik Bilgi'nin Yeri*, İstanbul: İnsan Yayınları.
- Giddens, A., ( 2014). *Modernite ve Bireysel Kimlik*. İstanbul: Say Yayınları.

- Gutas, D. (2003). *Yunanca Düşünce Arapça Kültür*, İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Gündüz, Ş. (1998). *Din ve İnanç Sözlüğü*, Ankara: Vadi Yayınları.
- Gündüz, Ş. (2003). Mecusilik. *İslam Ansiklopedisi* (Cilt 28 , s. 279-284). İstanbul: Diyanet Vakfı Yayınları.
- Güngör, E. (2018), *İslâm Tasavvufunun Meseleleri*, İstanbul: Yer-su Yayınevi.
- Hanegraaff, Wouter J. (2000). New Age Religion and Secularization, *NVMEN.*, 47(3), 288-312..
- Hepp A. (2014). *Medyatikleşen Kültürler*, İstanbul: Dipnot Yayınları.
- İzutsu, T. (2001). *Tao-culuk'daki Anahtar Kavramlar*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kemp, S. (2017, Ocak 24). Digital In 2017: Global Overview. We Are Social and Hootsuite Web Sitesi: <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview> adresinden alındı.
- Kemp, S. (2020, Ocak 31). Digital In 2020. We Are Social Inc. Web Sayfası: <https://wearesocial.com/digital-2020> adresinden alındı.
- Kurt, A. (2017). *Din Sosyolojisi*. İstanbul: Sentez Yayınları.
- Kutluer, İ. (2004). *Mistisizm*. İslam Ansiklopedisi (Cilt 30, s. 188-190). İstanbul: Diyanet Vakfı Yayınları.
- Lievrouw, L.A. (2016). *Alternatif ve Aktivist Yeni Medya*. İstanbul: Kafka.
- Liotard, J-F. (2019). *Postmodern Durum*. Ankara: Bilgesu Yayınları.
- Prasad, B. D. (2008). Content analysis. *Research methods for social work*, 5, 1-20.
- Polkinghorne, D. E. (1991). "Qualitative procedures for counseling research". In C. E. Watkins, Jr. & L. J. Schneider, *Research in counseling* (p. 163–204). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Saliba, J. (2003). *Understanding New Religious Movements*. Newyork, Toronto: Altamira Press.
- Saussure, F. (2001). *Genel Dilbilim Dersleri*. İstanbul: Multilingual Yabancı Dil Yayınları.
- Schiller, H. (1993 ). *Zihin Yönlendirenler*. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Yüksel, Y. (2019, 12 18). İçerik Çözümlemesi. [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/:https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44540187/icerik\\_cozumlemesi.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DICERIK\\_COZUMLEMESI.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20191222%2Fus-east-1%2Fs3%2](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/:https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/44540187/icerik_cozumlemesi.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DICERIK_COZUMLEMESI.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20191222%2Fus-east-1%2Fs3%2) adresinden alındı