



## Spiritüel Ağ: Sosyal Medya ve Yön Değiştiren İnançlar Üzerine Bir İnceleme

*On Spiritual Web: An Examination on Social Media and Shifting Beliefs*

Meryem İlayda Atlas 

Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler  
(İktisat) Doktora Öğrencisi, İstanbul,  
Türkiye,  
[meryemilayda@gmail.com](mailto:meryemilayda@gmail.com)

Geliş Tarihi/Received: 18.09.2024  
Kabul Tarihi/Accepted: 04.12.2024  
Yayınlanma Tarihi/ Available Online:  
21.12.2024

### Kitap Bilgileri/Book Information

**Yazar/Author:** Gülenay Pınarbaşı

**Yayınevi/Publisher:** Okur Akademi Yayınları

**Basım Yılı/Year of Publication:** 2021

**Sayfa Sayısı/Number of Pages:** 256

Sosyal medya, kuşatıcılığıyla yaşamın her alanında hızlı bir değişim ve dönüşüme sebep olmuştur. Bu dönüşüm, özel alandan bireyler arası ilişkilere, kişisel gelişimden tüketime ve hatta çoğunlukla şahsi olduğu düşünülen inanışlara kadar uzanan geniş bir etki alanı yaratmıştır. Günümüzde yeni dinî hareketlerin bir alt dalı olarak kabul edilen *New Age* kavramı, insanlara mutlu bir yaşam, kendini bulma, içe dönük bir yolculuk yapma gibi temel yaklaşımlar sunan akımların yanı sıra parapsikolojik araştırmaları, simgeciliği, ezoterik ve egzoterik yaklaşımları da içermektedir. *New Age* olarak adlandırılan bu inanışlar, kadim bir bilme biçimi olan astrolojiyle yakından ilgilidir. Seküler yaşamın inanç kültürlerine hitap eden astroloji, sosyal medya aracılığıyla *New Age* şeklini alarak adeta bir inanma biçimine dönüşmüştür. Yeni medyanın ortaya çıkışıyla birlikte astroloji, *New Age* uygulamaları içinde hem kitlesel olarak hem de astrologlar açısından yeni bir form kazanarak kültür endüstrisinin bir parçası hâline gelmiştir.

Gülenay Pınarbaşı'nın doktora tezi olarak hazırlayıp 2021 yılında kitaplaştırdığı *Spiritüel Ağ: Sosyal Medya ve Yön Değiştiren İnançlar* çalışması, 2019 yılında 2 milyarı aşkın kullanıcısı olan Facebook üzerinden astrolojinin yerini anlama ve anlamlandırma çabasını ele alan nitel bir çalışmadır. Bu çalışmayla iletişim alanında doktor unvanını alan Pınarbaşı, daha evvel kültürel çalışmalar alanında eserler vermiştir. Yazar, 2011 yılında *Anadolu'nun Ermiş Kadınları* ve 2014 yılında *Anadolu'ya İsmi Veren Kadınlar* kitaplarını yayınlamış, coğrafya ve kültür üzerine belgesel çalışmalarında bulunmuştur. Bu çalışma ile yeni medya alanına adım atan Pınarbaşı, kutsal olanın sosyal medyada metalaşmasının çelişkisi üzerine bir ana soruya yoğunlaşmış ve bu akımların sosyal medya platformlarında birer kültür endüstrisi ögesi olarak nasıl metalaştığını açıklamayı amaçlamıştır. Kitapta esas olarak *New Age* akımları ele alınmış ve bu akımların kültür endüstrisiyle ilişkisi sorgulanmıştır. Bu ana sorunun yanı sıra, kitabın alt problemi, astrolojinin Facebook'ta yer almaya başlamasıyla dijital ortama uyum sağlamasıdır. Astrologların bu platform üzerinden hizmet vermesi, astrolojinin yeni bir şekil almasına yol açmıştır. Ayrıca, bu sosyal mecrada insanların yeni ritüel ve inanma biçimleriyle kurduğu ilişkiler de ele alınmaktadır.

Çalışmada zengin bir kaynak kullanımının yanı sıra kuramsal çerçeve eleştirel teori üzerinden çizilmiştir. Kutsal olanın, astroloji üzerinden sosyal medyada metalaştırmasına dair teorik çerçeve Theodor W. Adorno'nun kültür endüstrisi kavramı bağlamında açıklanmıştır. Dijital platformlarda kutsalın temsili; çeşitli özel eğitimler, ruhsal yolculuk seminerleri, şifacılık, spiritüel danışmanlık, yaşam

koçluğu, biyoenerji, hipnoz gibi bilinçaltı çalışmaları yürütenler veya yoga ve meditasyon gibi nefes çalışmaları hizmetleri sunanlar aracılığıyla bireyin anlam arayışını tüketim kültürünün bir parçası hâline getirmiştir.

Pınarbaşı'na göre, *New Age* uygulamalarının bugün ileri düzeyde sanayileşmiş toplumlarda ortaya çıkmasının nedenlerinden biri, modernleşmenin temel unsurlarından olan araçsal akılla kurduğu ilişki ve bu ilişkinin sonucunda mitolojik inanış ve simgelerin tekrar görünür ve popüler hâle gelmesidir. Kitapta, *New Age* hareketlerinin dünya çapında popüler olmasının kökenleri incelenmiş; sekülerleşme ve sekülerleşmeye tepki, sübjektivizmin yükselişi, eski dinlere karşı aşınmışlık duygusu, bireyselleşme, küreselleşme, rasyonelleşmeye tepki, aşırı hızlı değişim, risk ve güvenlik ikiliği sebebiyle geleceği bilme arzusu, kültürlerarası etkileşim, insanın anlam arayışı, yabancılaşma ve son olarak da bu inanışların yaygınlaşmasına elverişli ortam sağlayan medya ilgisi olarak tespit edilmiştir. Türkiye'deki *New Age* hareketlerinin ortaya çıkma nedenleri modernleşme algısı, bireyin öne çıkması, yabancılaşma duygusu, gizemli olana duyulan merak, apolitikleşme, küreselleşme, dünyevileşme, çözülme ve İslam dininin anlatılma biçimlerinin güven uyandırmaması ve aynı zamanda İslami söylemin bugünün sorunlarını çözmekten ve anlamlandırmaktan uzak oluşu, psikolojik ve kişisel iletişim ihtiyacı olarak belirlenmiştir.

MÖ 5000'e kadar uzanan bir astroloji tarihine detaylı olarak değinen Pınarbaşı, İslam medeniyetinde ve Türk kültüründe astrolojiyi ele aldıktan sonra modern astrolojiyi incelemiştir. Günümüzde astroloji, sosyal medyadan evvel gazetelerden dergilere, kitaplardan özel telefon hatlarına, radyodan televizyona uzanan devinimli bir yolculuk hâlinindedir. Fakat dijitalleşmeden evvel zikredilen mecralardan hiçbirinde astroloji bu kadar açık bir şekilde kültür endüstrisinin bir parçası olamamıştır; öyle ki Pınarbaşı'na göre dijitalleşme, astrolojiyi adeta yeniden yapılandırılmıştır. Sosyal medya, tanıtım ve erişim kolaylığıyla bu hizmetleri çeşitlendirmiş, arz ve talep dağıtımını yeniden şekillendirmiştir.

Eser, giriş ve sonuç kısmıyla birlikte toplam altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm olan giriş kısmında araştırmanın problemi; Türkiye'de bireysel dinî inanç ve pratiklerin yaşanma biçimi ile bu tür hareketlere duyulan ilginin toplumsal karşılıkları tartışılmaktadır. Bu problemde hareketle, esere konu olan spiritüel ağların önemi, problemle ilgili varsayımlar ve sınırlılıklar da açıklanmıştır.

"Kültür Endüstrisi Kuramı" başlığını taşıyan ikinci bölüm, Adorno ve Horkheimer'in "kültür endüstrisi" kavramı üzerine yoğunlaşmakta; kapitalizm ile yeniden şekillenen üretim ilişkilerinin, kültür ve medya üzerindeki etkilerini ele alarak, toplumsal yaşamda kültürel ürünlerin nasıl birer tüketim metası hâline geldiğini ve bireylerin toplumsal algılarını nasıl yönlendirdiğini ele almaktadır. Teorik bir çerçevede, kültür, kültür endüstrisi ve astroloji kavramları, birbirleri ile ilişkileri üzerinden kuramsal bir çerçeveye oturtulmaya çalışılmıştır. Kültür endüstrisi kavramının tarihsel gelişimi, özellikle medya ve astroloji bağlamında ele alınarak, kapitalist üretim ilişkilerinin insan bilincine yönelik etkileri derinlemesine incelenmiştir. Ayrıca bu bölümde astrolojinin, eski folklorik inançlardan ticari bir ürüne dönüşerek modern kültür endüstrisinin bir parçası hâline gelmesi; bireylerin bilinçaltını manipüle ederek kapitalist düzeni destekleyen bir araç hâline gelmesi ve "big data" gibi yeni teknolojilerle harmanlanarak tüketicisini ve üreticisini sürekli yeniden inşa eden bir sektöre dönüşmesi ele alınmıştır.

Eserin üçüncü bölümü olan "Yeni Dini Hareketler ve New Age" başlıklı bölümde, bu hareketlerin astroloji ile ilişkisine değinilmiştir. Yeni dinî hareketler, klasik dinî ilimler kategorisinde yer almayan bir kavramdır. Dolayısıyla hem bu yeniçağ hareketlerinin anlaşılması hem de bu hareketlerin astroloji ile ilişkisinin ortaya konması bu bölümün temel sorunsalı olarak ele alınmıştır. Bu konunun tamamlayıcı bir ögesi olarak, bu hareketlerin günümüzde bireyler üzerindeki etkileri ve bireylerin bu inanışlara yönelmeleri için gerekli motivasyonları da incelenmiştir. Türkiye'de ve dünyadaki spiritüel arayışların modernleşme, sekülerleşme, aşırı rasyonelliğe tepki gibi makro sebeplerin yanı sıra bireysel travmalar, yabancılaşma, eğlenme ve merak ihtiyacı gibi mikro sebeplerle de şekillenebileceği belirtilmiştir. Yeniçağ hareketlerinden biri olan astrolojinin altı bin yıllık tarihçesi, astronomi ve fal ile olan

farklılıklarıyla birlikte incelenmektedir. Bölümün sonunda, astrolojinin 21. yüzyılın başından itibaren kitle iletişim araçlarında temsil biçimi yer almaktadır.

Eserin dördüncü bölümü, araştırmanın yöntemini okuyucuyla paylaşmaktadır. Bu bölümde araştırmanın modeline, evren ve örnekleme yer verilmiştir. Verilerin nasıl çözümlendiği ve yorumlandığı detaylandırılmıştır. Araştırma modelinde yer alan kategoriler şu şekilde sıralanmıştır: Facebook'ta doğrudan satış/tanıtım; bireyselleşmiş insana uygun mesajlar, şifa ve şifacılık vaadi; anlam arayışına cevap, bilgi paylaşımı, astrolojik analizde modern-geleneksel ayrımı, merak giderme, algıyı çeşitlendirme, din istismarı, dindar-seküler çelişkisi.

Kitabın beşinci bölümünde ise bulgular ve yorumlara yer verilmiştir. Araştırma boyunca yapılan görüşmeler ve araştırmacının katılımcı gözlemlerinden hareketle sosyal medya içerikleri kültür endüstrisi kuramı çerçevesinde tüketim kültürü bağlamında analiz edilmiştir. Bu bölümde, Facebook'ta astroloji topluluklarında, gruplarında yer alan veya astroloji sayfalarında yazan bireylerin Facebook iletileri detaylı olarak analiz edilmiş, bu bireylerin inanç ve yönelimlerini neye göre belirlediklerine ve anlam dünyalarına dair cevaplara ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede, bireylerin derin bir anlam arayışı içinde oldukları ve Türkiye özelinde astrolojinin bireylerin anlam dünyasında İslam, tasavvuf, pagan dinleri, Hint dinleri gibi kadim inançları da barındıran karma bir etki bıraktığı gözlenmektedir.

Modernleşen, kentleşen ve sekülerleşen Türkiye nüfusunun sosyal ağlar üzerinden varoluşsal bir gerekçelendirme arayışında oldukları da bu çalışmanın bulgularından biridir. Spiritüel arayış içinde olan bireylerin hem astroloji hem de diğer yeni dinî hareket ve uygulamalar hakkında yeterince bilgi sahibi olmadığı, astrolojinin de modernleşmeden payını aldığı ve geleneksel anlayışından koptuğu tespiti bu bölümün önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Astroloji içerikli Facebook iletilerinde şifa arayışı ve şifacılık konuları da büyük bir hacim kaplamaktadır. Bedene ilişkin pratikler, diğer yeni dinî hareketler alanında olduğu gibi astrolojide de oldukça merkezi bir konumdadır.

Çalışmanın genelinde yer yer vurgulanan temel sorunlardan biri, astrolojik içeriklerin Facebook üzerinden alınıp/satılan bir metaya dönüşmesidir. Bu dönüşüme yakından bakıldığında aslında modern insanın kâr amacı ile kullanabileceği her şeyi alıp satmak isteğini de görmüş oluruz. Çalışmada bu durum bir çelişki olarak tanımlanmış ve analiz edilmiştir. Bulgular, astrolojinin metalaşmasının, kullanılan dilin ve kapitalist tüketim kültürünün etkisiyle yeni bir tür sömürü kültürü oluşturduğunu göstermektedir. Bu platformlarda kendini "uzman" olarak tanıtan kişiler, başvuruları "yıldız haritası" gibi araçlarla yaşadıkları sorunların kendi hatalarından değil, doğum zamanı veya gezegen hareketleri gibi haritalarına bağlı etkenlerden kaynaklandığına inandırmaktadır. Aynı şekilde bu kişilere ellerinde olmayan sebeplerle yaşadıkları sorunlardan yoga, meditasyon yaparak veya onlar için hazırlanmış özel astroloji kampanyalarından veya kamplardan yararlanarak kurtulabilecekleri fikrini aşlamaktadır.

Kitabın son bölümünde ise çalışmanın özetine ve araştırmacının önerilerine yer verilmektedir. 2017-2019 yılları arasında literatür taraması, katılımcı gözlem, yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşme ve içerik analizi olacak şekilde dört ayrı nitel araştırma tekniği kullanılarak inşa edilen bu çalışmada, 542 Facebook iletisi ayrıntılı şekilde ele alınarak belirli kategorilere ayrılmış, kodlanmış ve söylem analizi yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda astrolojinin, Facebook'ta üretilen içerikler ve kullanıcıların verdiği tepkiler üzerinden yoğun bir şekilde kültür endüstrisinin metası olduğu gözlenmiştir. İnsanın varoluşsal sorulara cevap araması, hayatı anlamlandırma çabası Facebook ve yeni medya ile bir tık kadar uzağa gelebilmiştir. Facebook'ta üretilen ve tüketilen astrolojik içeriklerin bu derece yoğun olmasının bir sebebinin de bireylerin anlam arayışına ulaşılabilirliğin de çok kolaylaşmış olması olarak gözlenmiştir.

Bu bağlamda astrolojik içeriklerden elde edilen verilerin incelenmesiyle, astrolojinin sosyal medyada doğrudan bir tanıtım ve satışın konusu olduğuna ve çevrimiçi olarak yaygın bir şekilde astrolojik

danışmanlık hizmetleri verildiğine ulaşılmıştır. Bu hizmetler verilirken devreye seçilmişlik söylemleri girmekte ve kullanıcılar daha en başından büyüdü bir dünyanın içine çekilmektedir.

Astroloji, sosyal medya ve kullanıcı ilişkisi bağlamında bir tüketim ilişkisi değil, farkındalık ve seçilmişlik iddiası olarak kurgulanmaktadır. Bir diğer husus da astrolojik iletilerde antik sembollerin ve ezoterik kültür öğelerinin sıkça kullanılarak gizemli bir atmosfer oluşturulmasıdır. Buna bağlı olarak, sosyal medyada astrolojik iletiler yoğun bir şekilde şifa ve şifacılık vaadi içerirler. Bu iletiler kişiye özel mistisizm hizmeti sunarak kullanıcıları özel ve anlamlı hissettirmekte; bireylerin anlam arayışına bir cevap olması açısından kaygı ve merak giderme öğelerine yer vermektedir. Bu araştırmanın ortaya koyduğu bir diğer önemli bulgu ise, astrolojik içeriklerde sık sık din istismarına başvurulmasıdır.

Sosyal medya içeriklerinin değerlendirilerek kategorize edilmesi, kullanıcılar için anlamının analiz edilmesi ve kültür endüstrisi ile bağının kurulması bu çalışmayı alanında özgün kılmaktadır. Facebook'tan elde edilen bağımsız verilerin birbirleriyle ilişkilendirilerek bir anlam dünyası oluşturulması, gelecekte yapılacak sosyal bilim çalışmaları için yol gösterici olacaktır. Türkiye'de *New Age* ve yeni dinî hareketler alanında yapılmış akademik çalışmaların sayısı bir hayli sınırlıdır.<sup>1</sup> Bu çalışma, kültür endüstrisi teorik çerçevesinde astroloji ve *New Age* dinî hareketleri sosyal medya mecralarından Facebook özelinde incelemiştir. Üstelik bu üç konudan her birine kendi içinde bütünlüklü olarak geniş yer verilmiş, bu meseleler üzerine gereken tartışmalar yapılmış ve daha sonra sosyal medya ile bağı kurulmuştur. Kendi alanında astroloji, *New Age* ve Facebook dünyasını birleştirerek analiz yapan çok çalışma olmadığı için bu çalışma öncül olma açısından özgün bir yerde durmaktadır. Bulgular açısından net sonuçlara ulaşılmış, hatta bu tür akımların politik amaçlarla kullanılabilmesi ve güvenlik sorunu oluşturabileceği noktasında somut önerilere de ışık tutulmuştur. Ayrıca bu çalışma, kullanılan yöntem açısından sosyal medya konusunda başka çalışmalar için yönlendirici bir mahiyettedir. Yapılan veri toplama ve içerik çözümleme metodu, yine kültür endüstrisinin bir parçası olabilecek başka paradigmlar için başka veriler toplanarak da kullanılabilir. Facebook ve sosyal medyadaki diğer mecralar bizlere bu alanda sonsuz veri sunmaktadır. Pınarbaşı'nın çalışmasında kullanılan veri toplama ve çözümleme metodolojisi, örnek olarak, Instagram'da yine insanların anlam dünyasına hitap eden başka kültür endüstrisi öğelerini analiz etmekte bir rehber olabilecektir.

Kitap açık bir dille yazılmış; farklı kaynak, ekol ve düşünceyi bir arada harmanlamış ve konuya yabancı olanlara dahi etraflı ve sistemli bir çerçeve sunarak anlatımını zenginleştirmiştir. Kitabın bir doktora tezi olarak yazılmış olması ve kitaplaştırılırken tez formatında çok az değişiklik yapılarak yayınlanması zayıf yönlerinden birisidir. Ele alınan konuların fazlalığı ve tezin formatı gereği zaman zaman tekrara düşülmesi, kuram ve önermelere geniş yer verilmesi okurlar açısından fikrî takibi zorlaştırmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmaların azlığı gözetilerek yeni bir alanda yayın yapmanın sorumluluğu ile başlıkların çeşitliliği hedeflenmiş olsa da akademik bir tez kitaplaştırılırken bazı bölümlerin toparlanarak kısaltılması veya daraltılması kitabın okunurluğunu kolaylaştırabilirdi.

Sonuç olarak, Gülenay Pınarbaşı'nın *Spiritüel Ağ: Sosyal Medya ve Yön Değiştiren İnançlar* kitabı, üzerine az eser verilmiş olan yeni ve geniş bir alanda yapılmış örnek bir çalışma olarak modern insanın gizem, merak, anlam arayışı karşısında açılan yeni mecraları ve bu mecraların kadim bilme biçimleri ile bağını incelemektedir. Hem dünyada hem de Türkiye'de gittikçe popüler olan *New Age* akımlarının modernleşme, küreselleşme, dinler ve mitolojiler eksenindeki yolculuğu, bir kültür endüstrisi öğesi olarak dijital platformlarda varlığını sürdürmeye devam edecektir.

<sup>1</sup> Bu konudaki çalışmalardan bazıları için bkz. Aydoğan F. (2017), Başkaya Ş. (2006), Dijk, V.J. (2018), Varlık S. (2019).

## Kaynakça

Aydoğan, F. (2017). *Yeni medya kuramları*. Der Yayınları.

Başkaya, Ş. (2006). *New age hareketi, modern bir dinsellik biçiminin sosyo-kültürel analizi* (Tez no. 207932) [Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.

Dijk, V. J. (2018). *Ađ toplumu*. Epsilon Yayınevi.

Pınarbaşı, G., (2011). *Spiritüel ađ: Sosyal medya ve yön değiştiren inançlar*. Okur Akademi Yayınları.

Varlık, S. (2019). *Türkiye'de din dışı spiritüel akımlar üzerine bir araştırma* (Tez no. 585393) [Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.

## Makale Bilgi Formu

**Yazarların Katkıları:** Çalışma tek yazarlıdır. Yazar son metni okumuş ve onaylamıştır.

**Çıkar Çatışması Bildirimi:** Yazar tarafından potansiyel çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Telif Beyanı:** Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

**Destek/Destekleyen Kuruluşlar:** Bu araştırma için herhangi bir kamu kuruluşundan, özel veya kâr amacı gütmeyen sektörlerden hibe alınmamıştır.

**Etik Onay ve Katılımcı Rızası:** Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunmaktadır.

**İntihal Beyanı:** Bu makale iThenticate tarafından taranmıştır.