T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI

SANAT VE PROPAGANDA İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA APHRODISIAS SEBASTEION RÖLYEFLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

RACAN ALEYNA IŞIKHAN TATAR

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. ŞAKİR EŞİTTİ

ÇANAKKALE – 2024

T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

MEDYA VE KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR ANABİLİM DALI

SANAT VE PROPAGANDA İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA APHRODISIAS SEBASTEION RÖLYEFLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

RACAN ALEYNA IŞIKHAN TATAR

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. ŞAKİR EŞİTTİ

ÇANAKKALE – 2024

T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Racan Aleyna IŞIKHAN TATAR tarafından Prof. Dr. Şakir EŞİTTİ yönetiminde hazırlanan ve **17/07/2024** tarihinde aşağıdaki jüri karşısında sunulan "**Sanat ve Propaganda İlişkisi Bağlamında Aphrodisias Sebasteion Rölyefleri Üzerine Bir İnceleme**" başlıklı çalışma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü **Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı**'nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri	**İmza**
Prof. Dr. Şakir EŞİTTİ (Danışman)	……
Doç. Dr. Mustafa MAYDA	……
Doç. Dr. Ragıp TARANÇ	…….

Tez No : 10652161
Tez Savunma Tarihi : 17/07/2024

……
Prof. Dr. Ahmet Evren ERGİNAL
Enstitü Müdürü

../../20..

ETİK BEYAN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi taahhüt ve beyan ederim.

(İmza)

Racan Aleyna IŞIKHAN TATAR

17/07/2024

TEŞEKKÜR

Bu tezin gerçekleştirilmesinde, çalışmam boyunca benden bir an olsun yardımlarını esirgemeyen saygı değer danışman hocam Prof. Dr. Şakir EŞİTTİ'ye, çalışma süresince tüm zorlukları benimle göğüsleyen sevgili eşim Onur TATAR'a, eğitim hayatımın başından beri meslek ahlakıyla ve bilgileriyle bana örnek olan değerli öğretmenim Mahperi Lale BATUR'a ve hayatımın her evresinde bana destek olan değerli aileme sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Racan Aleyna IŞIKHAN TATAR

Çanakkale, Temmuz 2024

ÖZET

SANAT VE PROPAGANDA İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA APHRODISIAS SEBASTEION RÖLYEFLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Racan Aleyna IŞIKHAN TATAR
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Medya ve Kültürel Çalışmalar Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi
Danışman: Prof. Dr. Şakir EŞİTTİ
17/07/2024, 107

Siyasal iletişim açısından önemli bir kavram olan propaganda bir fikir, inanç veya ideolojiyi kitlelere yaymak ve kitlelerin düşünce ve davranışlarını bu yolla etkilemek, istendik davranış değişikliği yaratmak amacıyla gerçekleştirilen önceden tasarlanmış bir iletişim yöntemidir. Siyasal alanda ideolojilerin yaygınlaştırılması ya da dayatılması gibi amaçlar taşıyan bu yönteme, gündelik hayat pratiklerinden kitle iletişim araçlarına kadar çok farklı alanlarda karşılaşılmaktadır. Kitlelere fikir aşılamak için kullanılan propagandanın kullanıldığı alanlardan birisi de sanattır. İnsanlık tarihi kadar eski bir eylem olan sanat, güzellik ülküsü doğrultusunda insan eliyle üretilmiş imajların bütünüdür. Estetik nitelik taşıyan bu imajlar, onunla etkileşime geçenlere duygu, düşünce ve tıpkı iletişim araçlarında olduğu gibi mesaj iletmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu yönüyle sanat yapıtı, propaganda amaçlı kullanılmakta ve bu ilişki de sanat ve propaganda ilişkisi olarak adlandırılmaktadır. Bu ilişkide güzellik ülküsüyle kitleler üzerinde olumlu etki bırakan sanat yapıtı, propagandanın manipülasyon ve zihin yönetme gibi olumsuz yönlerini gizlemekte ve kitleler üzerinde daha olumlu bir etki bırakmaktadır. Diğer yandan propaganda kavramı her ne kadar modern ulus devletlerine ve 20. yüzyıla damgasını vurmuş kitle iletişim araçlarıyla özdeşleşse de kavramın izlerine Roma İmparatorluğu'nda ve dönemin sanat yapıtlarında rastlamak mümkündür. Bu bağlamda Aydın'ın Karacasu ilçesinde bulunan Aphrodisias Antik Kenti Sebasteion Tapınağı'nın dış cephesini süsleyen rölyefler (kabartmalar), Roma İmparatorluğu döneminde sanat yapıtı üzerinden yapılan propagandanın en önemli örneklerindendir. Böylelikle çalışmada, temel ekonomik kaynağını bünyesinde barındırdığı heykel okulunda üretilen heykellerden sağlayan Aphrodisias'ın en heybetli kamusal binası

Sebasteion Tapınağı'nda bulunan rölyeflerin, propaganda bağlamında nasıl kullanıldığı ve ne gibi bir görsel dil oluşturduklarının ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Böylelikle modern ulus devletleri ve kitle iletişim araçlarıyla özdeşleşen propagandanın, Roma İmparatorluğu Dönemi'ndeki arketiplerinin ortaya koyulması hedeflenmektedir. Böylelikle Sebasteion Tapınağı'nda bulunan 17 rölyef, Erwin Panofsky'nin 'İkonografik ve İkonolojik Sanat Eleştirisi' yönteminden faydalanılarak incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Propaganda, Sanat, Aphrodisias, Sebasteion Tapınağı, Rölyef, Roma İmparatorluğu

ABSTRACT

A STUDY ON APHRODISIAS SEBASTEION RELIEFS IN THE CONTEXT OF THE RELATIONSHIP BETWEEN ART AND PROPAGANDA

Racan Aleyna IŞIKHAN TATAR
Çanakkale Onsekiz Mart University
School of Graduate Studies
Master of Science Thesis in Media and Cultural Studies
Advisor: Prof. Dr. Şakir EŞİTTİ
17/07/2024, 107

Propaganda, which is an important concept in terms of political communication, is a pre-designed communication method carried out with the aim of spreading an idea, belief or ideology to the masses, influencing the thoughts and behaviors of the masses in this way, and creating the desired behavioral change. This method, which aims to spread or impose ideologies in the political sphere, is encountered in many different areas, from daily life practices to mass media. One of the areas where propaganda is used to instill ideas in the masses is art. Art, an action as old as human history, is the whole of images produced by human hands in line with the ideal of beauty. These images, which have an aesthetic quality, are used to convey feelings, thoughts and messages to those who interact with them, just like communication tools. In this respect, the work of art is used for propaganda purposes and this relationship is called the relationship between art and propaganda. In this relationship, the work of art, which has a positive impact on the masses with the ideal of beauty, hides the negative aspects of propaganda such as manipulation and mind management and leaves a more positive impact on the masses. On the other hand, although the concept of propaganda is identified with modern nation states and the mass media that left their mark on the 20th century, it is possible to find traces of the concept in the Roman Empire and the works of art of the period. In this context, the reliefs decorating the exterior of the Sebasteion Temple of the Ancient City of Aphrodisias, located in the Karacasu district of Aydın, are one of the most important examples of propaganda made through works of art during the Roman Empire. Thus, the study aims to reveal how the reliefs in the Temple of Sebasteion, the most imposing public building of Aphrodisias, which provides its main economic source from the

sculptures produced in the sculpture school it hosts, are used in the context of propaganda and what kind of visual language they create. In this way, it is aimed to reveal the archetypes of propaganda identified with modern nation states and mass media in the Roman Empire Period. Thus, 17 reliefs found in the Temple of Sebasteion are examined using Erwin Panofsky's 'Iconographic and Iconological Art Criticism' method.

Keywords: Propaganda, Art, Aphrodisias, Sebasteion Temple, Relief, Roman Empire

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

JÜRİ ONAY SAYFASI……... i
ETİK BEYAN…… ii
TEŞEKKÜR…….. iii
ÖZET ……..…….…….. iv
ABSTRACT …….. vi
İÇİNDEKİLER ……..…… viii
SİMGELER ve KISALTMALAR……..…… xi
ŞEKİLLER DİZİNİ……..……...…….….. xii

BİRİNCİ BÖLÜM
GİRİŞ 1

İKİNCİ BÖLÜM
KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR 5

2.1. Propaganda……. 5
2.1.1. Tarihsel Süreçte Propagandanın Gelişimi……..……..…. 7
2.1.2. Propaganda Türleri ve Teknikleri……..……...…..…… 15
2.2. Sanat……... 20
2.2.1. Sanat Yapıtının Kullanım Alanları…… ……..... 22
Sanat Yapıtı ve Din……. 24
Sanat Yapıtı ve Toplum…….. 28
Sanat Yapıtı ve Propaganda…… 32
2.3. Roma İmparatorluğu ve Roma İmparatorluğu'nda Propaganda…….…… 35

2.3.1. Roma İmparatorluğunun Doğuşu ve Toplumsal Yapı…….. 36
Din Anlayışı…… 39
Felsefe……. 41
Ekonomi ve Politika…… 43
2.3.2. Roma İmparatorluğu'nda Propaganda Araç ve Yöntemleri……. 46
Propaganda Aracı Olarak Tiyatro Oyunları…… 48
Propaganda Aracı Olarak Spor Organizasyonları…… 49
Propaganda Aracı Olarak Sanat Yapıtı…… 52
2.4. Aphrodisias Antik Kenti ve Sebasteion Tapınağı Rölyefleri…….. 55
2.4.1. Tarihsel Süreçte Aphrodisias Antik Kenti……... 56
Aphrodisias Antik Kenti ve Sebasteion Tapınağı Rölyeflerinin Siyasal, Sosyal ve Ekonomik Açıdan Önemi…… 58

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ARAŞTIRMA YÖNTEMİ/MATERYAL YÖNTEM 62

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi..... 62
3.2 Araştırmanın Problemi..... 63
3.3. Araştırmanın Analiz Yöntemi..... 64
3.3.1. İkonografik ve İkonolojik Sanat Eleştiri Yöntemi..... 64
Ön İkonografik İnceleme (Doğal Anlam)..... 65
İkonografik İnceleme (Uzlaşmacı Anlam)..... 65
İkonolojik İnceleme (İçerik Anlamı)..... 66
3.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları..... 66
3.5. Araştırmanın Hipotezleri..... 66

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
ARAŞTIRMA BULGULARI 68

4.1. İmparatorlar ve Zaferleri…….....…….…..... 68
4.1.1. İmparatorların Zaferleri Üçlemesi…… 69
4.2. İmparatorlar ve Esirler…….....…….…..... 72
4.2.1. 'Tiberius ve Esir' ve 'Nero ve Esir'…….. 72

4.3. İmparatorların Onurlandırılması ve Şehir……...…… 73
4.3.1. Tanrılaştırılmış Roma'nın Onurlandırılması……..…….. 74
'Roma ve Ge'…… 74
'Silahlı Roma'……... 75
4.3.2. İmparatorluğun Halk ve Senato Tarafından Onurlandırılması…….. 77
'Claudius ve Agrippina'…….……... 77
'İmparator ve Roma Halkı'……..……. 79
4.4. İmparatorların Tanrısallaştırılması, Mitolojik Öykülerle Bağdaştırılması (Apotheosis)……... 80
4.1.1. 'Karaların ve Denizlerin Efendisi Claudius'…… 80
4.4.2. Augustus ve Oğulları Üçlemesi…… 82
4.5. Mitolojik Öyküler…….. 84
4.5.1. Dioskurların Doğuşu…… 84
'Leda ve Kuğu'…….. 84
4.5.2. Roma'nın Doğuşu Üçlemesi……. 86
'Ankhises ve Aphrodite'……... 86
'Aeneas'ın Troya'dan Kaçışı'……... 88
'Aeneas'ın İtalya'ya Varışı'…….. 89
4.6. Bulguların Değerlendirilmesi……. 90

BEŞİNCİ BÖLÜM
SONUÇ ve ÖNERİLER 94

5.1. Sonuç……....…...…….... 94
5.2. Öneriler……....…….... 97
KAYNAKÇA ...……. 98

SİMGELER VE KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri.

CNN: Cable News Network.

NATO: Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü

SSCB: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

TDK: Türk Dil Kurumu.

UNESCO: Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

YÖK Tez Merkezi: Yüksek Öğretim Kurulu Tez Merkezi.

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Şekil Adı	Sayfa No
Şekil 1	Francisco Goya, '3 Mayıs Katliamı', 1814.	30
Şekil 2	Tammam Azzam, 'Goya', 2012.	31
Şekil 3	Sebasteion Tapınağı	57
Şekil 4	'Claudius ve Britanya'	69
Şekil 5	'Victoria'	69
Şekil 6	'Nero ve Ermenistan'	69
Şekil 7	'Tiberius ve Esir'	72
Şekil 8	'Nero ve Esir'	72
Şekil 9	'Roma ve Ge'	74
Şekil 10	'Silahlı Roma'	76
Şekil 11	'Claudius ve Agrippina'.	78
Şekil 12	'İmparator ve Roma Halkı'	79
Şekil 13	'Karaların ve Denizlerin Efendisi Claudius'	81
Şekil 14	'Dioskur Olarak Betimlenen Prens'	82
Şekil 15	'Augustus ve Victoria'	82
Şekil 16	'Dioskur Olarak Betimlenen Prens 2'	82
Şekil 17	'Leda ve Kuğu'	85
Şekil 18	'Ankhises ve Aphrodite'	87
Şekil 19	'Aeneas'ın Troya'dan Kaçışı'	88
Şekil 20	'Aeneas'ın İtalya'ya Varışı'	89

BİRİNCİ BÖLÜM
GİRİŞ

Propaganda, kamuoyu oluşturma, toplumları ikna etme ve fikir yayma amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Temelinde, kitleler üzerinde üstünlük kurarak onları belirli bir düşünceye ya da eyleme yönlendirme amacı güdülen propagandaya genellikle siyasal aktörler tarafından başvurulmaktadır. Diğer yandan siyaset ve iletişim bilimleri açısından bu yöntem, genellikle, 20. yüzyılda modern ulus devletlerinin kitle iletişim araçlarından faydalanarak uyguladığı bir kavram olarak algılanmaktadır. Bu algının aksine propaganda insanlık tarihi kadar eski bir kavramdır ve kitle iletişim araçlarının dışında farklı alanlar üzerinden de uygulanmaktadır. Bu alanların başında da sanatsal faaliyetler gelmektedir.

Yaratıcılığın ve hayal gücünün bir ürünü olarak sanat yapıtı; duygu, düşünce ve bilgiyi izleyicisine aktaran ve insan eliyle yaratılmış kültürel bir üründür. Bu bağlamda sanat yapıtı onu üreten sanatçının yaşamış olduğu dönemin toplumsal yapısı, siyasal anlayışı ya da dinsel inançları gibi birçok faktörden ayrı düşünülemez bir olgudur. Diğer bir deyişle sanat yapıtı, üretildiği dönemin dünya görüşünü ve ideolojisini oluştururken, ait olduğu toplumun da izlerini barındırmaktadır. Diğer yandan güzellik ülküsünün ön planda tutulduğu sanat, tıpkı iletişim araçlarında olduğu gibi bir mesaj iletmek amacıyla kullanılmaktadır. Sanat yapıtı bu yönüyle siyasal aktörlerin dikkatini çekmiş ve bir propaganda aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Sanat ve propaganda olarak tanımlanan bu ilişkinin kökeni insanlık tarihi kadar eskidir.

Sanat ve propaganda ilişkisinin ilk örneği, ilk sanat yapıtları olarak tanımlanan Paleolitik Çağ'a ait mağara resimlerine kadar dayanmaktadır. Ayrıca Antik medeniyetlerde kamusal alanlarda bulunan heykeller, dönemin estetik anlayışını temsil ettiği gibi hem kitle iletişim aracı hem de propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Bu birliktelikte sanatın güzellik ülküsünden faydalanan propaganda, manipülasyon ve zihin yönetme gibi olumsuz yönlerini gizlemekte ve kitleler üzerinde daha olumlu bir etki bırakmaktadır.

Sanat ve propaganda ilişkisinin en önemli örneklerini Roma İmparatorluğu'nda da görmek mümkündür. Dünya tarihinin en büyük imparatorluklarından Antik Roma, yaklaşık 2200 yıl hüküm sürmüştür. Efsanelere göre, Roma şehri M.Ö. 753 yılında Romus ve Romulus kardeşler tarafından kurulmuştur. Zaman içerisinde Roma şehir devleti büyüyerek bir krallık haline gelmiştir. "Roma Krallığı M.Ö. 510 yılında ise Roma Cumhuriyeti'ne

dönüşmüştür. Roma Cumhuriyeti de M.S. 27 yılında imparatorluğa dönüşmüştür" (Barman, 2016: 884).

İtalya Yarımadası'nda kurulan imparatorluk, yapılan fetihler neticesinde sınırlarını tüm Akdeniz'i çevreleyecek şekilde genişleterek çok kültürlü bir devlet yapısına bürünmüştür. Böylesine büyük bir coğrafyada uzun yıllar hüküm süren imparatorluğun yönetimsel anlamda başarı sağlamasında propaganda, önemli bir rol oynamaktadır. "…Romalılar'ın, bu uzun soluklu varoluşları için en geçerli olan araçlardan propaganda unsurunu başarılı bir şekilde kullandıkları anlaşılmaktadır. Her eser ve icraat bir mesaja sahip olduğundan, o kişinin yaptıklarının ölümsüzleşmesi ve yüceltilmesi propaganda sayesinde olur" (Durugönül, 2021: 17). Bu nedenle propaganda, Roma İmparatorluğu'nun devamını sağlamak adına başvurulan en önemli yöntemlerden biridir.

Roma İmparatorluğu'nda propagandaya; düzenlenen spor organizasyonlarından tiyatro şenliklerine, dinsel faaliyetlerden sanat yapıtlarına değin geniş bir çehrede karşılaşılmaktadır. Roma'da propagandanın en iyi yürütüldüğü yerleri kamusal alanlar oluşturmaktadır. Propaganda mesajı içeren heykel ve rölyeflerle bezeli bu alanlarda gerçekleştirilen dinsel faaliyetler, spor organizasyonları, tiyatro gösterileri ve retorik konuşmaları imparatorların gücünü göstermek ve itaati sağlamak adına büyük önem taşımaktadır (Durugönül, 2021). Antik Roma'da gerçekleştirilen spor organizasyonları ve tiyatro şenlikleri; kent ekonomisine katkı sağladığı gibi sosyal ilişkilerin kurulması açısından olumlu sonuçlar doğurmakta ayrıca halkın imparatorlarına olan bağlılığını geliştirmektedir. Çok kültürlü halkın 'Romalılaşmasına' sebebiyet veren bu faaliyetlerin yanı sıra dinsel faaliyetler aracılığıyla da propaganda sürdürülmektedir.

Roma imparatorları kendilerine ve ailelerine, 'tanrısal' vasıflar atfederek 'imparator kültü' yaratma yoluna gitmişlerdir. Böylelikle halk arasında tanrısal kudretlerini tahsis eden imparatorlar tanrısal kültlerini, heykel ve rölyef (kabartma) gibi sanat yapıtlarıyla kalıcı hale getirmek istemişlerdir. "Roma'da Augustus tarafından temelleri atılan bu kavramda imparatorluk düşüncesini yansıtan önemli yapılar ve tapınaklar oluşturulmuş ve kentin en merkezi yerine inşa edilmiştir. Tapınağa yerleştirilen İmparator ve tanrı heykelleri halkın İmparator ile tanrıları eş tutmasına yol açmıştır" (Yılmaz, 2012: 57). Diğer yandan imparatorların zaferleri, Roma'nın onurlandırılması ve "Romalı" olmayan halklar bu sanat yapıtlarının konularını oluşturmaktadır. Özellikle mermer gibi dayanıklı ve kalıcı bir materyal üzerine bezenen bu heykel ve rölyefler, içerdikleri mesajların yüzyıllarca

aktarılmasına olanak tanıyan birer propaganda aracına dönüşmektedir. Bu bağlamda Roma İmparatorluğu'nda sanat ve propaganda ilişkisinin en önemli örneklerinden birisi Aydın'ın Karacasu ilçesinde bulunan Aphrodisias Antik Kenti'nde üretilmiş olan eserlerdir.

Aphrodisias, M.Ö. 5. yüzyılda kurulmuş olup Roma İmparatorluğu döneminde gelişmiştir. Tanrıça Afrodit'e adanan bu kentin ekonomik kaynağını çevresindeki zengin ocaklardan elde edilen mermer ve bünyesindeki heykel okulunda üretilen eserler oluşturmaktadır. Bu özelliklerinden dolayı M.Ö. 1. yüzyıl ile M. S. 5. yüzyıl arasında önemli bir sanat merkezi haline gelen Aphrodisias'ta üretilen eserler, Roma'dan Akdeniz Havzası'ndaki önemli kentlere kadar talep görmüştür. "Okulun talep üzerine bitirilmiş ya da yarı bitirilmiş eserleri dahi ihraç etmeye başlaması artan başarının en açık kanıtıdır" (Erim'den aktaran Yılmaz, 2012: 25). Bununla birlikte Roma İmparatorluğu döneminde sanat yapıtı üzerinden yapılan propagandanın en önemli örneklerine de bu antik kentte bulunan Sebasteion Tapınağı'nın dış cephesini süsleyen rölyeflerde rastlamak mümkündür. Bu bağlamda çalışmada, Aphrodisias'ın en heybetli kamusal binası Sebasteion Tapınağı'nda bulunan rölyefler incelenerek propaganda bağlamında nasıl kullanıldığı ve ne gibi bir görsel dil oluşturduklarının ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Böylelikle bu çalışmada, ulus devletler ve modern kitle iletişim araçlarıyla özdeşleşen propaganda kavramının, Roma İmparatorluğu dönemindeki arketiplerinin ortaya koyulması hedeflenmektedir.

Çalışmanın amaç ve hedefi bağlamında propaganda kavramının tanımı, tarihsel süreçte gelişimi ve teknikleri anlatıldıktan sonra sanat ve sanat yapıtının kullanım alanları, toplum ve din ile ilişkisi tartışılmaktadır. Sanat ve propaganda ilişkisi açıklandıktan sonra propaganda kavramlarının antikitede kullanımı, Roma İmparatorluğu'nun doğuşu, toplumsal yapısı, dini, felsefesi, ekonomi ve politikası ayrıntılı incelenmektedir. Böylelikle Roma İmparatorluğu'ndaki propaganda araç ve yöntemleri de incelenmektedir. Çalışmanın kuramsal çerçevesini oluşturan bu konular açıklanarak tartışıldıktan sonra Aphrodisias Antik Kenti içerisindeki Sebasteion Tapınağı'nın dış cephesine ait 17 rölyef ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisi yönteminden faydalanılarak analiz edilecektir. Bununla birlikte çalışma kapsamında literatür taraması yapılmıştır.

Literatür taraması kapsamında YÖK Tez Merkezi'nde yapılan aramalarda; 'Roma İmparatorluğu ve Propaganda', 'Antik Roma ve Propaganda', 'Aphrodisias/Afrodisyas Rölyef/Kabartmaları' anahtar kelimeleri kullanılarak yapılan taramada herhangi bir sonuç elde edilememiştir. 'Sebasteion' anahtar kelimesiyle yapılan aramada ise; 'Aphrodisias

Sebasteionuna Ait Üç Kabartma' (Yılmaz, 2012) adlı yüksek lisans tezi bulunmaktadır. Bu çalışma Sebasteion Tapınağı'nda bulunan 'Claudius ve Britanya, Nero ve Ermenistan, Karaların ve Denizlerin Efendisi Augustus' olmak üzere 3 rölyef, Klasik, Hellenistik ve Roma İmparatorluğu Dönemleri doğrultusunda incelenip sanat ve üslup özellikleri betimlenmektedir. Bu çalışma, yapılması planlanan tezin hipoteziyle uyuşmakla birlikte arkeolojik bir bakış açısıyla konuyu ele almaktadır. Diğer yandan rölyeflerin iletişim boyutu derinlemesine ele alınmamıştır.

'Heykeller Konuşabilseydi… Antik Yunan Heykeltıraşlık Sanatına Toplumsal Açıdan Bir Bakış' (Durugönül, 2018) adlı kitapta, heykel kavramının salt 'estetik' olarak tanımlanamayacağı, heykelin aynı zamanda sosyo-politik, dini ve propaganda amacı taşıdığı belirtilmektedir. Kitapta heykeller kronolojik sıraya göre listelenmekte ve yapılış amaçları, alt metinde neler barındırdıkları incelenmektedir. Diğer taraftan bu çalışma içerisinde Aphrodisias Sebasteion Tapınağı rölyeflerine ait çözümlemeler bulunmamaktadır.

'Roma Devlet Kabartmalarında Propaganda ve Sanat' (Durugönül, 2021) adlı kitapta, İmparator Augustus'tan (M.Ö. 27-İ.S.14) I. Theodosius (M.S. 379-395) zamanının sonuna kadar kronolojik sıraya göre imparatorların savaşları, aileleri ve propaganda bağlamında arkalarında bıraktıkları bazı sanat eserleri incelenmektedir. Halk ile iletişim kurmak ve onurlandırma amacıyla sık sık başvurulan propaganda yöntemleri tartışılmaktadır. Diğer taraftan bu çalışma içerisinde Aphrodisias Sebasteion Tapınağı rölyeflerine ait çözümlemeler bulunmamaktadır. Böylelikle, ilgili konu bağlamında iletişim alanında literatür eksikliği bulunduğu tespit edilmiştir. Çalışma mevcut literatürdeki bu boşluğu temel sorunsal olarak benimsemiş ve Antik Roma dönemindeki Aphrodisias Sebasteion Tapınağı Rölyeflerinin siyasal iletişim ve propaganda bağlamında incelenmesi ile mevcut literatüre katkı sağlamayı hedeflemiştir. Dolayısıyla bu rölyeflerin analiz edilerek, genellikle, modern iletişim araçları ve ulus devletlerle bağdaştırılan propaganda kavramının sanatla olan ilişkisi ve bu bağlamda oluşturulan görsel dilin Roma İmparatorluğu'ndaki arketiplerinin ortaya koyulması iletişim bilimleri açısından önem arz etmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM
KURAMSAL ÇERÇEVE/ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Araştırmanın bu bölümünde; siyasal iletişimde önemli bir kavram olan propaganda, sanat ve bu olguların tanımları, tarihsel süreçteki gelişimleri ve kullanım alanları, literatür taraması gerçekleştirilerek ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır.

2.1. Propaganda

Propaganda, en temelinde kamuoyu oluşturma, ikna etme ve rıza yaratma gibi amaçlarla kullanılmaktadır. "Latince kökenli olan kelime, bahçıvanın taze bir bitkinin filizlerini yeni bitkiler üretmek için toprağa dikmesi anlamına gelen 'propagare' kelimesinden türetilmiştir" (Köseoğlu ve Al, 2013: 106). Kelime kökeni olarak bakıldığı zaman propaganda, zihinlere fikir ekme ve yerleştirme olarak da tanımlanmaktadır.

Mevcut literatür incelendiğinde propagandanın birçok tanımına ulaşmak mümkündür. Örneğin "Oxford sözlüğü propagandayı 'bir doktrin ya da uygulamayı yaymak için desteklemek ya da tasavvurda bulunmak' olarak tanımlar" (Brown, 1992: 11). Türk Dil Kurumu (TDK)'na göre ise propaganda; "Bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca" ("Türk Dil Kurumu", 2024). anlamına gelmektedir. Güngörmez, Sosyal Bilimler Ansiklopedisi'nde propagandayı; "Kişilerin kanaatlerini ve tutumlarını, sembollerin kullanılması ve tek bir görüşe yönlendirilmesi suretiyle fiziksel güce ve şiddete başvurmaksızın değiştirme girişimi" (2021: 293) olarak tanımlamaktadır.

Sosyal bilimciler propagandanın kavramı üzerine birçok çalışma gerçekleştirmiş ve görüşlerini çeşitli kaynaklarda belirtmişlerdir. Aziz'e göre "Propaganda, sözcük olarak 'mesajların otoriter bir biçem (üslup) ile tek taraflı ve yoğun olarak hedef kitleye aktarılması' olarak tanımlanabilir" (2013: 15). Kılıçaslan propagandayı "Bir düşünceyi ya da bir inancı tek taraflı bir şekilde ve sistemli biçimde yaygınlaştırarak yandaş sağlamayı amaçlayan bir alan" (2008: 19) olarak tanımlamaktadır. Aynı zamanda "Propaganda, ikna edici iletişimin bir alt kategorisi olup kasıtlı ve sistematik bir şekilde algıları şekillendirmek, bilişleri

manipüle etmek ve davranışı yönlendirmek için önceden tasarlanmış iletişim girişimidir" (Jowett ve O'Donnell, 2015). Qualter'a göre propaganda:

> Bir bireyin veya grubun başka bireylerin veya grupların tutumlarını belirleyip biçimlendirmek, kontrol altına almak veya değiştirmek için, haberleşme araçlarından yararlanarak ve bu bireylerin veya grupların belirli bir durum veya konumdaki tepkilerinin kendi amaçlarına uygun tepkiler şeklinde olacağını umarak giriştikleri bilinçli bir faaliyet olarak tanımlanması mümkündür (1980: 279).

Propaganda, bir fikir veya bir düşünceyi ya da siyasal bir ideolojiyi yayma, insanların zihinlerine ekme ve yerleştirmeye yönelik bir yöntemdir. Propaganda böylelikle kitleler üzerinde var olan düşünce ve davranışları, değiştirmek amacıyla gerçekleştirilen kurgulanmış bir iletişim metodu olarak tanımlanmaktadır. Diğer taraftan literatürün genişlemesi, çeşitli teknolojik gelişmeler yaşanması ve öznel değerlendirmelerin etkisiyle birlikte propaganda kavramına ait belirli bir tanıma ulaşmak pek mümkün olmamaktadır. Örneğin propaganda kavramının tanımı, propaganda yapan ve propagandaya maruz kalan için dahi farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle propaganda kavramı gün geçtikçe gelişmekle beraber kapsayıcı alanı ve tanımı da çeşitlenmektedir.

Propaganda genel hatlarıyla ideoloji aktarma ve ikna tekniği olarak tanımlanmasına rağmen devingen bir kavramdır. Bu bağlamda yapılan tanımlamalara göre "Propagandanın temel amacı, hedef kitle üzerinde istendik tutum ve davranış değişiklikleri oluşturmak, hedef kitleye dünyada meydana gelen siyasal, toplumsal veya ekonomik olayları nasıl yorumlaması gerektiğini öğretmektir" (Eşitti ve Işık, 2022: 130). Bu amaç doğrultusunda propaganda, egemen kesimler tarafından vazgeçilmez bir siyasal iletişim aracı haline gelmektedir. Propaganda aracılığıyla tarihsel süreç içerisinde egemen kesimler tarafından benzer amaçlar doğrultusunda bir takım yayma ve ikna yöntemleri kullanılmıştır. Siyasal iletişim ve propaganda kavramlarının terim olarak kullanılmadığı ve bilinmediği dönemlerde bile bu kavramların varlığı söz konusu olmaktadır. Bu nedenle propaganda kavramı oldukça köklü bir tarihe sahiptir. Her ne kadar kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaştığı 20. yüzyılın başlarında Walter Lippmann ve Edward Bernays gibi araştırmacıların çalışmalarıyla sosyal bilimlerde yeniden önemli bir tartışma konusu haline gelmiş olsa da, propaganda sadece modern dünya ve günümüz kitle iletişim araçlarıyla ilişkilendirilen bir kavram değildir. Propagandanın tarihsel gelişimini ele almak, kavramın daha iyi anlaşılması bakımından okuyucuya fayda sağlayacaktır.

2.1.1. Tarihsel Süreçte Propagandanın Gelişimi

Mevcut literatürde kavramın kökeni 1622'ye kadar dayandırılmaktadır. Belirtilen tarihte Papa Gregory XV, Katolik Kilisesine ait doktrini yayabilmek ve propaganda faaliyetlerinde bulunabilmek için 'İnancı Yayma Cemaati' anlamına gelen 'Congregatio de progapanda fide'yi kurdurmuş, bu yapı aracılığıyla propaganda faaliyetlerinde bulunulmuştur. Böylelikle Kuzey Avrupa Ülkelerindeki gücünü kaybeden Roma Katolik Kilisesi, Katolik inancını yaymak ve gücünü geri kazanmak adına çeşitli propagandalar gerçekleştirmiştir. Aynı zamanda 1627 yılında da Papa VIII. Urban tarafından propaganda amacıyla bir kurum daha kurulmuştur. "Kurulan bu kurum, 'Collegium Urbanum'dur. Bu kurumla beraber propaganda çalışmaları geniş kitlelere ulaşmış ve propaganda, 'topluluk bilinci' oluşturulacak şekle bürünmüştür" (Çelik, 2019: 5). Böylelikle gerçekleştirilen bu propaganda çalışmaları, toplumu kontrol altına almak isteyen egemen kesimlere bir örnek oluşturmuştur. Aynı zamanda propaganda kavramının anlamı ve kullanım yöntemleri de değişiklik geçirmiştir. "Bu yüzyıl içerisinde propagandanın güncel imajı büyük bir değişiklik geçirdi. Ve bu kelime, çok kere meşum, yalancı ve bir kişi ya da grubun genellikle gizli vasıtalarla kullanmaya teşebbüs ettiği bir yönteme işaret eden bir anlam kazandı" (Brown, 1992: 12). Bununla birlikte, 1620'li yıllarda propagandanın sistematik olarak uygulandığını söylemek mümkün değildir.

Günümüzde gerçekleştirilen propaganda yöntemleri belirli teknik ve kurallar dahilinde sistematik bir şekilde gerçekleşmektedir. Diğer taraftan bu kural ve tekniklerin bilinmediği dönemlerde de propagandanın varlığı bilinmektedir. Diğer bir değişle propaganda ve ikna teknikleri insanlık tarihi kadar eskidir. "İnsan örgütlü topluluklarda yaşamaya başlamasıyla birlikte liderler ve liderliğe özenenler kendilerine destek bulmak için propaganda yöntemlerini kullanmışlardır" (Qualter, 1980: 257). Kamuoyu yaratma, ideoloji yayma ve göz dağı verme gibi nedenlerle kullanılan propagandanın tarih öncesi dönemlerde de birçok örneği bulunmaktadır. Taylor'a göre, M.Ö 7000 yıllarına ait, Neolitik mağara çizimlerinde de dahi propaganda faaliyetlerine rastlamak mümkündür. Şöyle ki, Neolitik mağara çizimlerinde görülen ve birbirlerine karşı silah kullanan insan görselleri, bilinen en eski savaş propagandası yöntemleri arasında sayılabilmektedir (Taylor, 2003: 20).

Toplum bilinci ve örgütlü yaşam, beraberinde liderlik ve iktidar gibi kavramları da getirmektedir. Böylelikle propaganda, egemen kesim için en az günümüzdeki kadar büyük

bir önem taşımaktadır. “Eski uygarlıklar olan Antik Yunan ve Roma medeniyetleri döneminde de propaganda olarak nitelenebilecek etkinliklerin bulunduğunu söylemek mümkündür” (Bektaş, 2013: 145). Örneğin; Antik Roma’da gençlerden oluşan ‘Augustales’ adlı topluluğun amacı arenalarda halkı coşturmak ve Hristiyanların katledilmesi için tezahüratta bulunmaktı. Ayrıca, “Kolayca sansür edilebilen elle yazılmış az sayıdaki kitap, tahsilli küçük bir sınıf tarafından okunabiliyordu” (Özsoy, 2010: 24). Böylelikle bilgi sadece belirli bir kısma ulaşabiliyor ve bu doğrultuda sınıfsal bir propaganda gerçekleşiyordu. Roma’nın gündelik haberlerinin kaydedildiği ‘Acta Diurna’ ise, ilk günlük gazete olarak nitelenmektedir. Buna göre, imparatorluk tarafından yayınlanan bu gazete bir propaganda aracı olarak kabul edilmektedir. Roma İmparatorluğu’nda propagandaya sadece dönemin halkla iletişim sağlayacak araçlarıyla değil; mitoloji, tiyatro, spor oyunları ve hatta kamusal alanlarda sergilenen sanatsal heykel ve rölyef çalışmalarında bile rastlanmaktadır. Antik Yunan’da ise propagandanın büyük bir çoğunluğunu söz sanatları oluşturmaktadır. “Sofist denen gezici öğretmenler hitabeti halkı kandırma sanatı haline getirmek için, dili gramer ve mantık bakımından incelemişlerdir” (Berkes, 1942: 49).

‘Retorik’ yani güzel söz söyleme sanatı; propagandanın etkisini arttırarak kitleleri daha kolay ikna edebilmeyi sağlamaktadır. Aristotales’e göre retorik “(b)elli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisidir” (Aristotales’ten aktaran Aziz, 2013: 53). Retorik özellikle politikacılar tarafından kitleleri ikna etme çabalarında kullanılmıştır. “Retorik demokrasi dönemlerinde böylesine yaygınlaşmış, bir sanata dönüşmüş, her özgür yurttaşın, gündelik yaşamının bir parçası olmuş onu etki alanı içine almıştı” (Ekinci, 2016: 154). Bu bağlamda Antik çağlarda gerçekleştirilen bu propaganda çalışmaları modern propaganda tekniklerinin arketiplerini oluşturmaktadır.

Orta Çağ’da ise, propaganda genellikle dini amaçlar doğrultusunda kullanılmıştır. Bu noktada Orta Çağ Avrupa’sında Hristiyanlık, merkezi bir propaganda unsuru olmuştur. Dini inançlarını yaymak isteyen Hristiyanlar, kilise ve papazlar aracılığıyla çeşitli vaazlar vermiş ve toplumsal bir ikna süreci söz konusu olmuştur. Gerçekleştirilen bu vaazlar, Antik Yunan’da halka seslenen retorikçilerin ikna sürecini de anımsatmaktadır. Söz sanatının haricinde, Orta Çağ propagandaları dini resimlerden ve haçlı seferleri gibi araçlardan da faydalanarak etki alanını genişletmiştir. Hristiyanlar, Avrupalıları Haçlı Seferleri’ne katılmaya teşvik etmek için propagandadan faydalanmışlardır. Gerçekleştirilen propagandalar geniş kitleleri etkisi altına almış ve büyük bir yıkıma neden olmuştur. “Bu

propaganda sırasında kullanılan söylemler, her toplumsal sınıftan, binlerce Batı Avrupalı insanın katıldığı, I. Haçlı Seferini başlatmış uzun savaşların, katliam ve yağmanın gerçekleştiği kitlesel bir cinnet hareketine dönüşmüştür" (Çılğın, 2019: 2). İktidarı ele geçirmek isteyen kilise, gerçekleştirdiği propaganda ile toplumları etkisi altına almayı başarmıştır. "Papa, Haçlı Seferi propagandasını, kutsal toprakları, özellikle de Kudüs'ü özgürleştirme fikri ekseninde yapmıştır" (Çılğın, 2019: 83). Kutsal metinlere atıfta bulunularak yapılan bu propagandalarla Kudüs'ün Hristiyanlık için önemine değinilmiştir.

Haçlı Seferleri boyunca gerçekleştirilen propagandaların etkili olma nedenlerinden biri de kilisenin kitlelere ilahi bir amaca hizmet ediyor gibi davranmasıdır. Diğer bir deyişle, savaşa katılanlar, kendi mütevazi yaşamlarından çıkıp kutsal bir göreve atılmış ve kendilerini Tanrı adına savaşan ve İsa'nın topraklarını kurtarmayı hedefleyen yüce kişiler olarak görmüşlerdir. Böylelikle, dönemin baskın gücü olan kilisenin hem dini hem askeri bir propaganda gerçekleştirdiği görülmektedir.

Orta Çağ'da kiliselerin gerçekleştirdiği bir diğer propaganda yöntemi de ortak düşman yaratmaktır. Orta Çağ'da gerçekleştirilen cadı yargılamaları bu duruma bir örnek oluşturmaktadır. 'Cadılık' suçlamasıyla başta Amerika olmak üzere Avrupa'nın genelinde yüzbinlerce kadın idam edilmiştir. "Heinrich Kramer adlı bir din adamı tarafından yazılan Malleus Maleficarum (Cadıların Çekici) gibi kitaplar, cadıların nasıl cezalandırılması ve 'arındırılması' gerektiğine dair öğretiler içermektedir" (Kutlu, 2021: 34). Kadın olmakla özdeşleşen cadılık; toplumda gerçekleşen her türlü kötü olayın sebebi olarak görülmektedir. Kuraklık, hayvanların ölmesi hatta bir erkeğin işine karışmak dahi cadılık olarak tanımlanmaktadır. Orta Çağ'da erkek egemen topluma karşı çıkan her kadın kötü olarak adlandırılmakta ve cadı tanımlaması yapılmaktadır. "Kilisenin iktidarını kaybetmesi ve Kara Veba'nın suçunu üstüne yıkacak birilerini araması üzerine günah keçisi olan bu kadınlar, sadece öldürülmemiş, bedenlerinin paramparça edilmesine sebep olacak işkencelere maruz bırakılmıştır" (Kutlu, 2021: 35). Böylelikle kilise, halka başlarına gelen her kötü şeyin suçlusunun cadılar olduğunu ve onların yok edilmesi gerektiği söyleyerek toplumsal bir arınma gerçekleştirmeyi hedeflemiştir. Kilisenin otoritesi korunmuş ve halk cadılardan korunmak için kiliseye daha çok bağlılık göstermiştir. Gerçekleştirilen bu propaganda, kilisenin otoritesini korumasına yardımcı olsa da patriyarkal sistem içerisinde binlerce kadının acı içinde ölmesine neden olmuştur.

Propaganda Orta Çağ'da, kilisenin haricinde krallar ve hükümdarlar tarafından da oldukça sık kullanılmıştır. Hükümdarlıklarını ve siyasi güçlerini pekiştirmek için gerçekleştirilen propagandalarda görsel araçlar kullanılarak hükümdarlıklarının meşrutiyeti vurgulanmıştır. Böylelikle İdeolojik söylemler, başta mimari olmak üzere sanat yapıtı üzerinden ölümsüzleştirilmektedir. "Dünya'nın birçok yerinde iktidara gelmiş komutan, siyasetçi vb. bakileşmek için heykellerini, portrelerini ya da zafer takları veyahut adlarıyla anılacak kamu binaları yaptırmışlardır" (Savçın ve Savçın, 2021: 2045). İnşa edilen bu yapılar, iktidarın gücünü ve sürekliliğini temsil etmektedir.

Dünya üzerinde nüfusun hızla artması propaganda çalışmalarını da değişime uğratmıştır. Antik Yunan'da sokaklara çıkıp halka seslenen ve başarılı bir propaganda çalışması gerçekleştiren retorikçilerin aynı uygulamayı günümüzde gerçekleştirmesi ve başarıya ulaşmaları olanaksızdır. Bu nedenle propaganda çalışmaları çeşitlenerek dönemin toplumsal yapısına ve teknolojik imkanlarına uyum sağlamaktadır.

Avrupa'da 19. yüzyılın ortalarında Sanayi Devriminin başlamasıyla iletişim araçları yeni bir çağ yaratmıştır. Özellikle "Matbaanın icadından sonra basın yayın etkinlikleri ile yazılı eserlerin artması propaganda fikrinin yayılma alanını genişletmiştir" (Solmaz ve Kayıran, 2022: 1156). Bu dönemde gazeteler önemli bir propaganda aracı haline gelmişlerdir. Gazeteler aracılığıyla "Her olay gerek yazı gerek fotoğraf veya karikatür yoluyla çok kolay bir biçimde okuyucuya ulaştırılabilmektedir. Propagandacıların en çok istifade ettiği alan budur" (Özsoy, 2010: 163). Böylelikle gazetenin ulaşılabilir olması gazeteyi önemli bir konuma koymakta ve egemen kesim tarafından da kolaylıkla ideoloji iletilebilen bir propaganda aracı olarak görülmektedir. "Baskı makinesinin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte gazetelerin etkinliği de artmıştır. Ancak gazetelere popülerlik kazandıran, baskı makinesinin icadından sonraki dönemde ortaya çıkan birkaç yüzyıllık politik, siyasi ve ekonomik değişimdir" (Uyanık, 2016: 60). Bu dönemde gerçekleşen emperyalist devletlerin sömürgeci baskısı, kitle iletişim araçları sayesinde daha kolay gerçekleştirilebilen bir olgu haline gelmiştir. Kendi ideolojisini toplumlara dayatmaya çalışan egemen kesim, kitle iletişim araçları aracılığıyla propagandasını daha kolay iletebilme imkânı bulmuştur.

19. yüzyılda meydana gelen toplumsal ve teknolojik gelişmeler tüm hızıyla devam ederken, Birinci Dünya Savaşı ile birlikte propaganda kavramının önemi giderek anlaşılmaya başlanmıştır. "I. Dünya Savaşı'nın konumuz açısından taşıdığı önem ise;

propagandanın bir yöntem ve usul olarak ilk kez sistematik ve düzenli bir biçimde savaş boyunca taraflar arasında kullanılmış olmasıdır" (Yaman, 2007: 65). Modern tarihte yer alan ilk kitlesel savaş olan Birinci Dünya Savaşı'nda gerçekleştirilen propagandalar, taraflar arasında adeta bir yarışa dönüşmüştür. "İngiltere Parlamento Savaş Amaçları Komitesi, 1914 Ağustos'unda 'Wellington House' olarak tanınan bir basın bürosu açarak propaganda faaliyetlerine başlamıştır. Aralık 1916'da ise Dışişleri Bakanlığına bağlı olarak Enformasyon Dairesi oluşturulmuştur" (Şahin, 2021: 336). Böylelikle İngiltere, propagandalarını tek bir merkezden yönetmeye başlamıştır. Böylelikle tek bir merkezde koordine olan İngiliz propagandacıları çeşitli dedikodular çıkararak kara propaganda yapmaya başlamışlardır. İngilizler, özellikle Almanlara karşı bu propagandaları yürütmekteydi. "Örneğin çocukların ellerini kesmek, sabun imal etmek maksadıyla cesetleri kaynar sulara atmak, savaş esirlerini çarmıha germek ve rahipleri çan kulelerine asmak gibi hikayeler tamamen uydurma bir şekilde, kara propaganda şeklinde dünya kamuoyuna lanse edilmekteydi" (Brown, 2000: 75).

Tarafların birbirlerine karşı düzenledikleri kara propagandaların haricinde, Birinci Dünya Savaşı'nda en çok kullanılan propaganda yöntemini de afiş ve broşürler oluşturmaktadır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmadığı dönemlerde ortaya çıkan afişler, savaş propagandası adına büyük önem taşımaktadır.

Afiş, Birinci Dünya Savaşı'nda propaganda amaçlı, başta ABD olmak üzere İngiltere ve Avusturya-Macaristan İmparatorluğu gibi savaşa katılan neredeyse tüm devletler tarafından kullanılmıştır. "Birinci Dünya Savaşı, kullanılan posterlerle o derece özdeşleşmiştir ki, Birinci Dünya Savaşı 'Poster Savaşı' olarak da adlandırılmıştır" (Shover'den aktaran Eşitti ve Işık, 2015: 663). Kamuoyunun desteğini almak adına gerçekleştirilen bütün bu propaganda yöntemleri, hemen hemen her cephe ve her ülke tarafından kullanılmıştır. Diğer yandan Birinci Dünya Savaşı ile birlikte propaganda kavramının önemi anlaşılmaya başlansa da propagandanın askeri bir silah niteliğinde görülmeye başlanması İkinci Dünya Savaşı dönemini bulmuştur.

İkinci Dünya Savaşı döneminde radyo ve televizyonun yaygınlaşması, kitle iletişim araçlarının toplumları etkileyebilme gücünün merak edilmesi ve bunun üzerine iletişim çalışmalarının geliştirilmesi egemen kesimin oldukça dikkatini çekmiştir. Diğer yandan "Kitle iletişiminde ilk araştırma, Harold Laswell'in 1927'deki Dünya Savaşında Propaganda Teknikleri (The Propaganda Technigues in The World War) adlı yapıtıdır" (Erdoğan ve

Alemdar, 2005: 45). Laswell, bu çalışma ile medyanın insanlar üzerindeki etkisini araştırmış ve medyanın insanları manipüle edebilme yeteneğini ortaya koymuştur. Böylelikle iletişim alanında yapılan bu çalışmalar propaganda kavramını önemli bir noktaya taşımıştır.

Nazi Almanyası'nda propaganda, Adolf Hitler ve Hitler'in Propaganda Bakanı Gobbels tarafından oldukça sık kullanılmıştır. Ayrıca, "Nazi Almanya'sında Hitler'in iktidarını pekiştirmesi kitle iletişim araçlarıyla yaptığı propaganda faaliyetlerine dayandırılmaktadır" (Öztürk, 2017: 166). Öyle ki, Hitler'in yeni bir Almanya inşa etmesine vesile olan şey propagandadır. "Propaganda hiçbir zaman askeri gücün, kapsamlı kaynakların veya usta müzakerelerin yerini tutmamış olsa da savaş zamanı stratejisinde sıklıkla önemli bir rol oynamıştır" (Rhodes, 1987: 10). Özellikle propagandanın İkinci Dünya Savaşında neredeyse askeri bir silah gibi kullanılması, propaganda kavramını olumsuz bir şöhrete sahip olmasına neden olmuştur. Bu dönemde yalan haberler, toplumu manipüle edecek bilgiler gibi birçok dezenformasyon ürünü bilgi ortaya çıkmıştır. Bilginin güç olduğunu fark eden egemen kesim, bu bilgiyi çarpıtarak kitle iletişim araçlarını kendi çıkarları doğrultusunda kullanmakta ve böylelikle özellikle savaş dönemlerinde toplumun bilincini yönetme gücüne sahip olabilmektedir. "Propaganda faaliyetlerinin yoğun biçimde yaşandığı dünya savaşları, sıcak savaşın yanı sıra bu savaşın doğrudan içerisinde bulunmayan insanları da etkilemiştir" (Öztürk, 2017: 166). Böylelikle kitleleri kontrol altına tutmak isteği, kitle iletişim araçlarının da gelişip yaygınlaşmasına katkı sağlamaktadır.

Soğuk Savaş döneminde ise, Batı Bloğu ile Doğu Bloğu arasında ideolojik, siyasi ve askeri rekabet yaşanmıştır. Doğu bloğunda yer alan Sovyetler Birliği ve Batı bloğunda yer alan NATO ülkeleri (başta ABD ve diğer ülkeler) arasında yaşanan gerilimler sonucu taraflar propagandadan yararlanmaya başlamıştır. "ABD; liberal demokrasi, SSCB'de komünizm ideolojisini savunmuştur. İki süper güç ABD ve SSCB bu dönemde ideolojilerini askeri yöntemlere dayanarak yayamayacaklarını anlamışlardır" (Balkan, 2023: 393). Bu dönemde iki blok arasında propaganda, büyük bir önem kazanmış ve halkların düşünce yapısını, siyasi tercihlerini etkilemek adına büyük kampanyalar yürütülmüştür. "Sovyet ve Amerikan çatışmasının yazılı kanıtlarını büyük ölçüde propaganda kapsamındaki afişler oluşturur" (Balkan, 2023: 393). Afişler aracılığıyla propagandalar sistematik bir şekilde gerçekleştirilmiş ve bu afişlerde beyaz, gri ve kara propaganda türlerinden faydalanılmıştır.

Bu nedenle bu dönem propaganda savaşları olarak da bilinmektedir. Soğuk Savaş döneminde her iki blok da kendi ideolojilerini dayatmak ve karşı tarafın ideolojisini

bastırmak amacıyla birbirleriyle yarışmışlardır. Karşılıklı gerçekleştirilen algı yönetimi çalışmaları ve psikolojik operasyonları birer savaş taktiği olarak kullanılmıştır. "Gerek soğuk gerekse de sıcak savaş dönemlerinde ve bu dönemlere hazırlık zamanlarında, tıpkı bir buzdağının görünmeyen tarafı gibi derinliği olan ve çok iyi planlanmış algı yönetimi çalışmaları yapılmakta, bu çalışmalar belki de savaş taktiklerinden daha geniş etkiler yaratmaktadır" (Özçağlan ve Apak: 2017: 113). Bu süreçte propaganda amacıyla dönemin kitle iletişim araçlarından yararlanılmış, ayrıca edebiyat ve kültürel etkinlikler gibi alanlar da propaganda araçlarına dahil edilmiştir. Böylelikle Soğuk Savaş boyunca, ABD ve SSCB gibi büyük güçler arasında gerçekleşen propaganda savaşları, ideolojik mücadelelerin bir parçası olarak kabul edilmektedir.

Gelişen kitle iletişim araçları aracılığıyla bireylerin bilgiye ulaşması ve dünyadan haberdar olması sağlanırken, bir yandan da bu yeni teknoloji, toplumları kontrol altına alma amacıyla da kullanılmıştır. "Kitle iletişim araçları bir yandan insanların içinde yaşadığı dünya hakkında bilgi sahibi olmasına imkân verirken, diğer yandan aktardığı enformasyon ile 'gerçeği' yeniden inşa etmekte, insanların dünyayı algılama biçimleri üzerinde etkili olmaktadır" (Eşitti ve Işık, 2018: 186). Böylelikle ideolojisini aktarmak ve kamuoyu oluşturmak adına medyayı elinde tutan egemen kesim, toplumların dünyayı algılama biçimlerini de değiştirmektedir.

20. yüzyılın büyük bir çoğunluğunda en önemli kitle iletişim aracı olarak görülen radyo, egemen kesim tarafından propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. "Gücünü sağlamlaştırmak isteyen ya da toplumu belli bir yönde etkileme isteği taşıyan siyasal, sosyal ve toplumsal aktörler dönemin en güçlü kitle iletişim aracı olan radyoyu kullanmaktan çekinmemişlerdir" (Öztürk, 2017: 165). Radyo icat edilirken siyasal iletişim bağlamında kullanılması düşünülmemiş olsa da toplumsal ve siyasi olaylar dönemin kitle iletişim aracını da bu denli etkileyebilmektedir. Hem görsel hem işitsel bir kitle iletişim aracı olan televizyon icat edilene kadar radyo popülerliğini korumaktaydı. Bu dönemden sonra televizyon, halkı büyüleyen sihirli bir kutu olarak adlandırılmakta ve ancak böylelikle radyonun etkisi azalmaya başlamaktadır. "İktidar, en etkili araçları elinde bulunduranların gücüdür" (Öztürk, 2017: 168). Radyodan sonra televizyonun yani görüntünün gücü büyük bir merak uyandırmıştır.

Egemen kesim televizyonu kullanarak milyonlara ulaşmayı hedeflemiş ve hali hazırda görsel teknolojinin karşısından büyülenmiş insanlara istenilen ideoloji

aktarılabilmiştir. “Bir görüntü bin söze bedeldir inancıyla sunulan kimi görüntülerle bazen savaşlara zemin hazırlanır, bazen de savaşlar ve darbeler canlı yayınlanarak akışı değiştirilmek/yönlendirilmek istenir” (Övür, 2016: 70). Örneğin Birinci Körfez Savaşında alanda çekim yapmasına izin verilen tek basın kuruluşu CNN’dir. Böylelikle Amerika Birleşik Devletleri (ABD), savaşı kendi tarafından halka naklen ileterek televizyon üzerinden propagandasını gerçekleştirmiştir. İçerisinde sivillerin de bulunduğu binlerce kişinin öldüğü bu savaşta, ABD sivillere saldırmadığını, sadece askeri birlikleri ve tesisleri hedef aldığını CNN aracılığıyla aktarmıştır. “Modern toplumlarda bilgi almak ve eğlence amacıyla kullanılan en yaygın araç olan televizyon, propagandacıların ve reklamcıların milyonlara ulaşmak için en çok kullandıkları araçtır” (Övür, 2016: 70). Nitekim Körfez Savaşı dahi televizyondan bir eğlence aracı niyetine sunulmuştur. Bireyler evlerinin konforunda, bir aksiyon filmi niyetine bu yayını soğukkanlılıkla izlemiş ve gerçekleştirilen propagandanın hedefi olmuşlardır. Postman’a göre; “Sorun, televizyonun bize eğlendirici temalar sunması değil, bütün temaların eğlence olarak sunulmasıdır ve bu da bambaşka bir sorun oluşturur” (1994: 99). Böylelikle hem görsel hem işitsel olmasıyla hedef kitleyi kolayca etkileyebilen bu araç, toplumları ‘eğlendirirken’ dahi ideoloji aktarımı sağlamakta ve propaganda için oldukça elverişli bir alan sağlamaktadır.

Teknolojinin gelişmesiyle birlikte 20. yüzyılın sonlarına doğru yeni dinamikler ortaya çıkmıştır. “Önceleri gazete ve radyonun ardından televizyonun üstlendiği siyasal propaganda süreci 1990’lı yıllar ile birlikte yerini yeni iletişim teknolojilerine bırakmıştır. Bu yeni iletişim teknolojileri içerisinde şüphesiz en önemlisi internet ve dijital araçlar olmuştur” (Karakuş, 2021: 470). Yaşanan bu teknolojik gelişmeler, insanlar arası iletişimi ve toplumun yapısını da değiştirmektedir.

İnternet altyapısının yaygınlaştığı 1990’lı yıllarda kullanılan Web 1.0, konvensiyonel kitle iletişim araçları gibi tek yönlü iletişim sürecine dayalıdır. Web 2.0’ın 2004 yılında kullanıma başlamasıyla çift yönlü iletişime geçilmiştir. Böylelikle okuyuculara da söz hakkı tanınmaktadır.

Geleneksel kitle iletişim araçlarında içeriği egemen kesim üretirken, bu dönemde içeriği herkes üretebilmekte, sorgulayabilmekte ve karşı çıkabilmektedir. Anında geri bildirim verebilme özelliğiyle iletişim süreci de hızlanmış ve bilgi akışı saniyeler içerisinde gerçekleşir bir hale gelmiştir. Böylelikle bu hız; propaganda süreçlerini de etkilemiştir. Geleneksel propaganda yöntemlerinin aksine, internet ve sosyal medya aracılığı ile

gerçekleştirilen yeni medya propagandaları hem daha geniş kitlelere ulaşabilmekte hem de daha düşük maliyetli veya ücretsiz olmaktadır. "Bu sebeple yeni sosyal medya alanları, yöntemleri klasik propaganda araçlarını elitistler ve seçkinlerin tekelinden çıkararak, bu mecralarda kafa yormak isteyen herkesin uğraşabileceği bir alan haline gelmiştir" ("İçişleri Bakanlığı", 2024). Diğer taraftan propagandacı için zaman ve mekân kavramı önemini yitirmiştir. İstenilen yerde, istenilen saatte yeni medya aracılığıyla gerçekleştirilen bir ileti, tek tık ile milyonlara ulaşabilmektedir. "Bütün bu aşamalar propaganda kavramının gelişmesinin yapı taşlarını oluşturmuştur. Kitle iletişim araçları gelişme gösterdikçe, propagandanın yayılma alanı da aynı ölçüde genişlemiştir" (Öztürk, 2017: 165). Siyasal iletişim ve propaganda kavramları hayatın her alanında var olmakla beraber teknoloji geliştikçe kendisini güncelleyerek varlığını korumaya devam edecektir. Aynı zamanda gerçekleştirilen bu propagandalar belirli kurallar ve taktikler çerçevesinde hazırlanmalıdır. "Propaganda yapmadan önce yararlanacak bir taktiği düşünmek hatta düşünmeye başlamak bile bir oran içinde başarıya yaklaşmak demektir" (Ziyaoğlu, 1963: 28). Propaganda rastgele uygulanan bir yöntem değildir ve başarılı bir propaganda, ancak bu kurallar çerçevesinde gerçekleştiğinde amacına ulaşmaktadır.

2.1.2. Propaganda Türleri ve Teknikleri

Toplulukların kitlesel çapta kontrol altına alınabilmesi, ideoloji yayma ve kamuoyu oluşturma gibi amaçlarla gerçekleştirilen propaganda, birtakım kurallar dahilinde gerçekleştirilmektedir. Diğer taraftan propagandanın kaynağı da güvenilirlik ve tutarlı olma adına önem taşımaktadır. "Propaganda 'kaynağının bilinip bilinmemesi' ve 'yansıtılan verinin doğru ve yanlış olması' bakımından sınıflandırılmaktadır" (Bektaş, 2002: 35).

Propaganda kaynağına göre üçe ayrılmaktadır. Bunlar; beyaz propaganda, gri propaganda ve kara propaganda olarak adlandırılmaktadır. "Beyaz propaganda kaynağını belli eden, güven sağlayan propagandadır" (Ziyaoğlu, 1963: 41). Beyaz propaganda, açık ve şeffaf bir şekilde bilgiyi ve kaynağı paylaşmaktadır. Yalan ve iftira barındırmayan bir propaganda türüdür. Propagandacı, beyaz propaganda ile kitlelere güven aşılamaktadır. Ziyaoğlu'na göre propaganda; her şeyden önce doğruluk, samimilik içermekle birlikte bir bilim olarak görülmeli ve bu çerçevede teknik kurallardan yararlanmalıdır (1963: 27). Bu noktada önemli olan faktör, iletilen bilgilerin belgelere dayanması ve doğru olmasıdır, aksi

taktirde gerçekleştirilmek istenilen propaganda başarısız sonuçlanmaktadır. “Bu bağlamda beyaz propaganda kapsamında seçilen alanların genel ortak özelliği olarak hedef kitlelerin büyük kısmının kabul edeceği, kültürel, ahlaki veya sosyal değerlerle tartışma oluşturmayacak şekilde olduğu görülmektedir” (Anholt’tan aktaran Avcı, 2018: 79). Böylelikle beyaz propaganda, yarattığı güven duygusuyla kamuoyunun desteğini alarak karşı tarafın da tezlerini çürütmeyi hedeflemektedir. “Burada temel amaç güvenilir kaynağın gönderdiği bilgilerle hedef kitlenin istendik yönde bilgilenmesini sağlamak, hedef kitlenin başkaları tarafından gönderilen iletilere inanmasının ve sunulan ‘tek çözüm yoluyla’ alternatif düşünce arayışının önüne geçmektir” (Bektaş, 2013: 159). Sonuç olarak hedef kitle, propagandacının düşünmesini istediği gibi düşünecek ve iletilen ideolojiyi benimseyecektir.

Gri propaganda da ise kaynak belirsizdir. Kısaca rivayet ve dedikodu unsuru yaratmaya çalışılır. Halka iletilen kaynağı belirsiz bilgi kafa karıştırmaya, insanların merakını üzerine çekmeye ve dezenformasyon yaratmaya açıktır. “Kaynak belirsiz olduğu için bireyler üzerinde propaganda hissi doğurmamakta ve hedef kitlelerde daha olumlu kabul görmektedir” (Avcı, 2018: 82). Gri propaganda, beyaz ve kara propagandaya göre nötr bir alanda bulunsa da hedef kitle üzerinde kafa karışıklığı da yaratabilmektedir. Kaynağı belirsiz bir yerden iletilen bilgi, kulaktan kulağa dolaşarak büyütülmekte, kişiden kişiye göre değişebilen yorumlar eklenebilmekte ve ilk elden çıktığı halinden farklı bir boyuta gelebilmektedir. “Bu bağlamda gri propaganda içerisinde kusurlu veya belirsiz kavramlar tam ve yeterli gösterilebileceği gibi tam tersi de görülebilmektedir. Öyle ki her türlü çelişkili durum usta bir şekilde kullanılabilmektedir” (Avcı, 2018: 81). Böylelikle zihinlerde yaratılan soru işaretleri ve merak, bireyleri o konu hakkında konuşmaya itmektedir ve gri propaganda da hedeflenen budur.

Kara propagandada kaynak belli değildir veya gizlidir. “Haberin kaynağı kasıtlı değiştirilen veya maksada göre başka bir kaynaktan geliyormuş hissi verilen propagandadır” (Ziyaoğlu, 1963: 41). Kara propaganda da hedefe ulaşmak adına yapılacak her şey mübahtır. Yalan haberler, çarpıtılan bilgiler, iftiralar ve entrikalar oldukça sık kullanılır. “Örneğin savaşlarda bunun örneğine çok sık rastlanmıştır. Halk bilgiyi kendi kaynağından aldığını zannetmiş ancak gerçekte düşman unsurların kara propagandaları ile etkilenmişlerdir” (Avcı, 2018: 87). Düşmanın hedefini şaşırtmak veya halkı manipüle etmek adına da kara propaganda kullanılmaktadır. Böylelikle propagandacı, kara propaganda aracılığıyla kendi

çıkarları uğruna dezenformasyon oluşturmakta ve kitleleri manipüle etmektedir. Bu noktada propagandacının en büyük destekçisi basın olmaktadır. Örneğin bir spikerin ağzından kaçırmış gibi bilgi yayması, farklı bir şekilde gerçekleşen olayı çarpıtarak sunması birer kara propaganda örneği oluşturmaktadır. "Dolayısıyla kara propaganda faaliyetleri yürütülürken basın ilkelerine uygun ve objektif bir şekilde hareket ediliyormuş gibi gösterilerek hedef kitlelerin daha rahat kandırılmasına çalışılmaktadır" (Avcı, 2018: 89). Böylelikle propagandacı kendi çıkarları doğrultusunda gerçeği yalan, yalanı gerçekmiş gibi göstererek düşmanına saldırmakta veya toplumun belirli olaylara/kişilere olan bakış açısını değiştirmektedir. Bu çıkarlar doğrultusunda her türlü gayrimeşru yöntem kullanılabilir.

Propagandanın kaynağına göre çeşitlenmesinin yanı sıra, belirli kuralları da mevcuttur. Jean-Marie Domenach 'Politika ve Propaganda' (1969) adlı çalışmasında propaganda kurallarını beş başlıkta incelemektedir: Yalınlık ve tek düşman kuralı, büyütme ve bozma kuralı, düzenleme kuralı, aşılama kuralı, birlik ve bulaşma kuralı.

Yalınlık ve tek düşman kuralına göre önemli olan her daim sadeliği koruyabilmektir. Hedef kitleye gereğinden fazla bilgi verilmemeli, sade ama öz bir biçimde mesaj aktarılmalıdır. Böylelikle kısa ve sade olan mesaj, kafa karışıklığı yaratmayacak ve ayrıca akılda da kalacaktır. Kısacası zihinleri bulandırmadan açıkça bir yöne kanalize olunmalıdır. Yaratılan sadelik içerisinde iletilen mesaj, herkes tarafından anlaşılabilir olmaktadır. Amaç açık ve yalın olmak, şüphe uyandırmamaktır. "Örneğin, 'Yaşasın A', 'Umudumuz B', 'Kahrolsun C' gibi. Dost ve düşman, iyi ve kötü bellidir" (Bektaş, 2013: 175). Oluşturulan bu sade mesaj sadece söylemlerde değil çeşitli sembol ve işaretlerde de kendisini göstermektedir. Böylelikle ideoloji bir sembole dönüşerek kalıcı hale gelmektedir. Örneğin, "Gamalı haç tarih öncesinin bir güneş simgesidir, nazizmle ancak şiirsel bir bağı vardır" (Domenach, 1969: 66). Fakat bu gamalı haçın Nazi Almanya'sında kullanılmasıyla beraber, ideoloji bir sembole aktarılmış ve yalınlık sağlanarak propaganda görevi görmüştür. "Bir öğreti en kolay ve etkin bir şekilde simgelerle ya da bayrak, flama, çeşitli amblem ve işaretler gibi şeylerle veya müziksel simgelerle (marş gibi) özetlenebilir. Propaganda tek bir hedef üzerinde yoğunlaştığında etkin olur" (Özsoy, 2010: 114). Aynı zamanda tek bir hedef üzerinde yoğunlaşan propagandacı, kendisine tek bir düşman yaratarak da hedef şaşırtmaktadır. Böylelikle propagandacı, suçlarını tek bir düşmanın üzerine atmakta, her fırsatta onu suçlamaktadır. Domenach bu kuralı şu şekilde açıklamaktadır; "Kendi tarafının umutlarını ya da karşı tarafa duyulan kini bir tek kişide yoğunlaştırmak en ilkel ve en

kazançlı basitleştirme şeklidir şüphesiz. 'Yaşasın bilmem kim!' ya da 'Kahrolsun bilmem kim!' çığlıkları politik propagandanın mırıltıları arasında yer alır, kullandığı kitle dilinin büyük bir yanını da bunlar sağlamıştır her zaman" (1969: 67). Halk, gizli bir düşmanla mücadele etmektense açıkça tanımlayabildiği, bildiği bir düşmanla mücadele etmeyi tercih etmektedir. Bu durum iktidar tarafından halka yöneltilen propagandadan başka bir şey değildir. "Örneğin; Führer'in düşmanı alabildiğine kişileştirdiği, propagandasına kin yoluyla arınma görevi yüklediğini gösteren sözü 'Hepimiz benliğimizde bir Yahudi taşıyoruz, ama gözle görünür düşmanla savaşmak, görünmeyen cinlerle savaşmaktan daha kolaydır' der" (Özsoy, 2010: 114). Böylelikle yaratılan bu tek düşman hem halk için hem de iktidar için nefretlerini boşaltabilecekleri bir alan oluşturmaktadır.

Büyütme ve bozma kuralı daha çok yazılı basında kullanılmaktadır. "Haberlerin büyütülmesi, kendi çıkarlarına uygun tüm haberlere aşırı önem veren bütün siyasal partilerin yayın organları tarafından kullanılır. Bir politikacının rastgele söylediği bir söz ele alınır ve rakibi güç duruma düşürmeye çalışılır" (Özel vd., 2018: 85). Propagandacı çıkarları doğrultusunda haberleri büyütür, şişirir ve abartır böylelikle önemsiz gibi görünen bir bilgi bile toplumda infial yaratacak boyutlara gelebilmektedir. Bir politikacının ağzından çıkan cümle cımbızlanır, büyütülür ve abartılarak farklı anlamlar yüklenir. Söylemlerin yanı sıra jest, mimik ve beden dili dahi asıl anlamından çıkartılarak halka servis edilmektedir. "…özellikle gazeteler vasıtasıyla haberlerde şişirme yaparak etkiyi çoğaltmak her zaman mümkün olmakta basın bu alanda büyük bir rol oynamaktadır" (Ziyaoğlu, 1963: 30). Büyütme ve bozma kuralı Nazi Almanya'sında da oldukça sık kullanılmaktadır. "Mein Kampf'ta şu satırları okuruz: 'Her türlü propaganda, düşünce düzeyini seslendiği kişilerin en kalın kafalısının anlama yeteneğine göre ayarlamalıdır. Düşünce düzeyi ne kadar aşağı olursa, ikna edeceği insan kitlesi o kadar geniş olur'" (Domenach, 1969: 72). Sonuç olarak propagandacı, haberin ve basının gücünü sıklıkla kitlelerin zihinlerini yönetmek ve algılarını değiştirmek amacıyla kullanmıştır. Bu noktada, büyütme ve bozma kuralı propagandacının başvuracağı yöntemlerden biri olmuştur.

Düzenleme kuralına göre propagandacının yapması gereken şey mesajını durmadan yinelemesidir. "İyi bir propagandanın ilk koşulu, başlıca temaları bıkıp usanmadan tekrarlamaktır. Goebbels, eğlenircesine: 'Katolik kilisesi iki bin yıldır hep aynı şeyi tekrarladığı için ayakta duruyor. Nasyonal-sosyalist devlet de tıpkı onun gibi davranmalıdır', diyordu" (Domenach, 1969: 74). Durmadan tekrar edilen mesaj sayesinde halk bu ideolojiyi

benimsemeye başlamaktadır. Bu noktada önemli olan, hedef kitleyi sıkmadan bu propagandayı gerçekleştirmektir. Bu nedenle aynı tema üzerinden farklı şekillerde propaganda gerçekleştirilmesi daha yararlı olacaktır. Böylelikle hedef kitle, aynı mesaja farklı şekillerde maruz kalarak özümsemeye başlayacaktır. Diğer taraftan propaganda, o toplumun sosyo-kültürel olarak en alt seviyesindeki kişilerin dahi anlayabileceği şekilde hazırlanmalıdır. "Propaganda toplumun aydınlarına değil, yalnızca kitlelere yönelik olmalıdır" (Spielvogel, 1996: 144). Önemli olan sadece aydınların değil, herkesin bu propagandaya maruz kalmasıdır. Böylelikle propagandacı tüm halka hitap etmiş olmaktadır. Diğer taraftan düzenleme kuralı medya kuruluşları tarafından da uygulanmaktadır. "Yıpratılacak ya da öğülecek bir parti lideri, bir bakan, bir memur, bir sporcu veya bir olay için birkaç gazeteci birleşerek yazıyı tekrarlayacak günleri aralarında bölüşürler. Böylece bir düşünceyi tutarlar veya bir şahsı yıpratmaya çalışırlar" (Ziyaoğlu, 1963: 31). Düzenleme kuralı gerek propagandacı gerekse de basın tarafından uygulanırsa uygulansın, dikkat edilmesi gereken karşı tarafı sıkmadan, usandırmadan ve dikkat çekmeden yapılmasıdır.

Domenach'in bahsetmiş olduğu bir diğer kural ise aşılama kuralıdır. "Aşılama Kuralı, bu kurala göre, propagandacı kitlelerin zihninde önceden var olan birtakım duygu, düşünce ve bilgileri kullanarak işe başlamalı, ardından kendi düşüncelerini insanların zihinlerine aşılamalıdır" (Eşitti ve Işık, 2022: 142). Fakat bu noktada dikkat edilmesi gereken husus; o toplumun yapısına, gelenek ve göreneklerine ters düşmeyecek konuların ele alınmasıdır. Diğer yandan propaganda toplumların duygularına hitap etmeyi hedeflemektedir. "İnandırmak, sürüklemek isteyen bir propagandanın kızgın ya da tehdit dolu bir dil kullanmaktan da uzak durması gerekir" (Aziz, 2013: 61). Mevcut olan duyguları değiştirmek yerine var olan duyguları pekiştirmek ve benzerlik yaratmak daha kolay sürdürülmektedir. "Uyanık ve bilgili bir propagandacı önce halkın nabzını yoklar, onun arzularını tespite çalışır. Sonra bunları genel istek halinde formüle ederek başarı imkanını sağlamaya koyulur" (Ziyaoğlu, 1963: 31). Bu bağlamda bir ideolojiyi sil baştan topluma kabul ettirmektense, hali hazırda var olan duygu ve düşünceleri değiştirerek, benzerlikler yaratarak kabul ettirmek daha kolaydır. "Bir düşünceyi, dini, ya da ideolojiyi benimsemiş olanlara bunun aksini savunmak yerine onlarla paralel düşündüğünü ortaya koymak, ortak bir paydada buluşmak, karşı tarafın dikkatini çekecektir" (Hekimler, 2013: 107). Toplum, alışık olduğu, bildiği duygu ve düşüncelere karşı daha savunmasız iken, yepyeni görüşler karşısında tepki verme oranı da artacaktır. Bu nedenle propagandacı aşılamak istediği düşünceyi topluma uygun bir kılıfa sokmak zorundadır.

Birlik ve bulaşma kuralına göre ise, kitleler aynı dünya görüşü altında toplanmalıdır. "Bu kurala göre, propagandacı hedeflediği kitlelere birlikte hareket etmeleri gerektiği fikrini aşılar. Birlik dışında kalan bireylerin dışlanacağı bildirilerek birliğe katılma mesajları verilir" (Eşitti ve Işık, 2022: 143). Toplum içerisinde çoğu insan birbirleriyle benzerlik taşımaktadır. Farklı görüşte, farklı düşüncede olan bireyler ise dışlanmaktadır. "Hedef kitleye belirli bir görüşün toplumun tüm kesimi tarafından savunulduğu ve kendisinin bu doğrultuda görüş bildirmeyip veya harekete geçmemesi halinde toplum tarafından dışlanacağı anlatılır" (Özer, 2019: 18). Bu nedenle bireyler dışlanmamak ve toplumun bir parçası olmak adına benzerlik taşımaya ve uyum sağlamaya önem gösterirler. "Çoğu insanlar benzerleriyle aynı sesi vermek isterler her şeyden önce; genel düşünceye karşıt bir düşünce ortaya atarak çevrelerinde sürüp giden uyumu bulandırmayı göze alabildikleri enderdir" (Domenach, 1969: 87). Bu durumu kendi çıkarları doğrultusunda kullanan propagandacı miting, yürüyüş gibi toplumun bir bütün olduğu gösterilere önem vermektedir. Diğer taraftan kitleleri aynı görüş, aynı ideoloji altında toplayan bayraklar, marşlar ve çeşitli semboller de birlik ve bulaşma kuralı dahilinde kullanılabilmektedir.

2.2. Sanat

İnsan, tarih öncesi çağlardan itibaren düşünen, hayal kuran ve üreten bir varlıktır. Hayatta kalmak ve avlanmak için alet üretme yetisini geliştiren insan aynı zamanda deneyimlerini ve bilgi birikimini gelecek kuşaklara aktarmak için çeşitli araçlardan faydalanarak kalıcı imajlar yaratmayı da geliştirmiştir. Paleolitik Çağ'a tarihlenen bu imajların ilk örneklerine Chauvet, Lascaux ve Altamira gibi mağaralarda rastlanmaktadır (Atalay ve Süle, 2019). Ernest H. Gombrich bu imgeleri üreten tarih öncesi insanları, doğal güçler kadar gerçek olan öteki güçlere karşı koruduklarını dile getirmektedir. "Başka bir deyişle resimler ve heykeller, büyüsel amaçla kullanılır" (Gombrich, 1976: 20). Bu dönemlerde insan, yarattığı çeşitli imgelerle doğayı ehlileştirmeye çalışmıştır. Bu noktada sanatın büyüsel bir işlevi bulunmaktadır.

Korunma, tapınma ya da salt dışa vurum amacıyla gerçekleştirilen imgeler dönemin insanının yaşam biçimini de ortaya koymaktadır. Bahsedilen eserler bireyin iç dünyasını, hayallerini, korkularını, umutlarını kısacası hayatın ta kendisini yansıtmaktadır. Bu bağlamda sanat ister mağara döneminde ister günümüzde olsun özünde dışa vurum

barındırır. Böylelikle sanat, bir nevi dışa vurum aracı olmakla beraber hayatın içinde şekillenen ve tanımı kişiden kişiye göre değişen bir kavramdır. Özünde güzellik ve estetik kavramlarını barındırmasıyla beraber öznellik de içermektedir. Bu öznellik neticesinde sanatın ne olup ne olmadığı sorusu yüzyıllardır süregelen bir tartışma konusu olmaktadır.

Literatürde sanatın birçok farklı tanımı bulunmaktadır. TDK'ya göre sanat, "Duygu ve düşünceleri göze ve gönle hitap edecek şekilde söz, yazı, resim, heykel vb. ile ifade etme konusundaki yaratıcılık" ("Türk Dil Kurumu", 2024) olarak tanımlanmaktadır. Sanat, Sözen ve Tanyeli'ne göre; "İnsanoğlunun yarattığı yapıtlarda güzellik ülküsünün ifadesi biçiminde" (2001: 208) tanımlanmaktadır. Şahin'e göre sanat; "İnsanın duygu, düşünce ve anlayışını, doğadaki malzemelerden faydalanarak, heyecan ve hayranlık uyandıracak biçimde ifade etmesidir" (2006: 78). Atasoy'a göre ise; "Estetik duygusu ve sanat, insanı insan yapan bir başka yönün dışa vurumudur. İçsel bütünlüğümüzün dışa yansımasıdır" (2013: 24). Antik Yunan filozofu "Platon'a göre sanat bir öykünme, bir taklittir; her imitasyon da hakikat ile hakikat olmayanın, doğru ile yanlışın, varlık ile varlık olmayanın birleşimidir" (Bozkurt, 1995: 85). Tolstoy'a göre ise; "Sanat, kişisel çıkarlar gözetilmeden yapılan, zahmetli, buna rağmen diğer insanlara doyumsuz bir zevk veren etkinliktir" (1992: 95).

Literatürde birçok farklı tanıma sahip olan sanat kavramı; edebiyat, resim, müzik, tiyatro, sinema, mimari ve heykel olarak alt dallara ayrılmaktadır. Bütün bu alt dalların yani genel olarak sanatın temel işlevi, güzelliği ve estetiği yansıtmak ve tıpkı besinlerin insanların karnını doyurduğu gibi sanatın da insan ruhunu doyurmasını sağlamaktır. Sanat bireylere bu doyumu sağlarken çeşitli faktörlerden de etkilenmektedir. Buna göre sanat duygu ve düşüncelerin dışa vurumu olmasıyla beraber, sanatçının içerisinde bulunduğu toplumun yapısından, dininden ve siyasetinden de etkilenmektedir. Böylelikle sanatçıyı etkileyen bu faktörler sanat eserlerine yansımaktadır. Sanat tarihinde toplumsal sorunların sanat eserleri aracılığıyla yansıtılmasının örnekleri mevcuttur. Örneğin; Pablo Picasso'nun 1937 yılında resmettiği 'Guernica' adlı tablosu, İspanya İç Savaşında, Nazi Almanya'sının İspanya'da bulunan Guernica şehrini havadan bombalamasını tasvir etmektedir. Aynı şekilde Francisco Goya'nın 1790'larda bakır levhaya kezzap ile işlediği 'Los Caprichos' adlı çizimleri de sanatçının içerisinde yaşadığı İspanyol toplumunu, o dönemde yaşanılan yozlaşmayı ve ahlaksızlığı tasvir etmektedir. Goya'nın bu eserleri 18. yüzyıl İspanya'sında aydınlanma yaşatan bir eleştiri aracı olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda sanat; yalnızca güzelin

ideası değil aynı zamanda toplumları birleştiren gücüyle bir çeşit sesini duyurma ve eleştiri aracı olarak da görülmektedir. Diğer taraftan sanatın kullanıldığı alanlar yalnızca bunlarla sınırlı değildir. Sanat, dinsel törenler ve propaganda gibi birçok alanda da kullanılabilmektedir.

2.2.1. Sanat Yapıtının Kullanım Alanları

Sanat kavramı hayatın her alanında varlığını sürdüren bir kavramdır. Bir dışa vurum aracı olan sanatın izlerini Prehistorik dönemlerde dahi görebilmek mümkündür. Dönemin gerekliliği olarak doğa şartlarına uyum sağlamaya çalışan insan anlamlandıramadığı, korktuğu veya yüzleşmek zorunda olduğu şeyleri mağara duvarlarına resmetmeye başlamıştır. Çoğunlukla bu resimlere konu olan şeyler hayvanlar veya av sahneleridir çünkü insan gününün büyük bir çoğunluğunu avlanarak ve bu hayvanlarla mücadele ederek geçirmektedir. Bu nedenle sürekli yüzleşmek zorunda kaldığı hayvanı resmetmiş ve dönemin şartlarını da bu şekilde dışa vurmuştur. Böylelikle bu resimlerden ilkel insanların yaşayışları, duygu ve düşünceleri hakkında bilgi sahibi olmak mümkündür. "İlkel insanın korkuları, yaşam mücadelesi ve inançları, sanata yönelmesini sağlamış ve bu sayede ilkel insanlar günümüze, geçmiş hakkında az da olsa ışık tutacak kanıtlar bırakmışlardır" (Atalay ve Süle, 2019: 738). Diğer yandan Paleolitik Çağ'da alet edevat kullanımıyla birlikte bu sanatsal dışa vurumlar heykellere de yansımıştır.

Günümüzden yaklaşık 30 bin yıl öncesine tarihlenen Paleolitik Çağ'ın en ünlü heykellerinden birisi Willendorf Venüsü'dür. Bu heykel 11 cm büyüklüğünde, yüz hatları belirsiz, göğüsleri, göbeği ve kalçası iri bir kadın olarak tasvirinden oluşmaktadır. "Çok küçük olmasına karşın, izleyeni derinden etkileyen görünümüyle eski çağ sanatçısının maharetini sergileyen Willendorf Venüs'ü insanın hayalinde Ana Tanrıça imgesini kendiliğinden yaratmaktadır" (Yılmaz, 2010: 50). Dolgun hatlarıyla bereketin ve doğurganlığın bir sembolü olan bu heykel, doğa ile kadın arasındaki paralel ilişkiyi de yansıtmaktadır. Buna göre hem doğa hem de kadın yaratıcı güçlere sahiptir; doğa 'anadır'. Kadının çocuk doğurması, süt üretmesi, ayın belirli günlerinde kanama yaşaması bir noktada erkeği korkutmakta ve öncesinde saygı duyduğu kadın tasvirini de yıkmaktadır. Hali hazırda doğa ile mücadele eden erkek, anlamlandıramadığı biyolojik özelliklerden dolayı kadını da mücadele etmesi gereken bir olgu haline getirmiştir. Buna göre, "Başlangıçta tanrıça olarak

saygı gören kadın bir sonraki dönemden itibaren kontrol altına alınmaya başlayacaktır" (Gezgin, 2014: 49). Böylelikle, toplumun yapısının değişim göstermesi de sanat yapıtlarındaki bu gibi değişiklikler üzerinden incelenebilmektedir.

Neolitik Çağ'da ise insanların yerleşik düzene geçmesiyle birlikte tarihte ilk defa köyler kurulmuş, tahıl yetiştiriciliği başlamış ve hayvanlar evcilleştirilmiştir. Bu dönemde topraktan ve kilden çanak çömlekler pişirilmiş bunun sonucunda da seramik sanatı ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra, Neolitik Çağ'a tarihlenen ve M.Ö. 9600-9500 civarlarında Türkiye'nin Güneydoğusunda kurulan Göbeklitepe, dünyanın en eski tarihi yapısı olarak bilinmektedir. Bu yapı, 'tarihin sıfır noktası' olarak da adlandırılmaktadır. Göbeklitepe, megalit olarak adlandırılan büyük taşlardan oluşmaktadır. Megalitler T şeklinde dikilmiştir ve üzerlerinde çeşitli figürler mevcuttur. "T şeklindeki taşlar üzerinde yer alan hayvan figürleri, sanat olarak kabul edilebilecek bir üslubu temsil etmektedir. Akrep, tilki, boğa, yılan, yaban domuzu, aslan, turna ve yaban ördeği gibi figürler taşlarda yer almaktadır" (Terkoğlu, 2023: 4). Tunç Çağı'na gelindiğinde ise, insanlar çeşitli madenleri eritip sanat eseri yapmak adına kullanmaya başlamışlardır. "Maden çağında, insanlar sırasıyla altın, gümüş, bakır ve bronzu bularak kullanmışlardır. Bronz hem kolay eridiği hem de çok dayanıklı olduğu için, çeşitli işlerde başarı ile kullanılmıştır" (Erdem, 1960: 8). Dayanıklılığı ve hoş görüntüsü ile bu madenler silah yapımından heykel yapımına kadar birçok alanda kullanılmıştır. Özellikle Anadolu'da bulunan buluntulara göre, maden sanatının ne kadar incelikle gerçekleştirildiği gözler önüne serilmektedir. Tunç Çağı'nın en önemli sanat merkezlerinden biri olarak tanımlanan Alacahöyük'te bulunan tunç güneş diskleri, Hitit Uygarlığının ve sanatın sembolü olarak kullanılan bir nesne olarak önem taşımaktadır.

Antik çağlara gelindiğinde ise Antik Mısır'da bulunan çoğu sanat eserinin dinsel bir amaçla yapıldığı görülmektedir. Ölümden sonra yaşama inanmaları, bu dünyada sanatı da bu bağlam doğrultusunda gerçekleştirmelerini sağlamıştır. "Mısır'a bağlı her şey; mezar, resim, heykel bize ebediyetten söz açar" (Toprak, 1958: 11). Özellikle bu ebediyet düşüncesinden yola çıkarak mezarları süslemişler ve adeta birer sanat eserine dönüştürmüşlerdir. Sanat eserlerinde genellikle dinsel veya politik semboller bulunmaktadır. Gerçekleştirilen hemen hemen her sanat eseri, firavunun mutlak gücünün sembolü olarak yapılmıştır. Bu sanat eserlerinden en ünlüsü; Kraliçe Nefertiti'nin büstüdür.

Antik Yunan'da ise sanat yapıtı toplumun bilgilendirilip eğitilmesi için kullanılmaktadır. "Vurgulanmak istenen ve benimsenmesi istenen düşünceler, toplumda yaşanan gerçeklikler eserleri oluştururdu" (Marangoz, 2019: 1). Diğer bir değişle Antik Yunan'da sanat eseri, topluma fayda sağlamak için üretilmiştir. Bu bağlamda Antik Yunan'da sanat yapıtına gündelik yaşantının her kısmında sıkılıkla rastlanmaktadır.

Antik Yunan'da sanat eserlerine evlerin süslemelerinde, sütunlarda, çanak çömlekte, sikkelerde ve kamusal alanlarda dahi rastlanılmaktadır. Tiyatrodan mimariye birçok sanat dalında başarılı bir medeniyet olan Antik Yunan, özellikle heykel sanatıyla ön plana çıkmaktadır. Diğer taraftan Antik Roma sanatı da yoğun bir şekilde Antik Yunan esintileri barındırmaktadır. "Yunanlılarla Romalılar arasındaki en büyük fark, Yunan heykellerinde daha çok mitolojik konular işlenirken, Romalıların yaptıkları heykellerde günlük hayata karışan kişilere daha çok değer verilmiş olmasıdır" (Şahin, 2006: 184).

Mimari sanatı ile ön plana çıkan Antik Roma; özellikle yapıların dış cephelerini heykellerle süslemektedirler. Böylelikle Antik Roma'da heykel üretimi sürekli bir ihtiyaç haline gelmiştir. Bu heykeller, kahramanları onurlandırma veya mitolojik olarak adlandırılan dinsel öykülerin aktarılması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda sanat ve din ilişkisinin hemen hemen her medeniyette bulunduğunu söylemek mümkündür.

Sanat kavramı, amacı ve işlevselliği çağlara göre değişiklik gösterse de sanatın, ifade etme yetisi değişmemiştir. Tarih öncesinde, Orta Çağ'da, Yeni Çağ'da ya da bu çağların içindeki dönemlerde ve sanatsal anlayışlarda değişmeyen tek şey yaratmak ve ifade etme arzusudur" (Batur ve Kuyucuk, 2023: 80). Bu arzu, sanat kavramının temelinde olsa da sanat, dönemin gerektirdiği şartlar doğrultusunda şekillenmektedir. Buna göre, dinden siyasete kadar birçok faktör sanatın ve sanat yapıtının kullanım alanlarını da çeşitlendirmektedir. Bu durum sanat yapıtına farklı anlamlar yüklememize de neden olmaktadır.

Sanat Yapıtı ve Din

Din olgusu insan var olduğu günden beri süregelmektedir. "Gerek Paleolitik Çağ insanının gerekse günümüz insanının gündelik hayatını, düşüncelerini, yaşayışlarını ve anlamsal arayış çabalarını destekleyen, şekillendiren ve belirleyen en temel unsur

dindir" (Özdemir, 2023: 4). Bu bağlamda din, insan ve toplum ile ilişkili bir olgudur. Dinsel aktiviteler toplumun yaşayışını, gelenek ve göreneklerini kısacası kültürünü de etkilemektedir. "Din, dünyaya bakışımıza, bugünü algılayışımıza, yarını yordayışımıza, belki bunlardan da öte insan ve insana bağlı değerleri kavrayışımıza doğrudan etki yapan ve bizi yönlendiren bir inançlar bütünüdür" (Erinç, 2009: 37). Bu bağlamda da sanat yapıtı, dinsel etki altında şekillenmektedir.

Sanat var olduğu dönem içerisinde her şeyi konu alabilecek bir kavramdır. Bu noktada dini düşüncelerin sanat yapıtlarına yansıması da kaçınılmazdır. "Kurumlaşmış toplulukların başlangıcından beri sanat ile din kimi yönlerden yalnız var olmakla kalmamıştır; ayrıca öylesine ayrılmaz biçimde birleşmişlerdi ki, kimi zaman bunların birbirinden ayrı olduklarını söylemek olanaksızdır" (Baynes, 2002: 61). Yaratıcı inancı, varoluşsal sorgulamalar, hayatı anlamlandırma çabası, ölüm ve ölüm sonrası gibi düşünceler insanı din hakkında düşünmeye itmiştir ve bunun sonucunda sanat, bir dışa vurum aracı olarak kullanılmıştır. Dünyanın en şu ana kadar bilinen en eski yapısı olan Göbeklitepe'de, sanat ve din ilişkisinin ilk örneklerine rastlamak mümkündür. "Türkiye'nin güneydoğusunda yer alan bu arkeolojik alan, M.Ö. 9600-7300 yıllarına kadar uzanan bir geçmişe sahip olan dünyanın en eski tapınak komplekslerinden biridir" (Terkoğlu, 2023: 87). İnsan eliyle yapılan T şeklindeki megalit dikitler ve bu dikitlerin üzerine ustalıkla işlenen insan ve hayvan figürleri dönemin sanatını da yansıtmaktadır. Bu bağlamda bu tapınakta bulunan sanat eserleri, dinsel amaçlara hizmet etmektedirler.

Antik Mısır'da da sanat ve din bir bütün olarak görülmekte ve sanat, dinsel amaçlara hizmet etmektedir. Antik Mısır halkı için din, hayatın her alanında yer almaktadır. Buna göre ekonomi, siyaset, sanat ve gündelik yaşantı dahi din olgusu üzerine kurulmuştur. Antik Mısır toplumda din, hayatlarının merkezindedir. "Bu da dinin, Antik Mısır'ın siyasetinin, kültürünün ve ekonomisinin şekillenmesini sağlayan en önemli unsurlardan birisi olmasını sağlamıştır" (Cebeci, 2023: 138). Bu bağlamda dönem içerisinde gerçekleştirilen sanat yapıtları da 'sanat yapmak' amacıyla değil dini yansıtma ve tanrıları onurlandırma amacıyla gerçekleşmiştir. Çok tanrılı dine mensup Antik Mısır halkı, ölümden sonra yaşama inanmaktadır. Bu nedenle ortaya çıkan eserlerin çoğu ölüm, ölümsüzlük ve ebediyet temaları eksenindedir. Tanrılara ve tanrının yeryüzündeki temsilcileri olan firavunlara adanan tapınaklar, piramitler ve heykeller neredeyse kusursuz bir işçilikle yaratılmış ve dini motivasyonlarla ortaya çıkan sanat yapıtlarıdır.

Atalar kültü olarak adlandırılan, ölü ataları onurlandırma ritüelleri ise özellikle Afrika'daki ilkel kabilelerde sıklıkla gerçekleştirilmektedir. Afrika kabilelerinde ata, topluluğun önemli bir parçasıdır. "Onlar kabile geleneklerinin, geçmiş yaşantıların ve tarihsel sürekliliğin koruyucularıdırlar. Atalara ait ruhlar Afrika düşüncesinin büyük bir bölümünde önemli bir rol oynar" (Arslan, 2016: 13). Atalar kültü yalnız belirli bir dönemde değil, doğum, ölüm, hamilelik ve hatta hasat mevsimlerinde dahi süregelen bir ritüeldir.

Afrika'da atalar, bolluk ve bereketin ayrıca sağlıklı hayvanların ve üremenin başlıca sağlayıcısı olduğuna inanılmaktadır. "En önemlisi ise onların insan neslinin çoğalmasında oldukça etkin olduğu kabul edilir ve bütün bunlara binaen ata ruhlarını memnun etmek için onlar adına kurbanlar kesilir" (Arslan, 2016: 10). Bir bakıma bu toplulukların yaşamı atalar kültü etrafında şekillenmektedir. Diğer taraftan ataları onurlandırmak adına çeşitli festivaller düzenlenmekte ve bu festivallerde maskeler ve heykellerle atalar canlandırılmaktadır. Ölüm sonrası ruhların aralarında gezdiğine inanan bu topluluklar, ruhları kızdırmamak ve onları unutmadıklarını göstermek amacıyla ritüeller düzenlemektedirler. Böylelikle atalar kültü ritüellerinde maske ve heykel gibi sanat yapıtlarının kullanıldığı görülmektedir. Maske ve heykeller aracılığıyla atalar ve yaşayanlar dinsel anlamda bir bağ kurmaktadırlar. Bu bağlamda sanat ve din ilişkisi dünyanın farklı kültürlerinde gözlemlenen yaygın bir ortak özelliktir. Sanat ve dinin kitleleri birleştiren gücü toplumsal anlamda da önem arz etmektedir.

Sanat yapıtı ve din olgusunun en önemli örneklerine ise Antik Yunan Medeniyetinde rastlanmaktadır. Antik Yunan pagan inancına dair tanrı ve tanrıça figürleri mozaik, heykel, rölyef, seramik ve duvar resimlerinde tasvir edilmektedir. Mitolojiye dair alegorilere de yer verilen bu tasvirlere, gündelik yaşantının unsurlarında ve kamusal alanlarda rastlamak mümkündür. Bununla birlikte Antik Yunan Medeniyetinin mirasını sürdüren Roma İmparatorluğunda da sanat yapıtı üzerinden dinsel tasvirlere yaygın şekilde yer verilmektedir. Bununla birlikte Roma pagan inancının görsel dili, tek tanrı inancına sahip Hristiyanlığın yaygınlaşmasıyla da devam etmektedir.

Roma İmparatorluğu'nda Maxentius ve 1. Konstantin arasındaki iktidar kavgası, Konstantin'in M.S. 312 yılında Roma'ya doğru ordusuyla ilerleyişini getirmiştir. Bu ilerleyiş esnasında imparatorluğun doğu sınırlarında büyümekte olan yeni bir dinin müritleri, Hristiyanlar da yer almaktadır. Konstantin liderliğindeki ordu Roma'ya doğru hareket ederken doğaüstü bir olaya tanıklık etmişlerdir. Bir göktaşı olarak tanımlanan bu olayı

Hristiyan müritler, Hz. İsa'nın doğuşuyla bağdaştırdıkları gök cismi ya da olayıyla yorumlayarak 'bir işaret' olarak tanımlamaktadırlar. "Roma'daki Milvian Köprüsü'ndeki muharebeden evvelki gece, Konstantin haç işaretiyle yahut Mesih'in adının ilk iki harfi olan chi/rho ile en toutoi nika (bu işaretle fethet) kelimelerini ihtiva eden bir vizyon aldı" ("World History Encyclopedia Türkçe", 2024). Tarihte Ponte Milvio Savaşı olarak bilinen bu muhabereden zaferle ayrılan 1. Konstantin'in zaferini Hristiyan tanrısına adamıştır. Bununla birlikte Roma toplumu içerisinde yasal bir konuma yerleşen Hristiyanlık zamanla resmi din haline gelmektedir. Diğer yandan dinsel her sembol, inancın toplum tarafından özümsenmesinde önemli role sahiptir. Bu bağlamda Hristiyanlığın Roma'da resmi din haline gelmesiyle birlikte ikonalar, imparatorluğun yeni dini benimsemesinde önemli bir rol oynamaktadır. "Genel bir yaklaşımla, Hristiyanlığın Doğu Ortodoksluk mezhebinde birer dini tasvir olarak ifade edilebilecek ikona veya ikon kavramı, Doğu Ortodoks kiliselerinde bulunan Hz. İsa, Hz. Meryem, azizler ve şehitlerin resmedildiği kutsal nitelikler atfedilen dini tasvirlerdir" (Etlik, 2019: 1). Genellikle ahşap üzerine işlenen ikonalar, kişilerin ibadet ettikleri dini figüre ulaşımını da kolaylaştırmaktadır. Hristiyan ikonaların kökeni ise yine Roma İmparatorluğu'na dayanmaktadır.

Roma İmparatorluğu döneminde mahkemelerde imparatorun duruşma salonunda bulunması zorunluluğu getirilmiştir. İmparatorun orada bulunamadığı durumlarda ise portreler kullanılarak bu soruna çözüm getirilmiştir. "Bu durum ikona anlayışının temelini oluşturmuş, böylelikle Hristiyanlıkta 'azizler de ikonada vücut bulur' inanışı kolay bir şekilde benimsenmiştir" (Etlik, 2019: 4). Diğer yandan Hristiyanlığın ilk dönemlerindeki imaj geleneği, imparatorluğun yıkılmasından sonra Orta Çağ Avrupa'sında da devam etmektedir. Orta Çağ'da sanat, kilise özelinde başatlık göstermiş ve kilisenin bir resim dili olan ikona, dini ve sanatı buluşturan en önemli alanlardan biri haline gelmiştir.

Orta Çağ'da ideolojik olarak topluma hükmeden kiliselerde sanat yapıtlarının kullanımı dikkat çekmektedir. Kiliselerin mimari yapısı, süslemeleri ve tapınma için yapılan ikonalar çeşitli sembolleri içermekte ve özellikle okuma yazma bilmeyen Hristiyanlara dini bilgileri sunmaktadır. Çeşitli alegorileri ve motifleri içeren semboller, dini anlamlar taşımasının yanı sıra toplumsal bir aktarım da oluşturmaktadır. "Kaynağını çoğunlukla Kutsal Kitap'tan alan bu sembolizmin en önemli işlevi inananın zihninde anlaşılması oldukça zor olan inancın temel ilkelerini somutlaştırmak ve imanı tatmin derecesine ulaştırmaktır." (Öner, 2023: 256).

Hristiyan teolojisi etkisinde şekillenen Orta Çağ sanatı, erken Hristiyan sanatı, Bizans sanatı, Pre-romanesk sanat, romanesk sanat ve gotik sanat gibi akımları içerisinde barındırmaktadır. Hildegard von Bingen (1098-1179), Cimabue (1240-1302), Duccio di Buoninsegna (1255-1319), Giotto di Bondone (1267-1337), Lorenzo Ghiberti (1378-1455), gibi sanatçıların yer aldığı Orta Çağ sanatı, 15. yüzyıl İtalya'sında güzel sanatlar, bilim ve felsefe alanlarında Antik Yunan ve Roma kültürüyle bağın kurulduğu Rönesans dönemine kadar sürmüştür.

Avrupa'da kilisenin otoritesi altında şekillenen toplum yapı, Rönesans ile birlikte bağımsızlığına yeniden kavuşmuş ve küllerinden doğmuştur. "İtalya, Rönesans'ın doğum yeridir ve İtalya'da Antik Yunan ve Latin edebiyatı ile felsefelerinin yeniden keşfi ve de hümanizm ile hümanist eğitim idealinin ortaya çıkmasıyla birlikte, Rönesans'ın etkisi İtalya sınırlarını aşarak Avrupa'nın dört bir yanına yayılmıştır" (Yıldırım, 2020: 184). Bunun yanı sıra Katolik kiliseleri, Rönesans'ın getirmiş olduğu bağımsızlık ve özgürlük ortamından rahatsızlık duymuştur. Bu rahatsızlığın temelinde kilisenin gücünü kaybetmesi yatmaktadır. Kilisenin gücünü kaybetmesiyle birlikte gelişen bağımsızlık ortamında ise sanat da önemli evrelerden geçmiştir. Bununla birlikte Rönesans sanatında, salt dinsel tasvirlere dayalı Orta Çağ sanat anlayışının aksine mitolojik öykülere dair alegoriler ve portreler gibi farklı temalara eğilmeye başlanmıştır.

Sandro Botticelli (1445-15510), Leonardo da Vinci (1452-1519), Albert Dürer (1471-1528) ve Michelangelo (1475-1564) gibi sanat tarihine damga vurmuş sanatçıların eser ürettiği Rönesans'ta sanat anlayışı toplumsal köklerine kavuşmaya başlamaktadır.

Sanat Yapıtı ve Toplum

Sanat, kültürel ve toplumsal üretimleri yaratmaktadır. Buna göre, sanat yapıtı da üretildiği toplumun ve kültürün izlerini barındırmaktadır. Bir bakıma sanat, bu faktörler içerisinde yoğrulmaktadır. "Bir toplumun uygarlığı, eğitimi, üretimi ve sanatı o toplumun kültürüdür." (Şahin, 2006: 79). Dolayısıyla sanat ve toplum birbirinden ayrılamaz olgulardır ve kültürün bir parçasıdır. Toplumun sahip olduğu coğrafi konum, siyasal düşünce, ekonomik şartlar kültürel yapıyı oluşturmaktadır. Kısacası kültür de toplumun sosyal yapısını oluşturmaktadır. Aynı zamanda, "Bir topluluktaki her birey, sonunda toplumun kültürüyle etkilenmektedir" (Baynes, 2002: 22). Sanatçı özelinde ise, "Herhangi bir sanat

eseri ortaya koymadan önce, yani sanatçı kimliğinin harekete geçtiği aşamaya kadar olan süreçte, sanatçıyı var kılan her şey toplumla direkt bir ilinti içindedir." (Çağan, 2006: 14). Sanatçı her şeyden önce toplumun bir mensubudur. Bu noktada sanatçının yaşadığı toplumun ve kültürün izlerini sanat yapıtına yansıtması da kaçınılmaz bir durumdur. "Sanat toplumda yaşayan bireylerin yaşamlarını etkiler ve toplum sanatın olası içeriğini ve işlevini belirler" (Baynes, 2002: 28). Bu bağlamda sanat ve toplum ilişkisi birbirinden beslenen ve birbiriyle bağlantılı kavramlardır.

Sanatçı ve haliyle ortaya koyduğu sanat yapıtı, bulunduğu kültürel ve toplumsal yapıdan etkilenmektedir. Diğer taraftan ise sanat da toplumun kültürü içerisinde varlığını sürdürerek onu etkilemektedir. Bir kısır döngü içerisinde ilerleyen bu durum durağan bir yapı değildir. Gerek toplum ve kültür gerekse sanat sürekli devinim halindedirler. Böylelikle toplumların yaşadıkları değişim ve dönüşüm de sanat eserlerine yansımaktadır. "Öyle ki, toplumun yaşadığı ekonomik, siyasal ve kültürel değişimleri sanat eserlerinde görmek mümkündür" (Şahin, 2006: 80). Bu bağlamda da sanattaki değişimlerin tanımlanması, o toplumun sosyal ve kültürel değişimlerinin ortaya konulmasıyla mümkündür. Aynı şekilde toplumun yapısının tanımlanabilmesi için de sanat yapıtının incelenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda sanat ve toplum birbirini var eden iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. "Hatta bir toplumun varlığında din, dil, töre ne kadar önemliyse, sanat da o kadar önemlidir" (Şahin, 2006: 80).

Toplum değiştikçe sanat ve sanatçının bakış açısı da o yönde değişmektedir. "Sanatın varlık nedeni hiçbir zaman bütünüyle aynı kalmaz. Sınıflara bölünmüş, bir iç çatışmayı sürdüren toplumda sanatın görevi başlangıçtaki görevinden birçok bakımdan ayrılır" (Fischer, 1980: 11). Bununla birlikte toplumsal değişiklikler sanat anlayışını ve sanat yapıtının içeriğini de etkilemektedir.

Orta Çağ ve Rönesans'ta feodalizmin etkisi altında aristokrat sınıfın egemenliğinde şekillenen sanat, Fransız İhtilali'yle (1789) burjuvazinin bir etkinliği haline gelmektedir. Böylelikle aristokrasi temelinde dinsel imgelerin ve aristokratlara ait portrelerin tasvirine dayalı sanat anlayışı değişime uğramaktadır. "Orta sınıf 18. yüzyılda ekonomik, toplumsal ve siyasi gücünü yeniden kazanınca saray çevrelerine özgü törensel sanatın yeri yeninden sarsılacak ve çok daha geniş kapsamlı olan orta sınıf beğenisine yenik düşecektir" (Hauser, 1984: 18). Bu bağlamda burjuvaziyle birlikte sanat yapıtının konusunu toplumsal değişimler ve sorunları oluşturmaya başlamaktadır.

İspanyol ressam Francisco Goya, 1814 tarihli ‘Üç Mayıs Katliamı’ adlı eserinde (Şekil 1), Fransız Devrimi döneminde Napolyon ordusunun İspanya’yı işgali sırasında ayaklanan halkın kurşuna dizilmesini betimlemektedir. “Her sanatçı gibi Goya’da bu yapıt aracılığıyla çağına tanıklık etmiştir” (Ötgün, 2008: 93). Toplumda yaşanan olayları sanat yapıtına yansıtan Goya, bu eserinde ölümü, şiddeti ve direnişi ele almıştır. Goya’nın ‘Üç Mayıs Katliamı’ eseri özelinde çalışmanın içeriğine vakıf olmak için yaşanan toplumsal olayın bilinmesi gerekmektedir. Diğer türlü bu sanat yapıtı, yalnızca bir resim olmaktan öteye gitmemektedir. Bu nedenle sanatı anlamak için toplumu da anlamak gerekmektedir. Bununla birlikte Sanayi Devrimiyle birlikte sanat anlayışı, özellikle yeni icat edilen fotoğrafla farklı bir çehreye bürünmektedir.



Şekil 1. Francisco Goya, ‘3 Mayıs Katliamı’, 1814.

(*Smart History*, 2024).

Fransız Bilimler Akademisi tarafından 1839 yılında halka mal edilerek duyurusu yapılan fotoğraf tekniği, sanat anlayışını kökten değiştirmektedir. Fotoğrafın doğası gereği çoğaltılabilir oluşu, sanat yapıtının da çoğaltılması/kopyalanmasını beraberinde getirmektedir. Böylelikle yeniden üretilen sanat eseri de otoritesini kaybetmektedir. “En etkin düzeydeki yeniden-üretimde bile eksik olan bir şey vardır: Sanat yapıtının şimdi ve burada’lığı- başka deyişle, bulunduğu yerde biriciklik niteliğini taşıyan varlığı…” (Benjamin, 2013: 53). Fotoğrafla birlikte sanat yapıtının yeniden üretilebilirliği yine

fotoğrafın doğasında bulunan montaj ve kolaj özelliğiyle bir araya gelerek sanatın toplumsal bir eleştiri mekanizması haline gelmesine olanak tanımaktadır.

Marcel Duchamp, 'L.H.O.O.Q.' (1919) adlı yapıtında Leonardo Da Vinci'nin 'Mona Lisa' (1503) yapıtının 'ucuz bir kopyası'na bıyık ekleyerek dönemin estetik anlayışının eleştirisini yapmaktadır. Diğer yandan yeniden üretilebilen imaj sadece eserin otoritesi değil, o eserin izleme ritüellerinin de otoritesi sarsılmıştır. Sanat sadece müze ve galerilere ait bir etkinlik olmaktan çıkarak gündelik hayatın her yerine ait olmaya başlamaktadır. Diğer bir değişle sanat sadece burjuvazi için değil, her sınıfı ilgilendiren bir etkinlik haline gelmektedir.

Fotoğrafın, yeninden üretilebilirlik ve montajlanma özelliğinden faydalanan diğer bir sanatçı da Suriye doğumlu grafik tasarımcı Tammam Azzam'dır. Azzam, Suriye İç Savaşında yıkıntılarla dolu boş bir sokağı fotoğraflamış ve bu görüntünün üzerine Goya'nın 'Üç Mayıs Katliamı' adlı eserini yerleştirerek bir fotomontaj yaratmıştır (Şekil 2).



Şekil 2. Tammam Azzam, 'Goya', 2012.

(*Tammamazzam*, 2024).

Bu çalışmada verilmek istenen mesaj, savaş gibi yıkıcı toplumsal olayların ne zaman ve nerede, hangi kültürde olursa olsun insanlık adına ortak bir acıyı yansıttığıdır. "Sanat ise bu ortak acıyı bazen dikkat çekmek için bazen de unutturmamak için insanlığın kolektif belleğine işlemenin en naif ve çarpıcı yoludur" (Arslan ve Kotan, 2021: 90). Bu bağlamda,

toplumda yaşanan gelişmelerin sanatı ve sanatçıyı etkilediği görülmektedir. Yaşanan gelişmeler sonucunda sanatçı eserlerini yaratırken toplumun özelliklerini de dışa vurmaktadır. Böylelikle sanat yapıtı, bulunduğu toplumdan ayrı düşünülemez bir olgu haline gelmiştir. Diğer taraftan sanat, toplumsal olayların yanı sıra egemen kesim tarafından toplumu yönlendirmek ve ideoloji yaymak için de kullanılmaktadır. Böylelikle sanat ve propaganda ilişkisi ortaya çıkmaktadır.

Sanat Yapıtı ve Propaganda

Sanat, toplumları etkileyen ve kitleler üzerinde olumlu etkiler bırakan bir olgudur. Her şeyden önce sanat iyiyi ve güzeli anımsatmaktadır. Diğer taraftan propagandanın bir 'rıza üretim' mekanizması olduğu düşünüldüğünde ve barındırdığı olumsuz özellikleri nedeniyle bu iki kavramı yan yana düşünmek olanaksız gibi görülmektedir. Egemen kesim, kamuoyu oluşturmak, halkın sempatisini kazanmak ve en önemlisi propagandanın olumsuz yanlarını sanatın olumlu yanları ile kapatmaya çalışmak için sanattan oldukça çok yararlanmıştır. Bu bağlamda da sanat ve politika ilişkisi eski uygarlıklara kadar dayanmaktadır. "Tarihte şehir devletleri, krallıklar ve imparatorlukların hükümdarları sanatı anıtsal olarak iktidarlarının altını çizmek, zaferlerini yüceltmek ya da düşmanlarına gözdağı vermek, kara çalmak amacıyla kullanmıştır" (Clark, 2011: 14). Egemen kesim, sanatın büyüleyici gücü aracılığıyla halka ideolojisini daha naif bir şekilde aktarmaktadır.

Propaganda amacıyla resimden müziğe, heykelden edebiyata kadar sanatın bütün dalları ideoloji aktarımı adına kullanılmaktadır. "Toplumsal yaşamın içerisinden filizlenen her sanat yapıtı, toplumsal yaşamda egemen olan ideolojiden bağımsız değildir. Bu nedenden ötürü tüm sanat eserlerinin ideolojik bakımdan etkili olduğu söylenebilir" (Satır, 2018: 570). Bu nedenle sanat ve propaganda ilişkisine tarihin her döneminde rastlamak mümkündür. Örneğin Mısır Piramitleri firavunun gücünü simgeleyen yapılardan biridir. Bu piramitler, firavunun gücünü ve otoritesini halka göstermek amacıyla yapılmıştır.

Mimari üzerine gerçekleştirilen propaganda yöntemlerinden biri de Antik Yunan'daki zafer taklarıdır. Bu zafer takları askeri başarıyı gözler önüne sermektedir. Antik Roma'da ise imparator adına yapılan heykeller halka güven, düşmana korku vermek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Orta Çağ'da dinsel yapıtların çoğu bile kilise tarafından ideoloji aktarımı amacıyla yaptırılmıştır. Diğer taraftan, İncil'deki hikayelerin ve dini

figürlerin tasvir edildiği ikonalar da kilisenin propagandasını oluşturmaktadır. Küçük boyutlu ahşaplar üzerine işlenen bu figürler, kişi ile dini figür arasında manevi bir bağ oluşturmaktadır. Küçük boyutlu ikonalar sayesinde ibadetler yalnızca kiliselerde değil, her an yapılabilir hale gelmiştir. Kişi ikonalar aracılığıyla ibadetini gerçekleştirirken, kilisenin din propagandası ise kilise dışında da sürdürülmektedir. Din ve dünyevi güçlerin bir arada olduğu Orta Çağ'da sanat ve politika da bir aradadır. "Görünüşte Hıristiyanlığa ait temaları anlatan Orta Çağ sanat eserleri, genellikle sanatçıları görevlendiren kilisenin veya laik güçlerin ideolojik çıkarlarını desteklemiştir" (Clark, 2011: 14).

Rönesans döneminde ise, sanat ve propaganda ilişkisi kişisel çıkarlar doğrultusunda da kullanılmaya başlanmıştır. Örneğin; İtalya'nın önde gelen aristokrat ailelerinden biri olan Medici ailesi, siyasi ve ekonomik güçlerini göstermek adına Leonardo Da Vinci başta olmak üzere birçok sanatçıyı desteklemişlerdir. "Bu dönemde Medici ailesinin desteklediği sanatçılar arasında yukarıda belirtildiği gibi Leonardo da Vinci, Michelangelo'nun yanında Donatello ve Boticelli gibi ünlü sanatçılar da yer almaktadır" (Doğan, 2018: 16). Böylelikle Avrupa'nın en zengin ve en etkili ailelerinden biri olan Medici ailesi, desteklediği sanatçılar ile Rönesans döneminin en önemli eserlerinin yaratılış sürecine destek olmuştur. "Böylece Kilise'nin dini propaganda malzemesi olmayan sanat eserleri sırf 'iyi sanat eserleri' olmak bakımından değerli görülmeye başlamıştır" (Kamözüt, 2015: 37).

Fransız İhtilali ile birlikte aristokrasiye karşı burjuvazinin ayaklanmasıyla toplumsal değişiklikler meydana gelmiştir. Bu değişikliklerden sanat kavramı da etkilenmiştir. Ayaklanma sonucu, toplumsal sorunlar ve politik meseleler gündem haline gelmiş ve sanat ve propaganda ilişkisi her zamankinden daha yoğun bir şekilde sürdürülmeye başlanmıştır. Böylelikle sanat, bir eleştiri ve baş kaldırı aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Fransız İhtilali ile birlikte ortaya çıkan ulusçuluk, dönemin sanat yapıtı olan operaya yansıyarak bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır (Çelik, 2023).

Birinci Dünya Savaşı ve İkinci Dünya Savaşı esnasında egemen kesim propagandanın gücünün farkına varmakta ve gelişen teknoloji ile birlikte propagandayı sıklıkla kullanmaya başlamaktadır. Bu teknoloji sayesinde sinema da bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Örneğin Nazi Almanya'sında Propaganda Bakanı Joseph Goebbels, sinemanın propaganda için büyüleyici bir etkisi olduğunu düşünmektedir. Goebbels, sinemanın kitap ve tiyatrodan çok daha geniş kitlelere ulaşabilecek potansiyelinin farkına varmıştır. Binlerce insanın karanlıkta toplanıp beyaz perdedeki aynı görüntüye bakması, afiş

gibi tekdüze propaganda araçlarından daha etkili olmasını sağlamaktadır (Rhodes, 1987: 21). Böylelikle Propaganda Bakanlığı bünyesinde film bürosu oluşturulmuş ve propaganda filmleri çekilmeye başlanmıştır. 'Olympia' (1938) adlı propaganda filmi de bunlardan biridir. Bu film günümüzün kült propaganda filmlerinden biri olmakla beraber, içerisinde bulunduğu dönemin faşist estetiğini de yansıtmaktadır. Birinci Dünya Savaşında ise afişler ön plana çıkmaktadır.

İngiliz'ler afişler aracılığıyla halkı savaşa katılmaya teşvik etmektedirler. Diğer taraftan Saville Lumme'nin tasarladığı 'Baba Büyük Savaşta Ne Yaptın?' adlı afişte, bir ev ortamında düşünceli ve mahcup bir baba, kitap okuyan kız çocuğu ve kurşun askerleriyle oynayan erkek çocuğu görülmektedir. Savaşa katılmadığı ima edilen baba utanç dolu bir şekilde tasvir edilmektedir. "Bu afiş üzerinden erkekler, ileriki yıllarda resimdeki erkek durumuna düşmemek için orduya katılmaya davet edilmektedir" (Eşitti ve Işık, 2022: 89). Böylelikle afişlerin savaş döneminde propaganda aracı olarak kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca, Çarlık rejiminin ardından Vladimir Lenin'in Rusya'yı ele geçirmesi ise ülkede büyük bir değişikliğe neden olmuştur. Mevcut olanı yıkıp yerine kendi ideolojisini koymak isteyen Lenin, bunun için heykelleri seçmiştir. "Lenin'in büyük bir önem atfettiği anıtsal propaganda planında, heykeller aracılığıyla tarihin, kent mekanına işlenmesi ve kamusal bir sanatın ortaya çıkartılması planlanmıştır" (Morss, 2004: 56). Böylelikle devrim düşüncesi, gündelik yaşantının bir parçası haline gelmesi hedeflenmektedir.

Propaganda bağlamında sanat, egemen kesimlerce kullanılıyor olsa da mevcut düzene ya da bir olaya eleştiri ve başkaldırı aracı olarak da kullanıldığı örnekler mevcuttur. Sanatın bir dışa vurum aracı olduğunu düşünürsek bu durum kitlelerin sesini duyurmak için başvurduğu en doğal yöntemlerden biri olmaktadır. "Propaganda sanatının temsil edildiği en güçlü alanlar kuşkusuz duvar resimleri ve grafitiler olmuştur. Bilişim ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasından önce propaganda sanatının sokaklarda yükselmesini bir strateji olarak kabul etmek mümkündür" (Tuğrul, 2016: 20). Bu bağlamda İngiliz grafiti sanatçısı Banksy yapmış olduğu çalışmalarda, sokak sanatıyla propagandayı bir araya getirmektedir.

Banksy, eserlerinde, savaş karşıtı, çevreci, hayvan hakları savunucusu bir duruş sergilemekte ve tüketim çılgınlığını eleştiren mesajlar vermektedir. Bu durum tam olarak kapitalizme karşı yürütülen bir propagandadır. Siyasi ve toplumsal mesajlar içeren bu grafitiler, propagandanın yalnızca egemen kesim tarafından gerçekleştirilmediğinin bir

örneğidir. Gelişen teknolojiler ve medya ile birlikte sanat ve propaganda arasındaki ilişki oldukça çeşitlenmiştir. Sosyal medya gibi yeni teknolojiler aracılığıyla sanatçılar mesajlarını geniş kitlelere iletebilme imkânı bulmuştur. Bu doğrultuda propaganda araçlarının etkisi de genişlemiştir.

Sanat ve propaganda ilişkisi, tarih boyunca yaşanan gelişmeler neticesinde çeşitlenmiş ve etki alanı artmıştır. Propaganda ve sanatın birlikte kullanımı ilk çağlardan günümüz modern dönemine kadar her çağın toplum yapısına, kültürüne, teknolojisine ve kitle iletişim aracına göre şekillenmiş ve dönüşüme uğramıştır. Bu bağlamda sanatın ve propagandanın ortak kullanımının oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Genellikle egemen kesim tarafından naif bir rıza üretimi amacıyla kullanılan bu iki kavramın arketiplerine Roma İmparatorluğu'nda rastlamak mümkündür. Bu noktada dönemin propaganda araçlarına ve propaganda kullanımına göz atmadan önce o dönemin toplumsal yapısını kavramak gerekmektedir. Hem sanat hem propaganda, bahsedilen dönemi ve toplumu anlamadan kavranacak meseleler değildir.

2.3. Roma İmparatorluğu ve Roma İmparatorluğu'nda Propaganda

En görkemli antik medeniyetlerden biri olan Roma İmparatorluğu'nun en güçlü olduğu dönemlerde sınırları; Dicle nehrinden İngiltere'ye kadar uzanmakta ve aynı zamanda Kuzey Afrika, Asya ve Avrupa'nın da büyük bir kısmını da içerisinde barındırmaktadır. Emperyal yayılma ile birlikte Roma gelişip güçlenmektedir. Toprakların genişlemesine bağlı olarak farklı etnik kültürlerden toplulukların da Romalılaştırılması ve imparatora bağlılık göstermesi beklenmektedir. Roma İmparatorluğu, fethettiği topraklara sadece siyasi yapılaşmasını değil, kendi kültürünü ve yasalarını da götürmektedir. Böylelikle Roma İmparatorluğu baştan sona bir düzen içerisinde yürütülmekte ve kendisine ait olguları farklı medeniyetlere de benimseterek imparatorluğun devamlılığını sağlamaktadır. Bu doğrultuda dinden felsefeye, siyasetten sanata kadar her konuda bir bütünlük oluşturacak değerler yaratılmıştır. Böylelikle imparator, iktidarın süregelmesi için ideal bir Romalı yaratmaktadır. İdeal bir Romalıdan ise, devletin dinine, felsefesine uyum gösterip erdemli olmaları ayrıca hem toprağını işleyen bir çiftçi hem de donanımlı bir asker olarak da ekonomiyi sürdüren ve vatanına toprağına bağlı bireyler olmaları beklenmektedir. Bu değerlerin ortak noktası, imparatora bağlılıktır. Bağlılığın sürdürülmesi ve pekiştirilmesi adına da propaganda

yöntemlerinden faydalanılmıştır. Bu yöntemlerin başında tiyatro şenlikleri, spor organizasyonları ve sanat yapıtlarının kullanımı gelmektedir. Buna göre tiyatrolar aracılığıyla halka ideal Romalı olmak ile alakalı mesajlar verilmektedir. Spor organizasyonları ile halk oyalanmakta ve çeşitli ekonomik ve sosyal imtiyazlara sahip olmaktadır. Halka imparatorun hediyesi (dorea) olarak sunulan bu organizasyonların haricinde heykel gibi sanat yapıtları da birer propaganda aracı olmaktadır. Bu heykeller, estetik niteliklerinin yanı sıra onurlandırma, imparatorun ve Roma'nın gücünü yansıtmak, iktidarın devamlılığını sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Tiyatro şenlikleri ve spor organizasyonları gibi birçok etkinliğin sistematik bir şekilde süregelmesi ve kamusal alanların heykellerle bezeli olması ise propagandanın Roma günlük yaşamında her alanda varlığını sürdürdüğünün kanıtı niteliğindedir.

2.3.1. Roma İmparatorluğu'nun Doğuşu ve Toplumsal Yapı

Roma İmparatorluğu (Imperium Romanum), M.Ö. 753 yılında İtalya yarımadasında kurulmuştur. Diğer taraftan Roma'nın kuruluşuyla ilgili efsaneler de mevcuttur. Bu efsanelerden birine göre Roma'yı, Troya'lı Prens Aeneas'ın soyundan gelenler kurmuştur. Başka bir inanışa göre ise Roma'yı bizzat Aeneas kurmuş ve Troya'lı bir kadın olan Rhome'ye ithafen adlandırılmıştır. Diğer taraftan en çok kabul gören Roma efsanesine göre şehir şu şekilde kurulmuştur: "Troia'dan kaçıp kurtulan Aeneas, çeşitli maceralardan sonra gelip Latium'a yerleşmiş, oğlu Ascanius ise Albalonga şehrini kurarak orada yaşamıştır" (Atlan, 2014: 11). Ascanius ve onun soyu uzun yıllar boyunca burada hüküm sürmüşlerdir. Bu soydan gelen Numitor'a taht sırası gelmiştir fakat bu durum çok uzun sürmemiştir. "Nihayet Amulius, büyük kardeşi Numitor'u tahttan indirerek kendisi kral olmuş, kardeşinin kızı Rhea Silvia'yı da Vesta mabedine rahibe yapmıştır" (Atlan, 2014: 12). Vesta (Hera) kültüne göre bu tapınakta rahibelik yapanların ömür boyu bakire kalması gerekmektedir. Buna göre Amilius'un Rhea Silvia'yı çocuk doğurup kendisine rakip olmaması için Vesta rahibesi yaptığı düşünülmektedir. Fakat tüm bunlara rağmen "Rhea Silvia'nın harp Tanrısı Marstan Romulus ve Romus isimli ikiz iki oğlu olunca Amulius bunları bir sepet içine koyarak Tiber nehrine bırakmıştır" (Atlan, 2014: 12). Nehirde sürüklenip kıyıya vuran ikizler Latince 'Lupa' adındaki dişi kurt tarafından emzirilmiştir. Romulus ve Romus daha sonrasında Faustulus isimli çobanın himayesinde büyütülmüşlerdir. Serpilip delikanlı

olduklarında ise Albalonga şehrine giderek kral Amulius'u öldürmüşler ve intikamlarını almışlardır. Daha sonra henüz bebekken amansızca sürüklendikleri Tiber Nehri'nin kıyısında şehir kurmaya karar vermişlerdir. "Fakat daha başlangıçta, kurulacak şehrin hangisinin adını alacağı ve hangisinin saltanat süreceği yüzünden aralarında kavga çıkmış ve sonunda Romulus Remus'u öldürerek şehri tek başına Palatinus tepesi üzerine kurmuştur" (Atlan, 2014: 12).

İkizini öldürüp başa geçen Romulus'un çok fazla destekçisi bulunmamaktadır. Bu nedenle kurulacak olan şehrin vatandaşları da sınırlıdır. Kendisine destekçi toplamak isteyen "Romulus, kentini bir 'sığınak' olarak tanımladı ve buraya gelen tüm sürgünlere, göçmenlere, kaçak kölelere ve suçlulara kucak açtı. Roma, geçmişteki anlamıyla, sığınmacıların yerleştiği bir kent oldu" (Baker, 2012: 8). Erkek popülasyonu sorununu başarıyla çözen Romulus için şimdi de kadın popülasyonu sorun oluşturmaktadır. Buna göre şehirde erkek nüfusu yeterli sayıya ulaşmış iken bu erkeklerin eşleri bulunmamaktadır. Romulus, şehrindeki erkeklere eş vermek ve şehrin nüfusunu dengelemek adına bir şenlik düzenleyip komşu köyleri davet etmiştir. Bu davet esnasında Romulus'un yönetimi altındaki erkekler, genç kadınları kaçırmışlardır. 'Sabine kadınlarına tecavüz' olarak bilinen bu olay neticesinde Romulus, kurduğu şehrin halkını çoğaltmayı başarmıştır. Bütün bu anlatılanlar birer efsane olsa dahi, Romalılar hala kentin kuruluşuyla ilgili bu öyküleri anlatmaktadırlar. Diğer taraftan, "Roma'da yürütülen kazılar, en eski yerleşme yerinin efsanede olduğu gibi, hakikaten Palatinus tepesi üzerinde bulunduğunu doğrulamıştır" (Atlan, 2014: 14).

Efsaneler Roma halkı tarafından oldukça benimsenmiş ve efsaneden öte bir gerçeklik olarak kabul edilmiştir. Romulus ve Romus çoğunlukla 'Lupa Romana' olarak anılmış ve özellikle dişi kurt simgesi ile betimlenmiştir. "Hatta ileriki dönemlerde bu betim, kurulmuş olan yeni şehrin ötesine geçerek Roma İmparatorluğu'nu ve Romalı olma fikri olan 'Romanitas'ı temsil eden bir kavram haline gelmiştir (Rissanen, 2014: 335). Romalıların kendilerini nasıl gördüklerini tanımlayan Romanitas, Latince bir kelime olup Roma halkının kültürel, politik ve toplumsal düşünce yapısını tanımlamak için kullanılmaktadır. Green'e göre:

> Romanitas, Latince kökenli bir terim olup kısaca Romalılık anlamına gelen bir kelimedir. Bu kavram Roma İmparatorluğu'nun kültürel, sosyal ve hukuki özeliklerini ifade etmekle birlikte Roma kültürünün değerlerini, kurumlarını ve yaşam tarzını benimseme anlamında da kullanılmaktadır. Romanitas, Roma İmparatorluğu'nun farklı bölgelerinde yaşayan insanlar arasında bir bağ oluşturduğu gibi imparatorluğun uzun yıllar boyunca yayılmacı politikasına da hizmet eden önemli bir kavram olarak desteklenmiştir (2010: 129).

Romanitas, Romalılar arasında bir bağ oluşturmakla beraber toplumsal olarak da bir düzen sağlamaktadır. Böylelikle Romalıların kültürel, sosyal ve hukuki özellikleri beraberinde toplumsal düzen de kendiliğinden şekillenmektedir. Bu noktada Krallık Devri Anayasası toplumsal yapı adına büyük önem arz etmektedir. Bu anayasa, Roma vatandaşlık hakkından, oy kullanmaya, evlilikten ticarete kadar neredeyse bütün konuları içine almaktadır. Bu anayasa doğrultusunda vatandaşların meydana getirdiği Roma cemaati (Populus Romanus), aile babaları (Patres) ve onların yakın akrabalarından (Patricii) oluşmaktadır. "Bu cemaat üç kabileye (Tribus) ayrılmıştı ve bunlar Etrüskçe olan Tities, Ramnes ve Luceres isimlerini taşıyorlardı. Her Tribus on aile birliğine (Curia); her Curia da on büyük aileye (Gens) ayrılmıştı ve şu hâlde Roma'da oturan halk 3 Tribus, 30 Curia ve 300 büyük aileden meydana geliyordu" (Atlan, 2014: 17). Tribus'ların her biri birbiri ile akraba olup aynı kanı taşımaktadırlar. Aynı zamanda Tribus'ların başında Tribunus adlı başkanları ve kendileri ait rahipleri bulunmaktadır. Curia'lar ise Gens'lerin birleşmesiyle meydana gelmiş siyasal bir topluluktur. Başkanlarına Curio adı verilmektedir. Curia'lar birbirlerine bağlılıklarıyla bilinmektedirler; birlikte zaman geçirir, birlikte yemek yer ve birlikte ibadet ederler. Aynı zamanda Curia meclisi içerisinde birlikte oy kullanmaktadırlar. "Bu sebepten bu devirdeki halk meclisine Curia meclisi (Comitia Curiata) adı verilmişti" (Atlan, 2014: 17). Gens'ler ise Roma ailesinin genişlemesi sonucunda meydana gelen birliklerden ve büyük ailelerden oluşmaktadır. Gens'lerin ortak kültleri, müşterek mezarlıkları ve beraber işledikleri toprakları da bulunmaktadır.

Roma'da toplumun esasını oluşturan ise küçük ailelerdi (Familia). Bu ailelerde eşler, çocuklar, gelinler ve torunlar gibi kan bağı olan kişiler bulunmaktadır. Ataerkil bir düzene sahip olan bu ailelerde karar mercii her zaman babadır (Pater Familias). Aynı zamanda bu ailelerde kan bağı olan aile fertleri dışında, çeşitli sebepler dolayısıyla haklarını kaybetmiş ve korunmaya ihtiyacı olan kişiler (Clientes) ve köleler (Servus) de bulunmaktadır. Ailenin babası Client'lerin haklarını savunmaktadır diğer taraftan köleler ise aile babasının yalnızca malı sayılmaktadır. "Bu Roma ailesi Patriarkal bir aile idi, yani babanın otoritesi mutlaktı. Baba ömrü boyunca aile fertlerine mutlak bir surette hükmeder, mesela karısı veya oğlunu köle olarak satabilirdi" (Atlan, 2014: 18). Bu Patriarkal düzen sadece aile içerisinde değil Roma'nın tamamında kendisini göstermektedir. Bir nevi Roma'yı bu kadar nizamlı hale getiren şey Patriarkal düzen olarak görülmektedir. Böylelikle Roma'da her şey belli bir düzen sistem içerisinde ilerlemektedir. Buna göre Roma'da vatandaşlar da belirli sınıflara ayrılmaktadır. Bunlar Patricius ve Pleb'lerdir. "Patricius'lar, tam vatandaşlık haklarına

sahip, siyasi, adli, idari, ekonomik ve dini alanda öncelikli ve ayrıcalıklı sınıfı; Pleb'ler ise siyasi ve medeni hakları kısıtlı ikinci derece halk kesimini ifade etmektedir" (Küçük, 2015: 128). Patricius'lar aynı soydan geldiği düşünülen aristokratlardan oluşmaktadır. Soylu ve varlıklı olan Patricius'lar Roma'ın en ayrıcalıklı sınıflarından birini oluşturmaktadır. Aynı zamanda Patricius'lar Roma'nın en üst ünvanına sahiplerdi. Pleb'ler ise küçük toprak sahibi veya zanaatla uğraşan vatandaşlardı. Pleb'ler ikinci sınıf vatandaş olmakla birlikte Patricius'larla evlenemezler, rahip veya asker olarak da görev alamazlardı. Pleb'ler birçok haktan yoksunlardı, öyle ki dini törenlere dahi katılım sağlayamıyorlardı. Roma İmparatorluğu için önemli bir rol oynayan dini inançlara ise, sadece ibadet amacıyla değil, devletle ilgili her alanda da başvurulmaktaydı.

Din Anlayışı

Romalılar için din, hayatın her alanını kapsayan bir olgudur. İlkel Roma dini daha çok büyü ve sihir üzerine yoğunlaşmıştır. Yağmur yağması için ritüeller gerçekleştirmek, kısır kadınları tedavi etmek amacıyla birçok büyüsel törenlerin yapıldığı bilinmektedir. "Başlangıçta Animizm, Totemizm ve Natürizm inançlarını büyü ve büyücülükle donatan eski Roma halkı, daha sonraları, kendi törenlerine uyan birtakım ilahlar üretmeye başlamıştır" (Selimoğlu, 2009: 71). Gerçekleştirilen bu büyüsel törenlerde 'malum carmen' olarak adlandırılan birey için zararlı uygulamalar On İki Levha Kanunlarınca yasaklanırken, birey için iyi olanlar 'bonum carmen' ise desteklenmiş ve halk içerisinde kullanılmaya devam edilmiştir. Bonum carmen olarak adlandırılan iyicil büyüler daha çok kırık çıkık gibi sağlık ile ilgili olan büyüler olmaktadır. Bu büyüler dönemin aydınları tarafından da desteklenmiştir. Romalıların dini devlet ile bütün hale gelmesi ise çok kültürlü bir toplum olmasından kaynaklanmaktadır. Katar'a göre:

> Roma devlet dini İtalya dışından gelen kültürlerin özellikle de M.Ö. 3. yüzyıldan başlayarak Yunanlıların zengin söylence dünyasının ve Olympos tanrı sisteminin, doğu dinlerinin etkisiyle biçimlenerek Yunan gizem dinlerinin ve Yunan felsefe okullarının ahlak anlayışlarının etkisi altında yepyeni içerikler kazanarak önceki aşamadaki yapısından daha derin bir yapıya sahip olmuştur (2017b: 339).

Roma dininde ise Antik Yunan etkisini görmek mümkündür. Roma'nın çok tanrılı dininde ilahların büyük bir çoğunluğunu Yunan tanrıları oluşturmaktadır. Yunan tanrılarının Roma tanrıları ile farkı ise isimleri olmaktadır. Örneğin, aşk tanrıçası Afrodit'in ismi Venüs,

göklerin tanrısı Zeus'un ismi ise Jüpiter olmuştur. "Bu tanrısal kudretlerin isimleri dışında somut temsil mevcut değildir. Sadece isimleri vardır" (Katar, 2017a: 43). Tanrılar Yunanlarda olduğu gibi insan formuna bürünmemiş ve beşerî özellikleri bulunmamaktadır. Bu tanrılar yalnızca soyut bir varlık olarak görülmüştür. "Bu nedenlerle bu ilk dönemlerde Roma dini ile ilgili hiçbir tanrı tasviri, kabartması veya heykeline ulaşılamamıştır" (Katar, 2017a: 43). Fakat 'numen' olarak adlandırılan tanrıların görünmez kudreti zaman içerisinde cisimleşmeye başlamıştır.

Yunan etkisi altında kalan Romalılar, ilerleyen dönemlerde aynı Yunanlılar gibi tanrılarına beşerî özellikler ve cinsiyetler atfetmiştir. "Bu dönemden başlayarak bu tanrıların bronzdan ve pişmiş topraktan tasvirleri ve heykelleri yapılmaya başlandı" (Katar, 2017a: 44). Böylelikle bu heykelleri kutsal bir alana yerleştirmek ve hem bir ibadet alanı hem de tanrının bir evi olarak tapınaklar da inşa edilmeye başlanmıştır. Yine Yunanlarda olduğu gibi Roma'da da Jüpiter (Zeus) Roma dininin en büyük tanrısı ve hatta tanrıların tanrısı olarak kabul edilmiştir. 'Optimus Maximus' (en iyi ve en büyük) ünvanını alan Jüpiter adına Kapitol tepesinde tapınak inşa edilmiştir. Bu tapınakta Jüpiter'e eşi, aile ve doğum tanrıçası Juno (Hera) ve bilgelik, sanat ve savaş tanrıçası Minerva (Athena) eşlik etmektedir. Böylelikle bu üç tanrı Kapitol Trias'ını (üçlüsünü) temsil etmekte ve şehri koruduğu düşünülmektedir.

Tanrılara tapınmanın yanı sıra Roma'da özellikle Augustus dönemi ile birlikte imparator kültü görülmeye başlanmıştır. Bu durum Roma'nın dini devlet içerisinde yaşamasının ve Romalı olmanın gururunu temsil etmektedir. "Bu tapmada prensliğe, Roma hükümetine ve Roma'nın temsil ettiği fikirlere bir bağlılık ifadesi vardı" (Barrow, 2006: 157). Bu tapınma modeli de yine başka kültürlerle temaslardan dolayı ortaya çıkmaktadır.

Romalılar, deniz ticaretinden dolayı Akdeniz'in doğusunda bulunan diğer kültürlerle siyasi ilişkiler kurmuşlardır. "Bu ilişkiler sayesinde de gördüler ki krallarına tanrı olarak tapıyorlar. Buna tanık olmaları bu anlayıştan etkilenmelerine yol açmıştır" (Katar, 2017a: 70). Roma ve Romalı olmak yüce ve gurur verici olarak görülmektedir. Bu bağlamda imparator da kutsal ve yüce olarak görülmeyi hak etmektedir. Dolayısıyla imparator tanrısallaştırılmaya başlanmıştır. İmparator kültünü ilk olarak Augustus, ölümünün ardından Julius Ceasar için planlamıştır.

İlerleyen dönemlerde Augustus'un Actium Deniz Savaşını kazanmasıyla birlikte Asya eyaletindeki 'koinon' olarak adlandırılan meclisler bugünkü Bergama olan

Pergamum'da bir kült kurmak istemişler ve gelecek yanıtı beklemeden Augustus adına bir tapınak inşa etmişlerdir. "Sonraki yıllarda, muhtemelen M.Ö. 9-8 yıllarında, Asya'da, proconsulluk (bir nevi valilik) yapan Paullus Fabius Maximus, Augustus onuruna takvim reformunu gerçekleştirmiş ve sonraki yıl, Sebasteia olarak adlandırılan Augustus'un doğum günü ile başlamıştır" (Sönmez, 2020: 119). Aynı zamanda Augustus'un "Bu kent benim tüm Asya'da kendim için seçtiğim ve benim diyebileceğim tek kenttir" (Anadolu Kültürel Girişimcilik, 2021: 6) ifadelerinde bulunduğu, günümüzde Aydın Karacasu'da bulunan Aphrodisias Antik Kenti'nde Theos Sebastos (Tanrı Augustus) onuruna inşa edilen bir tapınak bulunmaktadır.

Aphrodisias, Augustus'un kendi soy atası olarak gördüğü Afrodit'e adanmış, onun korumasında olan bir kent olarak da önem taşımaktadır. "Roma'da Augustus'la başlayan imparator kültü, sonraki imparatorların bir kısmı tarafından çok önemsenmezken, diğer bir kısım imparatorlar döneminde abartılı bir şekilde varlığını sürdürmüştür" (Sönmez, 2020: 119). Örneğin, Augustus'tan sonraki imparator olan Tiberius kendisinin tanrısallaştırılmasına karşı çıkmış, diğer yandan Augustus'un tanrısallaştırılması adına birçok uygulamada bulunmuştur. Tiberius'tan sonraki imparator Caligula ise imparator kültü konusunda aşırıya kaçmıştır. "Bu bağlamda o, kendisini tanrı ve kardeşi Drusilla'yı tanrıça yapmış dahası Jüpiter başta olmak üzere diğer tanrılarla kendini özdeşleştirmiş, onlara yakın olabilmek için Capitolium tepesinde bir saray bile inşa ettirmiştir" (Sönmez, 2020: 119). Sonraki imparatorlar ise bu kültü devam ettirmişlerdir. İmparatorların doğum günleri ve ölüm günleri dini bayram olarak sayılmıştır. Aynı zamanda önceleri cisimleşen tanrıları tasvir etmek için kullanılan heykeller, imparatorlar için de kullanılmaya başlanmış ve bu heykeller aracılığıyla imparator kültü yaşatılmaya özen gösterilmiştir.

Felsefe

Romalılar dinin yanı sıra felsefe hakkında da Yunanlılardan etkilenmiştir. Atina Agora'sında kurulan Stoacılık Ekolü, Roma felsefesini de derinden etkilemiş ve Roma düşünsel yapısı Stoa Felsefesi üzerine kurulmuştur. "Stoacılık adını, kurucusu olan Kıbrıslı Zenon'un ders verdiği, Atina Agora'sının yanında bulunan Poikile Stoası'ndan almıştır" (Kılıç, 2008: 1). Stoa Felsefesi, düşünce tarihinde toplum olarak ortaklaşa bir şekilde en uzun süregelen felsefelerden biridir. Yunanlılar ve Romalılar bu felsefeyi hemen hemen beş asır

boyunca sürdürmüştür. Stoa'nın temelinde erdem (virtus) bulunmaktadır. Bu kavram Romalı olmak ile bir bütünlük oluşturmaktadır.

Stoa Felsefesine göre, erdemli, etik ve doğa yasalarına uygun yaşamak gerekmektedir. Aynı zamanda Stoa Felsefesi; etik, mantık ve fizik konularında yoğunlaşmaktadır. Diğer taraftan bu felsefenin öğretilerine uygun yaşayan bir insanın mutluluğu ve huzuru bulacağı düşünülmektedir. Bu noktada Romalıların Stoa Felsefesini neden uzun yıllar boyunca sürdürdüğü anlaşılmaktadır. Örneğin, "Romalı kafası bir çiftçi, bir asker kafasıdır ne sadece çiftçi ne de sadece askerdir, çiftçi-askerdir; bu Romalının ne çiftçi ne asker olduğu sonraki çağlarda da böyledir" (Barrow, 2006: 10). Savaş döneminde asker (miles), barış döneminde çiftçi (agricola) olan Romalı, bu yaşantısıyla erdemli, etik ve doğaya uygun yaşamaktadır. Bu yaşayış biçimi Romanitas ve Stoa Felsefesini de ayakta tutmaktadır. Böylelikle bu iki kavram ideal bir Romalıyı oluşturmaktadır.

İdeal Romalının "Erdemleri: Namus, iktisat, ileriyi görüş, sabır, çalışkanlık, dayanıklılık, cesaret, kendine güven, basitlik ve kendinden büyüklere saygıdır" (Barrow, 2006: 11). Bunların yanı sıra, devletine, toprağına, ailesine ve dinine sadık olmak büyük bir önem taşımaktadır. Öyle ki, Roma'nın kuruluş efsanelerinde adı geçen, Roma'nın milli kahramanı Aeneas'ın sıfatı sadık anlamına gelen Pius'tur. Diğer taraftan, Romalılar özellikle toprakların genişlediği imparatorluk döneminde toplumsal bir yozlaşmadan şikayetçilerdi. "Emperyal yayılma arttıkça Roma kenti de zenginleşip mekânsal olarak genişlemeye başlamıştır" (Yaylı ve Küçük, 2011: 126). Topraklar genişledikçe farklı kültürlerle münasebet artmış ve bunun sonucunda da ideal Romalı profili gittikçe azalmaya başlamıştır. Bu nedenle, eski ideal Romalılık; yani kültürüne, toprağına, devletine ve ailesine sadık bir profil tekrardan canlandırılmaya çalışılmıştır. Bu noktada Stoa Felsefesi Roma'da bir kurtarıcı rolü görmüştür. Roma'da Stoacılık genellikle yönetici sınıfına hitap etmekte ve klasik eğitimin ayrılmaz bir parçasıdır. "Onlar konformizmlerini öylesine mükemmel ortaya koymuşlardır ki, özellikle Roma dünyasında filozof 'ahlak misyoneri' olmuş ve Stoacılık herkesin saygı duyduğu, kurulu düzene uygun düşünceler içeren, adeta bir resmî ideoloji haline gelmiştir" (Gökberk, 1996: 15). İdeal Romalılık ve Stoa Felsefesinin kesişim noktaları imparatorları da oldukça etkilemiştir. Bazı imparatorlar arasında felsefeye olan hayranlık bilinse de Roma'nın ilk ve son filozof imparatoru Marcus Aurelis'tur.

Beş iyi imparator olarak adlandırılan imparatorlardan (Nerva, Trajan, Hadrian, Antoninus Pius, Marcus Aurelius) sonuncusu olan "Marcus Aurelius yalnızca Stoa felsefesi

üzerine yazmakla kalmamış, daha dikkat çekici olanıysa, Stoacı ilkelere göre yaşamaya da özen göstermiştir" (Kılıç, 2008: 10). Marcus Aurelius'un 1558 yılında yayınlanan 'Kendime Düşünceler' adlı eseri, Antik çağlardan günümüze kadar ulaşabilmiş önemli felsefi kaynaklardan biridir. Bu eser, Stoa Felsefesi ve ahlakının temellendirildiği yegâne örneklerden biridir. "Bu bağlamda, Marcus Aurelius'un felsefi görüşleri Stoa Felsefesinin karakteristik çizgisinden ayrı düşünülemez. Stoa Felsefesi genel olarak mantık, fizik, ahlak ve siyaset alanlarında görüş bildirmiştir" (Kılıç, 2008: 20). Özellikle Stoa Felsefesinin ahlak ve siyaset alanlarında benimsenip Marcus Aurelius tarafından devlet işlerinde pratiğe dökülmesi bir bakıma Stoa Felsefesinin devletin resmi felsefesi olmasına da yol açmıştır. Sonuç olarak Marcus Aurelius ve Stoa Felsefesi Roma felsefi düşüncesinde önemli bir yer edinmiş olsa da Marcus Aurelius Stoa Felsefesini yalnızca kendi içerisinde yaşamamış, bu felsefeyi devlet ve siyaset alanlarında da kullanmıştır. Diğer taraftan Roma siyasetine yalnızca Stoacı bakış açısıyla bakmak da yanlış olacaktır. Roma'da din, felsefe, ekonomi ve siyaset birbirinden beslenen kavramlardır. Bu noktada yalnızca bir bakış açısından faydalanmamak doğru olacaktır.

Ekonomi ve Politika

Roma siyasal düşüncesi, Yunanlıların siyasal düşünce felsefesi olan Stoacılık ekseninde şekillenmektedir. Özünde kaderci bir yaklaşıma sahip olan Stoa Felsefesi, Roma İmparatorluğu içerisinde siyasal bağlamda da benimsenmektedir. "Evrensel dünya vatandaşlığı fikri stoa düşünce sisteminin Roma İmparatorluğu döneminde yayılma politikasında kullanacağı temel düşünüş olacağı için imparatorluk tarafından çok hoş karşılanan bir düşünce biçimi olacaktır" (Şenel, 2002: 181). Roma tarihi; Krallık öncesi dönem, Krallık, Cumhuriyet ve İmparatorluk olarak dörde ayrılmaktadır. Bunların yanı sıra Roma'nın dünyanın en büyük medeniyetlerinden biri olmasını sağlayan dönem Cumhuriyet ve İmparatorluk dönemleridir. "Roma, cumhuriyet döneminde bir kent devletinden imparatorluğa geçişte ve günümüze kadar da Batı medeniyetinin oluşması açısından etkisi büyük olan bir kurumlaşmaya gitmiştir" (Sevinç, 2023: 34).

Senatolar ve halk meclisleri gibi birçok öğe bu kurumlaşmanın sonucu ortaya çıkmıştır. Diğer taraftan Cumhuriyet döneminde aristokrat sayılan, tam vatandaşlık hakkına

sahip Patricius'lar ile sınırlı vatandaşlık hakkına sahip Pleb'ler arasında gerginlikler çıkmaya başlamıştır.

Nüfusun büyük bir kısmını oluşturan Pleb'ler, Roma'nın sınırlarının genişlemesiyle ticari yönden güçlenmiş ve ekonomik anlamda Patricius'lar kadar zenginleşmiştir. "Pleb'lerin gerek siyasal gerek hukuksal anlamda gittikçe güçlenmelerinin altında yatan bir neden de nüfuslarının artmasına paralel olarak Roma ordusunun ihtiyaçlarının karşılanabilmesinde kendilerine başvurulmasının zorunluluğundan kaynaklanıyordu" (Akman, 2012: 92). İdeal bir Romalının hem çiftçi hem asker olduğu düşünüldüğünde Pleb'lere olan ihtiyaç da giderek artmaktadır. Bunların sonucunda Pleb'ler talep ettikleri hakları kazanmış oldular. "Zamanla Pleb'ler ekonomik hakların yanı sıra, siyasal haklar kazandılar ve siyaset ve idareci oldular" (Akman, 2012: 93). Pleb'ler aynı zamanda çeşitli makamlara ve statülere gelebilme hakkına da sahip oldular. Pleb'ler ve Patricius'lar arasında evlilik de yasallaşmış ve böylelikle iki sınıf da kaynaşmaya başlamıştır. Bu iki sınıf, aynı haklara sahip olması ile birlikte Populus Romanus'u yani Roma Halkını oluşturmuşlardır. Gerçekleşen bu değişim, On iki Levha Kanunları ile sağlanmıştır. Tüm bu hakların yanı sıra Pleb'ler, Concilium Plebis adıyla kendi meclislerini oluşturarak, Roma yönetiminde söz sahibi olmuşlardır.

Pleb'lerin Patricius'lar ile aynı haklara sahip olması Roma'nın ekonomik yapısına da etki etmiştir. Meclis, senato ve konsül gibi üst düzey kurumlarda Pleb'lerin görev almaya başlaması, tarımsal aktivitelerin kölelere kalmasına neden olmuştur. Diğer taraftan Romalıların Krallık döneminde yoğun bir şekilde tarımla uğraşmasının yanı sıra, imparatorluğun sınırları genişledikçe ticaret ağı da artmış ve farklı ekonomik kaynaklar da ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla Roma'da ekonomik zenginliğin temeli fetihlere dayanmaktadır.

Roma'da yönetici vasfında bulunan zümrenin zenginliği, fetihlerden gelmektedir. Bu bağlamda da daha fazla toprak kazanımı beraberinde vergi ve kira gelirleri artmaktadır. "Savaşlar sonucu kazanılan yeni ülke toprakları vergiler, kiralar, ganimetler ve haraçlar Roma zenginliğinin esas kaynağıydı" (Günay, 2015: 52). Gerçekleştirilen fetihler sayesinde elde edilen köleler de ticari gelirin artışını sağlamaktadır.

Roma ekonomisinin fetihlere dayalı olması, beraberinde gemi ve silah gibi savaş araçlarının talebi de artmaktadır. Böylelikle Roma, piyasanın en büyük silah alıcısı haline gelmektedir. Avrupa, Roma'nın taleplerini karşılayacak yeterliliğe sahip olmadığından Roma, doğu ile ticaret ilişkilerini geliştirmeye başlamıştır. "Bu yüzden Asya, Hint, Mısır

Romanın en büyük ticari otağıydı. Kuzey Afrika'dan ve Mısır'dan gelen tahıl hayati öneme sahipti. Zeytinyağı İspanya'dan geliyordu." (Günay, 2015: 53). Diğer yandan karayolu üzerinden gerçekleştirilen ticaretin hem tehlikeli oluşu hem de uzun sürelerde gerçekleşmesi, deniz ticaretini önemli kılmaktadır.

İlerleyen dönemlerde deniz ticareti adına büyük bir yol kat edilmiş ve muson rüzgarlarının hareketleri keşfedilmiştir. Bu keşif sayesinde yeni güzergahlar çıkarılmış ve deniz ticaretinin maliyetini düşmüştür. Aynı zamanda kıtalar arası ticari ilişkiler büyük bir ölçüde güçlenmiştir. Akdeniz merkezli bir ticaret noktası haline gelen Roma'nın sınırları genişledikçe bu ticaret ağı da giderek gelişim göstermiştir.

Roma ekonomisinin diğer önemli temelini ise tarıma dayalıdır. Latifundialarda yani büyük çiftliklerde zeytin, üzüm ve buğday gibi ürünler yetiştirilmektedir. Siyasetle uğraşan soylulara ait olan bu büyük çiftliklerde iş gücünü ise yine köleler oluşturmaktadır. "Roma ekonomisinde toplumsal statülere göre belirlenen bir iş bölümü vardı, işçi sınıfının büyük çoğunluğu kölelerden oluşuyordu, soyluların ve Pleblerin umursamayacakları işler hür ve azatlı kölelere kalıyordu" (Günay, 2015: 52).

Roma'da iktidarın ekonomiye yaklaşımı ise dönemlere göre değişiklik göstermektedir. Kuruluş ve genişleme döneminde "Devletin savaşlardaki galibiyetler nedeniyle vergi, haraç, kira, ganimet gelirleri, yüksek olduğundan, soylular büyük topraklara oturduklarından, devlet piyasayı rahatsız etmemiş, ancak hukuki kurallarla piyasayı düzenlemiştir" (Günay, 2015: 55). Gerileme döneminde ise gelirlere göre harcamalar fazlalaşmış ve bütçede açıklar meydana gelmeye başlamıştır. Askeri başarılar düşmüş ve bu durum da temelinde fetihçi bir ekonomiye sahip olan Roma'nın gerilemesine neden olmuştur. Roma'nın siyasi yapısı da aynı şekilde dönemlere göre değişiklik göstermiştir.

Krallık döneminde Roma'nın siyasi yapısının temelleri atılmış ve Cumhuriyet Döneminde ise Roma'nın en önemli siyasi organlarından biri olan senato devreye girmiştir. Roma'nın en ünlü liderlerinden biri olan Gaius Julius Ceasar, bu dönemde büyük güç kazanmış ve diktatör olarak anılmaya başlanmıştır. Onun suikastı ise, Cumhuriyet döneminin sonunu ve İmparatorluk döneminin başlangıcını işaret etmektedir. Ceasar'ın ölümünden sonra Augustus'un tahta çıkmasıyla İmparatorluk dönemi başlamıştır. Bu dönemde Roma barış ve refah dönemine girmiştir. "Roma barışı anlamına gelen Pax Romana, Roma'nın ilk imparatoru Augustus ile telaffuz edilen bir terim olmuştur" (Tekin, 2008: 226). İmparator Trajan döneminde ise Roma İmparatorluğu'nun sınırları en geniş

halini almıştır. Krallık döneminden cumhuriyete, cumhuriyetten imparatorluğa geçiş süreci, Romanın siyasi tarihindeki önemli değişimlerin ve gelişmelerin göstergesidir. Bu dönemler ve liderler, Romanın Batı medeniyeti üzerindeki kalıcı etkisini anlamak için kritik öneme sahiptir.

Roma'da sanayi ise silah üretimi ve inşaat ile sınırlı kalmıştır. "Roma bir şehir medeniyetiydi ve Romalılar yol inşası saraylar tapınaklar, sulama kanalları inşası, stadyum, çarşı, tiyatro, hamam vs. alanlarında yüksek derecede beceri gösterdiler." (Günay, 2015: 53). Bu beceri Roma stili mimarisini yaratmıştır. Romalılar kendi tarzlarında yapılar ve heykeller üreterek tarihe geçmişlerdir. Öyle ki bu mimari unsurlar yalnızca birer heykel ve birer yapı olmanın dışında Romalı olmanın, yani Romanitas kavramının propagandasını da yansıtmaktadır. Bu bağlamda Roma İmparatorluğu'nda gerçekleştirilen propagandaların yalnızca siyasi alanlarda değil, tiyatrolarda, spor oyunlarında ve hatta sanat yapıtlarında dahi kullanıldığı bilinmektedir.

2.3.2. Roma İmparatorluğu'nda Propaganda Araç ve Yöntemleri

Propaganda kavramı kuşkusuz Roma İmparatorluğu'nun uzun soluklu varoluşunu destekleyen öğelerden biridir. Cumhuriyetten imparatorluğa, karmaşık ve çok yönlü bir sistem içerisinde yönetilen Roma'nın ortak düşüncesi 'Romanitas' kavramıyla şekillenmiştir. Bu sistem içerisinde ideal bir Romalı olmanın temelleri siyasetten geçmektedir. Devlet, siyaset içerisinde varlığını sürdürürken din, sanat ve mimari gibi birçok alan da bu eksende şekillenmektedir. Böylelikle günlük hayat pratiklerinin dahi siyaset bağlamında değerlendirilebileceğini söylemek mümkündür. Bu noktada Roma'nın varlığı ve ideal Romalı olmanın temelleri de propaganda gibi kavramlarla pekiştirilmektedir. Ekinci'ye göre:

> Antik Yunan ve Roma Dönemlerinde, kamusal ve özel alanları çepeçevre saran halkın kanaati/ortak düşüncesi üzerinde doğrudan etki eden, siyasal iktidar karşısında tutum ve davranışlarını belirleyen, sonuçta ona siyasal alanda ortak bir kimlik kazandıran siyasal iletişimin araçlarının başında hiç kuşkusuz filozofların siyasal düşünceleri ile retorik ve propaganda olmuş, varlığını Roma İmparatorluğu'nun parçalanmasına dek sürdürmüştür. (2017: 180).

Retorik, Roma'da gündelik hayatın olmazsa olmazı, özgür yurttaşların varlık amacı olarak görülmektedir. Neredeyse tüm iş gücü kölelerin sırtında olduğu için, özgür yurttaşlar

günün çoğunu kamusal alanlarda siyaset yaparak geçirmektedir. Forumlar ve agoralar gibi birçok kamusal alan, güzel söz söyleme sanatına ev sahipliği yapmaktadır. "Yurttaşlar bu alanda, yüz yüze bir araya gelirler, retoriğin ortaya koyduğu, söz ve dilin gücü ile, karşılıklı bir biçimde, birbirlerini tanırlar, çift yanlı yatay iletişimin ortaya koyduğu aracılık ile, bir siteye ait olmanın, yurttaş olmanın, bilincine varırlardı" (Ekinci, 2017: 155). Böylelikle propaganda yalnızca iktidar tarafından değil, halk tarafından da gerçekleştirilmektedir.

İktidar tarafından gerçekleştirilen propagandalar içerisinde ise en sık karşılaşılan yöntem imparator kültleridir. Din ve siyasetin neredeyse bir olduğu bu yönetim içerisinde imparatorlar ve aileleri tanrısal kudrete sahiptir. Her imparatorun kendini bağdaştırdığı bir tanrı, her kentin de koruyucu bir tanrısı vardır. Bu tanrılara ithafen tapınaklar kurulmuştur. Hem tanrıları hem de kendilerini onurlandıran imparatorlar, dini duygulara hitap ederek halkın sempatisini kazanmakta, güvenilir ve geleneklerine bağlı bir imaj çizmekte ve diğer taraftan kendi kudretini de sergilemektedir. Aynı zamanda bir güç sembolü olan para da propaganda yöntemlerinden biridir. Sikkelerin üzerinde bulunan imparator betimlemeleri, kamusal alanlarda bulunan heykeller, rölyefler ve zafer takları, okuma yazma oranının düşük olduğu bir toplumda görsel yollarla gerçekleştirilen önemli propaganda araçlarından biri olmaktadır. Durugönül'e göre:

> Propagandanın en iyi yürütüldüğü ve etki ettiği yerler; anıtsal yapılar, heykeller, hamamlar, forumlar, stoalar, zafer takları ve diğer, kürsü gibi yapılar ile donatılan kamusal alanlardır. Buralarda geçit törenleri, dinsel etkinlikler, spor etkinlikleri, tiyatro gösterileri, müzik faaliyetleri, halka hitabet konuşmaları (retorik), unvanların verilmesi (Traianus Optimus Augustus Germanicus Dacicus Parthicus), sıfatların eklenmesi (invictus, felix, semper Victor, Victor omnium gentium) ve yağmalanan ganimetlerin ve savaş esirlerinin sergilenmesi gibi etkinlikler yürütülür. Amaç, imparatorların iktidarlarının gücünü göstermek, zaferlerini yüceltmek, düşmanlarına göz dağı vermek ve ayrıca ölümsüz varoluşa, birlik ve iktidara inancı arttırmak, en önemlisi itaati sağlamaktır (2021: 13).

Günlük hayatın her alanında gerçekleşen propaganda yöntemleri, halkı hem ideolojik hem de psikolojik olarak etkisi altına almaktadır. İktidarını sürdürmek adına propaganda yöntemlerine başvuran imparator, çeşitli eğlence araçlarını halka sunmakta ve onların sevgisini kazanmaktadır. İmparatorun onları önemsediğini düşünen ve imparatora sempati geliştiren halk ise bu eğlencenin arka planında yine imparatorun propagandasına maruz kalmaktadır. Bu eğlence araçların biri de tiyatrodur.

Propaganda Aracı Olarak Tiyatro Oyunları

Romalılar, söz konusu tiyatro olduğunda da Antik Yunan'dan etkilenmişlerdir. Genel hatlarıyla bakıldığında Roma, Antik Yunan'ın kültürel mirası üzerine kurulmuş bir devlettir. Dinden felsefeye, mimariden tiyatroya bunun izlerini görebilmek mümkündür. Bu etkileşimler sonucu Romalılar, Antik Yunan'ın kültürel kodlarını birebir kopyalamak yerine birtakım değişikliklere gitmişlerdir. Antik Yunan'daki sadeliğin aksine Romalılar gösterişe önem vermektedirler. Bu yüzden tiyatro mimarileri de daha görkemli yapılardır. "Antik Yunan tiyatro yapılarının sade yapısının tersine, propaganda içerikli, konusunu söylencelerden/mitlerden alan, devlet ideolojisini işleyen gösterişli bezemeler, mermer işçilik, heykeller tiyatro yapısına eklenmiştir" (Ekinci, 2017: 121). Diğer taraftan Antik Yunan'da şarabın, neşenin ve tiyatronun tanrısı olan Dionysos, Romalılar tarafından hoş görülmemektedir. Romalılar, Antik Yunan tiyatrosunda çok önemli bir yeri olan Dionysos'u yani Roma dinindeki ismiyle Bacchus'u kültürlerine kabul etmemişlerdir. Hatta Romalılar Bacchus'un ahlaki yönden tehdit oluşturduğunu düşünerek Bacchus şenliklerini (Bacchanalia) yasaklamış ve tapınakları yıkmıştır. Dionysos kültünün özü zevk, sefa, cinsellik ve kendinden geçme ile alakalıdır. Ayrıca Dionysos hem gülen hem de ağlayan bir tanrıdır. Dionysos'un içerisinde birçok duyguyu barındırması, tiyatronun da neşe ve keder temalarını komedya ve tragedya üzerinden yansıtmaktadır. "Roma'nın tiyatro alanında Yunan tiyatrosu ve dramasından biçimsel birçok öğe alıp Dionysos'u almamaları biraz tuhaftır. Ne yazık ki Roma özellikle tiyatroda biçimini alıp özünü bırakmıştır" (İçoğlu, 1994: 20). Diğer bir deyişle Romalılar, Bacchus'un toplumun ahlakını ve aile yapısını bozmasından endişelenerek tiyatroyu bağlamından koparmışlardır.

Romalılar, tiyatro festivalleri gerçekleştirmiş ve festivallerini Bacchus'un aksine tanrı Jüpiter'e adamışlardır. Ludi Romani (Roma Oyunları) adlı bu festivaller önceleri belirli dönemlerde yapılsa da zaman geçtikçe sürekli gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Kazanılan savaşlar sonrası, cenazeler sonrası, onurlandırma adına ya da sadece eğlence amacıyla sürekli Ludi'ler gerçekleştirilmiştir. "Hep bedava olan Ludi'lerin amacı belliydi: Yurdu yöneten üst tabaka, savaşçıları, halkı oyalıyor, eğlenceye boğuyordu" (Fuat, 1970: 67). Ludi'ler gerçekleştikçe halk mutlu oluyor, yöneticiler ise rahatlıkla kendi işlerine bakabiliyorlardı. Aynı zamanda bu tiyatrolar yalnızca halkı oyalamak için değil, halkı terbiye etmek için de kullanılıyordu. "Roma tiyatrosunun iki büyük komedya yazarı Plautus

ve Terentius, Atina Yeni Komedyasından aldıkları konuları Romalının günlük yaşantısına, aile ilişkilerine uyarlamışlardır" (Ekinci, 2017: 122). Tiyatro yazarları sıklıkla Yunan oyunlarını değiştirerek halka sunmaktadır. Romalılaştırmak ve ideal bir Romalı yaratmak adına gerçekleştirilen bu girişimler propagandanın eğlence araçlarında dahi var olduğunu gözler önüne sermektedir.

Tiyatro oyunlarının kopyalanması ve değiştirilmesi, o eserin değerini düşürse ve basitleştirse de istenilen mesajlar verildiği sürece bu durum bir sorun teşkil etmemektedir. Nutku'ya göre:

> Önemli olan Roma'nın gücünü çok geniş, çok farklı kitlelere hissettirmek ve bu kitleleri zararlı eylemlerin dışında tutup, oyalayabilmektir. Bu nedenle Roma, egemen olduğu Avrupa'dan Asya'ya, Kuzey Afrika'ya dünyanın dört bir yanındaki bu topraklarda, kendi propagandasını yapacak, devletin görkemini yansıtacak büyüklükte gösterişli tiyatro binaları yaptırmaktan çekinmemiştir (Nutku, 1985: 15).

Yapılan bu görkemli yapılar, en nihayetinde Roma'nın ihtişamını kamusal alanlarda sergileyerek Romalı halkı büyülemek, düşmanlara da göz dağı vermek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Diğer taraftan tiyatrolar haricinde halkı oyalayan ve mutlu eden eğlence araçlarından biri de spor organizasyonlarıdır. Bu organizasyonlarda gerçekleşen oyunlar, Roma'nın gücünün propagandasını yaparken diğer taraftan askerlerin ve halkın eğlence anlayışlarına da hitap etmektedir.

Propaganda Aracı Olarak Spor Organizasyonları

Roma döneminde imparatorlar, halka spor gibi eğlence araçları sunarak iktidarlarını sürdürmüşlerdir. İktidarın süregelmesi ve halkın imparatora bağlılık göstermesi adına gerçekleşen propaganda yöntemlerinden biri olarak kullanılan spor, siyasi ve ekonomik olarak da önem teşkil etmektedir. Halk için hem bir geçim kaynağı hem de eğlence aracı olan spor organizasyonları sosyal bağları da kuvvetlendirmektedir. Bu organizasyonların gerçekleştiği etkinliklerden biri de Ludi Romani'lerdir. Roma oyunları olarak bilinen Ludi Romani etkinlikleri, kökeninde tanrı ve tanrıçaları onurlandırmak adına düzenlenen şenliklerdir. "Roma'da kamusal oyunlara ludi denirdi. Bu kamusal oyunlar, tanrıların desteğini kazanmak, öfkesini teskin etmek (pax deorum) veya herhangi bir kehanetin buyruğunu yerine getirmek için tanrılar onuruna kutlanan şenliklerde oynanan oyunlardı"

(Sarıtaş, 2019: 111). Halkın bu oyunlara olan ilgisi arttıkça şenlikler gelenekselleşerek daha sık yapılmaya başlanmış ve şenliklerde gerçekleşen oyunların içeriği de çoğalmaya başlamıştır.

Şenlikler ve spor organizasyonlarının ilk olarak tanrı ve tanrıçalar adına gerçekleştirildiği biliniyor olsa da imparator kültü bağlamında birçok organizasyon da imparator şerefine düzenlenmiştir. Bunlardan bazıları; 'Vespasiana' ve 'Hadriana' şenlikleridir. Bu şenlikler, yaşayan tanrının yani imparatorun halka hediyesi (dorea) olarak gerçekleşmektedir. "Böylece uzak memleketlerdeki halkın imparatora (tanrı) ve devlet otoritesine bağlılığı arttırılmış ve şenlikleri düzenleyen kentlerde siyasal ve ekonomik ayrıcalıklar yaşanması sağlanmıştır" (Özdizbay, 2011: 260). Diğer taraftan bu etkinlikler, Roma'nın farklı etnik kimliklere sahip topluluklarını da bir arada tutmaya yarayan bir araç olarak önem taşımaktadır. Gerçekleştirilen bu etkinlikler halkı hem eğlendirip hem de ekonomik yarar sağlamakla kalmayıp imparatora da bağlılığı pekiştirmektedir. "Genellikle spor oyunları, Anadolu'da, imparatorluk kültünün ve Roma politikalarının propaganda ve reklam aracı olarak organize edilmiştir" (Kaplan ve Kara, 2022: 1176). Öyle ki, yalnızca bu oyunların gerçekleştirilmesi adına çeşitli mimari yapılar oluşturulmuştur.

Siyasetten dine, felsefeden ticarete kadar her türlü faaliyetin sürdürüldüğü Agoralar, spor organizasyonlarının gerçekleştiği ilk mekanlardan biridir. Oldukça geniş ve açık bir alanda bulunan ve çevresi kamu binalarıyla bezeli olan bu meydanlar, çeşitli spor eğitimlerine ve küçük çaplı yarışmalara ev sahipliği yapmıştır. Fakat ilerleyen dönemlerde bu alanlar yetersiz gelmeye başlamıştır ve 'gymnasiumlar', 'stadyumlar', ve 'hipodromlar' gibi birçok spor merkezi inşa edilmiştir. Gymnasium kelime kökeni Antik Yunan'a dayanmaktadır. Buna göre 'gymnos' kelimesi çıplak anlamına gelmektedir. 'Gymnaso' ise idman yaptırmak anlamına gelmektedir. Diğer taraftan kelimenin kökeni ile Yunan sporcuların pratikleri de uyum göstermektedir. Sporcular çıplak bir şekilde idman yapmakta ve yarışlara da çıplak bir şekilde katılmaktadırlar. Fakat Romalılar, Antik Yunan'ın neredeyse tüm kültürel değerlerini benimsemiş olsalar da çıplaklığı olumsuz karşılamaktadırlar. Romalılara göre çıplaklık, barbarlık göstergesidir. Örneğin, M.Ö. 186'da Kuzey Yunanistan'daki zafer adına kutlamalar gerçekleştirilmiş ve Yunan sporcular davet edilmiştir. Bu etkinlikte Romalılar beklenmedik bir şekilde çıplaklıkla karşılaşmışlardır. "Özellikle atletlerin yarışmalara çıplak katılması Roma halkına şaşkınlık ve tiksinti vermiştir" (Alpman'dan aktaran Şinoforoğlu ve Akkurt, 2021: 10). Buna rağmen Romalılar,

ilerleyen dönemlerde Antik Yunan'ın çıplaklığını yani vücut kültürünü de olağan karşılamaya başlamışlardır. "Başlangıçta özellikle çıplaklığın Roma halkı tarafından tiksindirici ve utanç verici olarak görülmesine rağmen Antik Yunan vücut kültürünün sağlığın sürdürülmesi üzerindeki olumlu etkileri ve sağlıklı bireylerin pragmatist Roma tarafından askeri amaçlar bakımından önemi göz önüne alınarak zamanla benimsendiği görülmektedir" (Şinoforoğlu ve Akkurt, 2021: 16).

Gymnasiumlar genellikle tapınak gibi kutsal mekanların yakınına inşa edilmişlerdir. Sporcular önce tapınaklarda ibadetlerini gerçekleştirip ardından gymnasiumda çalışmalarına başlamaktadırlar. Böylelikle hem ruhen hem de bedenen bir bütünlük sağlanmaktadır. "Gymnasiumlarda genellikle öğleye kadar güreş, boks, pankration, disk atma, uzun atlama, koşu gibi bedensel aktiviteler gerçekleştirilmiş olup öğleden sonra ise; dil ve gramer, güzel konuşma (retorik), coğrafya, matematik ve müzik dersleri görülmüştür" (Tomay ve Değirmencioğlu, 2017: 13). Stadyumlarda ise, Antik Yunan'da koşu idmanları ve koşu yarışmaları için yapılmış olsa da Roma'da bu tür sporlar rağbet görmemiştir. Romalı izleyiciler, spor organizasyonlarını fiziksel bir aktivite olarak görmektense kan ve vahşet talep etmektedirler. "Stadyumlarda önceleri araba yarışları ve kılıç müsabakaları yapılmıştır. Stadyumlarda yapılan gösterilere halkın ilgisinin artması üzerine gladyatörlerin ve vahşi hayvanların kullanıldığı müsabakalar da yapılmaya başlanmıştır" (Kaplan ve Kara, 2022: 1175). Zaman içerisinde gladyatör oyunları amphitiyatrolarda, araba yarışları ise circuslarda da gerçekleşmeye başlamıştır. "Amphitiyatrolarda gösteriyi yapan kişilerin olduğu sahne, zamanla gladyatör dövüşlerinin kullanıldığı meydan (platform) =Arena ve Circuslar da hipodrom adını almıştır (Güral, 2021: 2.).

Gymnasiumlar, stadyumlar, hipodromlar gibi spor merkezleri, oldukça yaygındır ve hemen hemen her Roma kentinde bulunmaktadır. Bu spor merkezleri kent ve halk için de bir prestij ve statü sembolü olmaktadır. İmparatorun dikkatini çekebilmek adına kentin önde gelen zenginleri de spor organizasyonları düzenleyerek, imparatora olan bağlılıklarını bu şekilde göstermektedir. Bu noktada, yalnızca sporcular arasında değil, kentler arasında da bir rekabet söz konusu olmaktadır. Ayrıca bu organizasyonlar nedeniyle spor turizmi başlamış ve başka kentlerden seyirciler de katılım sağlamaya başlamıştır. Böylelikle kent sakinleri, fazlasıyla ekonomik gelir elde etme fırsatı bulmaktadırlar. "Kentin ekonomik alanda elde ettiği söz konusu kazanımı dışında, onursal durumu ise şöyleydi. Bir sporcu katılacağı oyuna iştirak etmek için öncelikle adını, baba adını ve kentini kaydettirirdi.

Galibiyet kazandığında ise, oyunun tellalı tarafından yine önce ismi, baba ismi ve kenti, yani vatanı yüksek sesle ilan edilirdi" (Şengül, 2013: 157). Böylelikle kazanan sporcu ve kent, imparatorun sağladığı birtakım özel imkanlar haricinde onursal anlamda da ödüllendirilmiş olmaktadır. "Öyle ki heykeli ve onurlandırma yazıtı kentin en merkezi yerlerinde (agora, palaestra, kentin ana caddeleri gibi) halka teşhir ediliyordu" (Şengül, 2013: 156). Bu olgu üzerinden spor ve siyaset ilişkisi değerlendirilecek olursa, spor organizasyonlarının hem imparatorun propagandasını gerçekleştirdiği hem de kente ve sporcuya özel imkanlar sağladığı görülmektedir.

Büyük topraklara sahip olan Roma İmparatorluğu, spor organizasyonları aracılığıyla halkı ve hatta farklı etnik kültürlere sahip toplulukları da sistematik bir şekilde politikasına dahil etmiştir. Böylelikle hem 'Romalılaştırma' hem de iktidarı sürdürme bağlamında kalabalıklar spor organizasyonları gibi eğlence araçlarıyla kontrol altında tutulmaktadır. Gerçekleştirilen bu spor organizasyonlarının görsel yansımaları, seramikler, mozaikler ve heykeller gibi sanat yapıtlarında da görülmektedir. Bu noktada, sanat yapıtları da spor organizasyonları gibi propaganda niteliğine sahip olgulardan biri olmaktadır.

Propaganda Aracı Olarak Sanat Yapıtı

Roma İmparatorluğu'nda propaganda, imparatorluğun gücünü ve ideolojisini pekiştirmek için çeşitli araç ve yöntemlerden faydalanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu propaganda araçlarının başında sanat vardır. Roma'da sanatın hemen hemen her alanı propaganda aracı olarak kullanılmıştır. Bunların başında; mimari ve anıtlar, sikkelerin üzerindeki imparator portreleri, edebi yazılar, tiyatro oyunları ve heykeller gelmektedir. Propaganda aracı olarak kullanılan bu alanlar, halkın imparatora olan bağlılığını kuvvetlendirmekte ve halkın gözünde imparator adına belirli bir imaj oluşturmaktadır.

Roma'nın gücünü ve ihtişamını yansıtmak amacıyla inşa edilen mimari yapılardan biri olan zafer takları; imparatorların zaferlerinin kalıcı bir göstergesi niteliğindedir. İmparatorlar, zaferlerini ve askeri başarılarını halka göstermek amacıyla zafer taklarını inşa ettirmiş ve bu yapılar imparatorun kudretinin sembollerinden biri haline gelmiştir. Örneğin; İmparator Titus'un inşa ettirdiği zafer takı, Kudüs'ün fethini anmak için yapılmıştır. Roma'daki en yaygın propaganda aracı ise sikkelerdir.

Bir statü ve güç sembolü olan madeni paranın üzerinde imparatorun portresi ve genellikle onun zaferlerini veya tanrısal bağlantılarını vurgulayan sloganlar bulunmaktadır. Böylelikle imparatorluğun dört bir yanında yaşayan insanlar, yöneticilerinin suretlerine ve politik sloganlara gündelik yaşantıda maruz kalmaktadırlar. Diğer yandan edebiyat, Roma propagandasının diğer bir önemli sanatsal alanını oluşturmaktadır.

Edebiyat alanında tarihçiler, imparatorların başarılarını yücelten birçok eser yazmışlardır. İmparatorun başarısını ve gücünü vurgulayan resmi yazıtlara ise kamu binalarında ve anıtlarda rastlanılmaktadır. Spor organizasyonları ve tiyatro oyunları gibi etkinlikler ile ise hem halkı eğlendiren hem de imparatorun cömertliğini göstermektedir. Bu etkinlikleri izlemek adına kente gelen turistler ise o kentin ekonomisine katkı yapmaktadır. Böylelikle imparator hem çeşitli etkinliklerle halkı mutlu etmekte hem de onları kontrol altında tutmaktadır. Gündelik hayatın her alanında kendini gösteren propaganda, dini ibadetlerde de kendine yer bulmaktadır. İmparatorların kendilerini tanrısallaştırmasıyla birlikte ortaya çıkan imparator kültü ve imparatorun onuruna gerçekleştirilen dini bayramlar aracılığıyla halk imparatora tapmakta ve imparator, kendi propagandasını her alanda gerçekleştirmiş olmaktadır. Ayrıca Roma İmparatorluğu'nda, seramik, mozaik gibi sanat yapıtlarına rastlanıldığı gibi kamusal alanda en çok tercih edilen form heykeller ve rölyeflerdir.

Heykeller ve rölyefler, imparatorun idealleştirilmiş görüntülerini yaymak adına yapılan propaganda araçlarından biridir. Heykellerde tasvir edilen imparatorların tanrısal ve güçlü görünümleri, halk arasında imparatora karşı bir saygınlık ve hayranlık uyandırmaktadır. Kamusal alanlarda bulunan heykeller ve rölyefler ise, halkın günlük yaşam pratikleri içerisinde bile propagandanın var olduğunun en büyük kanıtlarından biridir.

Dönemin en önemli sanat yapıtlarından biri olan heykeller, bulundukları mekâna hem estetik ve güzelliği taşımakta hem de birtakım propaganda mesajlarını içerisinde barındırmaktadır. Antik Yunan'ın işgali sonrasında savaş ganimeti olarak birçok heykel kaçırılmış ve kopyalanmış olsa da Romalılar, yalnızca taklit eserler yapmakla kalmamış, zamanla kendi tarzlarını da oluşturmuşlardır.

Heykellerde Antik Yunan'ın sergilediği kusursuz bedenler ve mitolojik öyküler Romalılar tarafından tekrarlanmış olmasına rağmen felsefeden dine, ekonomiden ticarete ortak bir değer olan 'ideal Romalılık' ve imparatorluğun gücü heykel gibi sanatsal anlatılarda da ön plana çıkmaktadır. Gündelik hayatın her alanında kendini gösteren bu

düşünce yapısı, Roma İmparatorluğu'nda sistematik olarak propagandanın sürdürüldüğünün kanıtı niteliğindedir. Bunun aksine Antik Yunan'da ise ideal vatandaşın heykellere yansıması çıplaklık ile tasvir edilmektedir. "Çıplaklık bazen, Yunan güzellik idealidir bazen de aristokratların savaşçı faziletinin ve erdeminin dışa vurumunun sembolüdür. Çıplak heykeller gençliğin yansıtılması veya iyi vatandaş ya da üst tabakanın tanınırlığının belirlenmesi için yapıldıkları da iddia edilir" (Durugönül, 2018: 41). Romalılar, kültürel ve felsefi yönden hemen hemen her konuda Antik Yunan'a öykünseler de çıplaklığı desteklemedikleri bilinmektedir. "Yine de Hellenlerin çıplaklığı, bir ölümlüyü temsil etmek ve propagandasını yapmak için estetik açıdan en çekici ve prestijli biçim olarak görülmüştür ve bu yüzden sonraki süreçler içerisinde Roma onurlandırma geleneği içerisinde yer edinmiştir" (Kaygısız, 2022: 110). Bu doğrultuda generaller ve imparatorlar gibi önemli kişiliklerin heykelleri çıplak bir şekilde tasvir edilmeye başlanmıştır. Romalılar, heykellerde atletik ve kusursuz bedenlerin yanı sıra gerçekçi yüz ifadeleri de kullanmışlardır. Diğer bir deyişle Antik Yunan'ın çıplaklığı benimsenmiş ve üzerine birtakım eklemeler yapılarak Roma tarzı heykeller üretilmeye başlanmıştır. Fakat Romalı tarzı heykelleri Antik Yunan heykellerinden ayıran en büyük özellik; güzelliğin ve estetiğin yanı sıra yoğun bir şekilde siyasi propaganda içermeleridir. Bu propagandalar; onurlandırma, imparatorun gücünü yansıtmak, halkı bir arada tutmak, farklı etnik kültürdeki kitleleri Romalılaştırmak, Romalı yerli halkı ise 'yine Romalılaştırarak' ideal bir vatandaş haline getirmek amacıyla gerçekleştirilmektedir. Kaygısız'a göre:

> Hellen ve Roma toplumları içerisinde propagandanın görünürlük üzerine kurulmuş olması, onurlandırma düşüncesinin, heykeller ve kent içerisindeki alanlarla birlikte propaganda için uygun bir araca dönüşmesine neden olmuştur. Bir propaganda aracında hedef kitleyi etkileyecek bilgiler barındırması ve yansıtması gerekliliği göz önünde bulundurulduğunda onurlandırma heykellerinin ve yazıtlarının bu iş için fazlasıyla uygun olduğu anlaşılmaktadır" (2022: 35).

Roma'da hem sanat yapıtı olarak hem de propaganda bağlamında önemli bir yeri olan heykeller, geniş kitlelere ulaşması amacıyla kamusal alanlarda sergilenmektedir. Roma İmparatorluğu'nda heykellerin propaganda amacıyla kullanılması hem halk hem de iktidar tarafından oldukça benimsenmiş bir metottur. Öyle ki, onurlandırma ve ilgili kişinin hatırasını yaşatma amacıyla yapılan bu heykeller, aynı zamanda 'onursuzlaştırma' için de kullanılmaktadır. 'Damnatio memoriae' olarak adlandırılan bu terim, Latince kökenli olup 'hatıranın lanetlenmesi' anlamına gelmektedir. "Bu durum kişiyi onursuzlaştırmanın bir formu olup, Roma Senatosundan vatan hainleri ya da Roma Devletinin itibarıyla oynayanlar

için çıkartılmıştır" (Keser ve Yüksel, 2022: 32). Aynı zamanda bu uygulama, sevilmeyen imparatorların ölümleri üzerine de gerçekleşmektedir.

Onursuzlaştırma, hatırasını yok etme ve unutturma amacıyla gerçekleştirilen bu eylemler sonucunda suçlu kişinin kamu binalarındaki ismi silinir, heykelleri yıkılır, hatta heykellerinin kafası tahrip edilerek yerine haleflerinin kafası yerleştirilir. Böylelikle bu kişilerin toplumsal bellekten silinmesi hedeflenir. Bu uygulamanın en bilindik örnekleri; Julius-Claudius hanedanından Nero'nun, Flavius hanedanından Dominitianus'un ve Nerva-Antonin hanedanından Commodus'un ölümleri sonrasında gerçekleştirilen lanetlemelerdir. "Bu uygulamanın arka planı ise geçmişin sansürlenmesi yoluyla iktidarın gücünün gösterilmesine yönelik girişimlerle açıklık kazanmaktadır" (Aytüre, 2022: 31). Böylelikle Roma İmparatorluğu'nda propagandanın heykel gibi sanat yapıtları aracılığıyla gerçekleştiği görülmektedir. Bu yöntemler, imparatorların meşruiyetini sağlamlaştırmak, Roma'nın gücünü göstermek ve halkın sadakatini kazanmak amacıyla stratejik bir şekilde kullanılmıştır. Bu propaganda araçları, Roma İmparatorluğu'nun uzun süreli istikrarını ve gücünü korumasında önemli bir rol oynamıştır.

Kamusal alandan, evlerin süslenmesine kadar her alanda bulunan heykeller, Roma'da iktidarın sağlanması ve sürdürülmesi bağlamında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda, Roma İmparatorluğu döneminde önemli sanat merkezlerinden biri olan ve kent içerisinde bir heykel okuluna sahip olan Aphrodisias Antik Kenti, sanatsal ve kültürel bağlamda Roma İmparatorluğu'nun yapı taşlarından biri olmaktadır.

2.4. Aphrodisias Antik Kenti ve Sebasteion Tapınağı Rölyefleri

Bu bölümde çalışmanın evrenini oluşturan Aphrodisias Antik Kenti'nin ve Sebasteion Tapınağı'nın tarihsel süreci incelenmiştir. Aynı zamanda bu kentin Roma İmparatorları için önemi ve kente tanınan ayrıcalıklar dahilinde, Aphrodisias'ın sosyal, ekonomik, siyasal ve dini anlamda niçin önemli bir kent olduğu tartışılmıştır. Böylelikle bu bölüm; çalışmanın bulgular kısmına da bir zemin oluşturmaktadır.

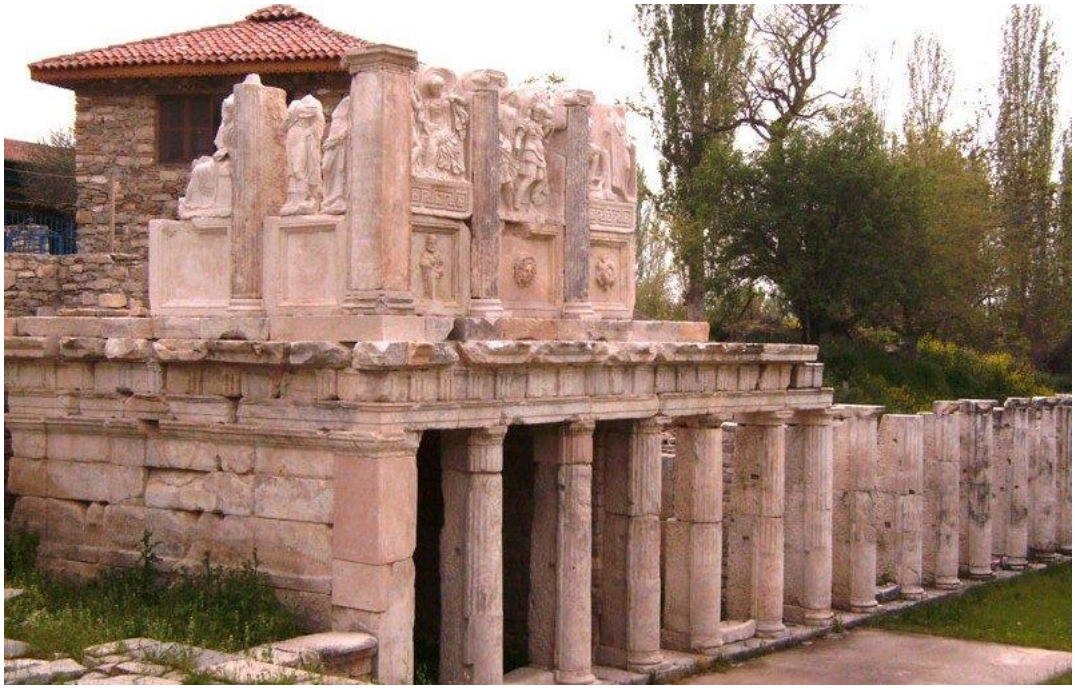
2.4.1. Tarihsel Süreçte Aphrodisias Antik Kenti

Aphrodisias, günümüzde Aydın ilinin Karacasu ilçesine 12 km uzaklıktaki Geyre mahallesinde konumlanan, Batı Anadolu'daki önemli ören yerlerinden biridir. Aphrodisias, Karia bölgesinin iç kesimlerinde, Menderes Vadisi üzerinde yer almaktadır. Dandalaz (Morsynus) Nehri'nin hayat verdiği topraklarda yer alan antik kentin bilinen en erken yerleşimi Genç Neolitik Çağ'a kadar tarihlenmektedir. Bu verimli topraklar, birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olsa da en görkemli halini Roma İmparatorluğu döneminde yaşamıştır. Kentin gelişmesinde köle Zoilos'un da büyük bir payı vardır. Aphrodisiaslı bir köle olan Gaius Julius Zoilos, Augustus tarafından azat edilip özgürlüğüne kavuştuğunda oldukça zengin bir şekilde kentine geri dönmüştür. Mevcut statüsü ve zenginliği ile kentte tiyatro binası ve stoa gibi birçok yapı projesine destek olmuştur. Aynı zamanda Julius-Claudius hanedanına bağlılığı ve kente tanınan imtiyazlar konusunda da köprü görevi görmüştür.

"Kent için 'Aphrodite'nin şehri' anlamına gelen Aphrodisias isminin seçilmesi stratejik bir seçim olmuştur; zira Aphrodite, Roma'nın mitolojik kurucularından Troyalı Aeneas'ın da annesidir" (Smith vd., 2022: 27). Efsanelere göre; Aeneas, çoban Ankhises'in ve tanrıça Afrodit'in oğludur. Aeneas, Troya düştükten sonra annesi Afrodit'in yardımıyla, babasını ve oğlunu alarak Kaz Dağları'na (İda) kaçar. Aeneas, buradan Palatinium tepesine gelerek Roma kentini kurar. Romus ve Romulus'un atası olarak bilinen Aeneas, Roma'nın milli kahramanıdır. Roma İmparatorluğu'nun ilk imparatoru olan Augustus da kendisinin Aeneas'ın ve Afrodit'in soyundan geldiğine inanmaktadır. Böylelikle kent, Augustus'un himayesine girmiş, Afrodit kültü ile büyük bir üne kavuşmuş ve kente özel ayrıcalıklar sunulmuştur. Bunun karşılığında Aphrodisiaslı iki aile tarafından tanrıça Afrodit ve imparatorlar onuruna Sebasteion Tapınağı inşa edilmiştir.

Aphrodisias Antik Kenti'nde bulunan en önemli anıtsal yapılardan biri Sebasteion Tapınağı'dır. "Yapı, Afrodit'e ve Roma imparatorlarına adanmıştır ('Sebasteion', 'İmparatorların Tapınağı' anlamına gelmektedir). Yapının inşası M.S. 20-60 yılları arasında, yani Tiberius ile Nero'nun egemenlikleri sırasında tamamlanmıştır" (Ilgım, 2022: 17). Uzun bir törensel cadde şeklinde inşa edilen bu yapı, yüksek ve çok katlı bir tapınaktan oluşmaktadır. Ana cadde üzerinde konumlanmış bir kutsal alan olarak dikkat çeken Sebasteion Tapınağı'nın dış cephesi dor, iyon ve korint düzenindeki sütunlarla desteklenmiş

rölyeflerle kaplıdır. “Kabartmalar, sütunlu mimari ögelerle çerçevelenmiş, böylece yapıların cepheleri adeta mermerden resim panoları sergileyen birer duvar görünümü kazanmıştır” (Ilgım, 2022: 18). Yapıda bulunan rölyeflerde Roma Tanrıları, Roma İmparatorları ve mitolojik öyküler gibi çeşitli alegoriler bulunmaktadır. Günümüzde Sebasteion Tapınağı’nın restorasyonu Geyre Vakfı’nın katkılarıyla yapılmaktadır. Kazılarda gün yüzüne çıkarılan Sebasteion Tapınağı’na ait rölyefler ise mimar Cengiz Bektaş tarafından tasarlanan ek müzede sergilenmektedir.



Şekil 3. Sebasteion Tapınağı.

(*Aphrodisias*, 2024).

Aphrodisias Antik Kenti’nde ilk kazılar 1904 yılında Osman Hamdi Bey’in talimatıyla Fransız mühendis Gaudin tarafından gerçekleşmiştir. 6 hafta süren bu kazı çalışmalarının ardından Gaudin 1905 yılında tekrar çalışmalara devam etmiştir. Ortaya çıkarılan eserler Osmanlı İmparatorluk müzesine (Müze-i Hümayun) gönderilmiştir. 1937 yılında İtalyan arkeolog Jacopi tarafından yeniden kazılara başlanmış fakat bu kazı çalışmaları da uluslararası sorunlar nedeniyle yarıda kalmıştır. 1958 yılında ise yolunu şaşırıp bölgede kaybolan ünlü fotoğrafçı Ara Güler tarafından antik kent yeniden keşfedilmiştir. Ara Güler, yolunu kaybettiği sırada tesadüfen Geyre köyünün kahvesine

ulaşmış, kahvede kullanılan masaların antik taşlar olduğu görünce buradan oldukça etkilenmiş ve ertesi gün bu bölgenin fotoğraflarını çekmiştir. Fotoğraflar uluslararası dergilerde yayınlanmış ve Prof. Dr. Kenan Erim'in bu fotoğrafları görmesiyle Aphrodisias'ın kaderi değişmiştir. Böylelikle Aphrodisias kazıları 1961 senesinde New York Üniversitesi Klasik Diller ve Edebiyat Bölümü'nde görev alan Prof. Dr. Erim önderliğinde başlamıştır. "Erim ilk olarak kentin yeniden ölçülme işini üstlenmiş, ardından kentin çeşitli noktalarında kazı ve restorasyon çalışmaları gerçekleştirmiştir" (Yılmaz, 2012: 22). Erim, 4 Kasım 1990 yılında hayata veda etmiştir. Erim, Aphrodisias'ı ilk gördüğü andan son nefesine kadar hayatını Aphrodisias kazı çalışmalarına adamıştır ve mezarı da Aphrodisias Antik Kenti'nin içerisinde bulunmaktadır.

Antik kentin kazıları Erim'in ölümünün ardından, Oxford Üniversitesi Lincoln Kürsüsünde Klasik Arkeoloji ve Sanat Profesörü, New York Üniversitesi Aphrodisias Kazı Başkanı olan Roland Ralph Redfern Bert Smith'in öncülüğünde devam etmektedir. UNESCO'nun Dünya Kültür Miras listesine 1987 yılında giren Aphrodisias, 2004'de en iyi on antik kent listesine girmiştir. ("Aphrodisias", 2024).

Aphrodisias Antik Kenti ve Sebasteion Tapınağı Rölyeflerinin Siyasal, Sosyal ve Ekonomik Açıdan Önemi

Aphrodisias, özellikle Julius-Claudius hanedanından (Augustus, Tiberius, Caligula, Claudius ve Nero) gelen imparatorlar için önemli bir kült merkezi olmasının yanı sıra kentteki heykel okulunun varlığı, Aphrodisias'ı dönemin sanat merkezlerinden biri haline de getirmiştir. Aphrodisias'a imparatorluk tarafından tanınan imtiyazlar halkın refah ve bolluk içerisinde yaşamasını sağlamıştır. Bu imtiyazlar doğrultusunda halk, özgür kılınmış ve vergilerden muaf tutulmuş, kentten asker, silah ve gemi talep edilmemiş, Afrodit Tapınağı ise kutsal alan olarak belirlenerek dokunulmazlığı ilan edilmiştir. Aphrodisias Antik Kenti ve özellikle Sebasteion Tapınağı'nda bulunan rölyefler, Roma İmparatorluğu döneminde önemli siyasal, sosyal ve ekonomik roller üstlenmiştir.

Siyasal açıdan bakıldığında, Aphrodisias Kenti ve Sebasteion Tapınağı'nda bulunan rölyefler imparatorluk propagandasının ideolojik yansımasını oluşturmaktadır. Özellikle Sebasteion Tapınağı'ndaki rölyefler, imparatorluk propagandasının önemli bir parçası olarak kullanılmıştır. Rölyefler, imparatorların tanrısal niteliklerini ve imparatorluğun

gücünü vurgulayarak, halk arasında imparatorluğa olan bağlılığı arttırmış ve imparatorun meşruiyetini sağlamlaştırmıştır. Julius-Claudius hanedanı imparatorları onuruna yapılan rölyefler kent ve Roma İmparatorluğu arasındaki ilişkileri de düzenlemiştir. Her yeni imparator başa geçtiğinde kent meclisi toplanmış ve Roma Senatosu'na bir delege göndererek kazanılmış hakların ve sıkı ilişkilerin devamı sağlanmıştır (Smith vd., 2022: 27).

Sosyal açıdan bakıldığında, Aphrodisias Antik Kenti ve özellikle Sebasteion Tapınağı toplumsal kimlik ve kültürel ifade açısından da önemlidir. Aphrodisias Antik Kenti, bölgedeki halkın sosyal kimliğini ve kültürel ifadesini güçlendirmiştir. Roma'nın koruması altında bulunan bu kentteki yurttaşlar, huzurlu bir yaşam sürmüş ve kendilerini heykel sanatına adamışlardır. "Kazandıkları bu huzurlu ortam sayesinde sanatçılar kendilerini geliştirme fırsatı bulmuş ve önemli eserler ortaya koymaya başlamışlardır" (Yılmaz, 2012: 25). Kent civarında, Babadağ'ın (Salbakos) eteklerinde bulunan mermer ocakları, heykel okulunun hammadde ihtiyacını karşılarken konum olarak şehrin yakınında bulunmasıyla da sürekli bir eğitimin ve üretimin gerçekleşmesine olanak sağlamıştır. "Kentteki yapıların çoğunun mermer olması ve burada bulunan heykel okulunun mermerden ürettiği eserler, sanatçıların ve ustaların mermere kolaylıkla ulaşabildiğini gösterir" (Yılmaz, 2012: 36). Ayrıca antik kentteki Sebasteion Tapınağı tamamen mermerden inşa edilmiştir.

Mermere kolaylıkla ulaşabilen heykeltıraşlar, eğitim ve üretimin kesintisiz devam etmesiyle yeteneklerini geliştirmiş ve heykel okulu bir ekol haline gelmiştir. Sebasteion Tapınağı'ndaki rölyefler, halka Roma mitolojisi, tarih ve ideolojisi hakkında bilgi vererek, Roma kültürünün benimsenmesini teşvik etmiş ve halkın eğitim ve kültürel gelişimine de katkı sağlamıştır. Aynı zamanda Sebasteion Tapınağı'ndaki dini ve mitolojik temalar, halkın ortak bir kültürel kimlik oluşturmasına yardımcı olmuş ve toplumsal katılımı da teşvik etmiştir.

Heykeltıraşların bu başarısı başka şehirlerde ve ülkelerde duyulmaya başlanmış ve böylelikle Aphrodisias heykel okulu ihracata başlamıştır. Sulak ve düz bir arazide konumlanan Aphrodisias halkı, geçimlerini sağlamak amacıyla zeytin, üzüm ve şarap gibi ürünler üretse de en büyük ekonomik kaynaklarını heykel okulundan ihraç edilen eserler oluşturmaktadır. Heykel okulunun ve heykeltıraşların ünlenmesinde Aphrodisias ile Roma arasında olumlu ilişkilerin büyük rol oynadığı söylenmektedir. Heykel okulunun eserleri özellikle Roma'da ve Akdeniz bölgelerinde yoğun ilgi görmüştür. Heykeltıraşlar sipariş üzerine heykeller, rölyefler, ev dekorları ve lahitler gibi birçok eser ortaya koymuşlardır.

Aphrodisias heykel okulu, büyük başarılarıyla tüm Roma'da adından söz ettirmiş ve dönemin en önemli heykel ve sanat merkezi haline gelerek turistik merkez haline gelmiştir.

Antik kentin ve Sebasteion Tapınağı'nın çekiciliği, bölgedeki ticaretin ve turizmin canlanmasına katkıda bulunmuş ve ekonomik büyümeyi teşvik etmiştir. Ayrıca Sebasteion Tapınağı gibi büyük yapıların inşası, bölgedeki ekonomik canlanmayı ve zanaatkarların iş bulmasını sağlamıştır. Bu tür büyük projeler, taş işçiliği, heykeltraşlık ve diğer sanat dallarında uzmanlaşmış iş gücünün istihdam edilmesine olanak tanımıştır. Aphrodisias Antik Kenti ve Sebasteion Tapınağı, bölgeye turist ve ziyaretçi çekerek ticari faaliyetleri teşvik etmiştir. Bu, bölgedeki esnafın ve tüccarların gelirini artırmış ve ekonomik büyümeyi teşvik etmiştir. Aphrodisias Antik Kenti ve Sebasteion Tapınağı'ndaki rölyefler, imparatorluğun ideolojisini ve gücünü halka ileterek, imparatorluğun farklı bölgelerindeki yönetimini ve kültürel kimliğini güçlendirmiştir. Aynı zamanda, ekonomik kalkınmayı teşvik etmiş ve bölgedeki ticari faaliyetleri canlandırmıştır. Diğer yandan hem heykel ekolünün bulunması hem de Anadolu'da gittikçe yaygınlaşan Afrodit kültünün varlığı, Aphrodisias'ı cazibe merkezlerinden biri haline getirmiş ve pek çok ziyaretçinin kente akın etmesine neden olmuştur.

Kentteki epigrafik buluntulara göre Afrodit, 'Prometor' yani 'İlk Ana' ismiyle bilinmektedir. Aynı zamanda imparatorlara da 'Theogenes' yani 'Tanrı soyundan gelen' sıfatlarının verilmesi, imparatorların tanrıların çocukları, tanrıların yeryüzündeki temsilcileri olarak betimlenmesinin göstergesidir. Kentte Afrodit kültünün yüceltilmesi ve dolayısıyla tanrıçanın soyundan gelen Julius-Claudius hanedanına bağlılığın gösterilmesi Aphrodisias'ın gelişip büyümesindeki temel nedendir. Durna'ya göre:

> Diğer bir deyişle Venüs'e bağlılık, siyasetin aracı olmuştur. Doğuya yönelik yayılmacı bir politika izleyen ve Anadolu'yu kendilerine önemli bir üs olarak hedefleyen Roma imparatorlarının önce kent tanrıçasına yönelmeleri, hatta kutsal bir soy iddiasıyla bu tanrısal güce oldukça yakın durmaları doğaldır. Soylarını tanrıçaya dayandıran Iulius sülalesi üyeleri ve onların siyasi alandaki mirasçıları olan imparatorların tanrıça Venüs'e Prometor kimliğiyle yükledikleri rol, Roma'ya kendisine sadık müttefik bir toplum, kutsallığına sığındığı sağlam bir zemin yaratırken, Aphrodisias'a da siyasal, sosyal ve ekonomik alanda diğer Anadolu kentlerinin sahip olamayacağı kadar çıkar ve haklar sağlamış; Roma çağı dünyasında azımsanamayacak bir önem kazandırmıştır" (2004: 53).

Aphrodisias'ta Afrodit kültü büyük bir öneme sahip olsa da bunun yanı sıra Zeus, Dionysos ve Victoria gibi tanrı ve tanrıçaların kültünün varlığına Sebasteion Tapınağı'nda rastlamak mümkündür. Julius-Claudius hanedanının üyelerini ve Ana tanrıçayı (Afrodit)

onurlandırmak adına Aphrodisiaslılar tarafından yapılan Sebasteion Tapınağı'nda betimlenen tanrı ve tanrıçalar bağlayıcı birer unsur niteliğinde sergilenmektedir. Yani bu tanrı ve tanrıçalar sadece birer kült olarak tapınmanın yanı sıra, imparatorun hakimiyet alanının kapsayıcılığını betimlemek adına da Sebasteion'a yerleştirilmiştir. Böylelikle bu rölyefler aracılığıyla imparatorların tanrısallaştırılması (Apotheosis) gerçekleştirilmiştir. Doğan'a göre:

> Üçüncü kat kabartmalarının siyasal propaganda hedefli betimi, kutsal alanın kimliğine uygun olarak dinsel imgelerle de desteklenerek Afrodisyas yontu ekolünün başarısı ortaya konmuştur. İmparatorluğun fetihleri, hâkimiyet altına alınan halklar, kazanılan zaferler ve daha birçok simgeselleştirilmiş propaganda görüntüsünde imparatorlar Augustus, Claudius ve Nero, Olymposlu tanrıları çağrıştıracak poz ya da atribüler eşliğinde betimlenmiştir" (2017: 66).

Bu betimlemeler eşliğinde imparatorların sahip olduğu tanrısal güç gözler önüne serilmekte ve imparatorun sonsuz hakimiyeti pekiştirilmektedir. Bu örnekler dahilinde 'Aphrodisias Sebasteion Tapınağı' propaganda kavramı açısından büyük öneme sahiptir. Bu çalışmada, Sebasteion Tapınağı'nda bulunan rölyefler ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisinden yararlanarak incelenecek ve mitolojik ve alegorik ögelerle desteklenen siyasi propaganda yöntemleri ortaya koyulmaya çalışılacaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ARAŞTIRMA YÖNTEMİ/MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve sınırlılıkları ele alınacak, araştırma yöntemi ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Propaganda, ilk bakışta siyaset bilimi ve iletişim bilimlerini ilgilendiren bir kavram olarak algılanmakta ayrıca modern ulus devletler ve kitle iletişim araçlarıyla özdeşleştirilmektedir. Bu yaygın bakış açısına karşın propagandanın izlerine Antik çağlardaki imparatorluklarda rastlamak mümkün olduğu gibi iletişim araçları dışında sanatsal faaliyetlerde de karşılaşılmaktadır.

Propaganda ve sanat ilişkisi olarak tanımlanan bu olgunun en önemli örneklerine; Roma İmparatorluğu'nda altın çağını yaşayan Aphrodisias Antik Kenti'ndeki Sebasteion Tapınağı'nın dış cephesini süsleyen rölyeflerde rastlanmaktadır. Bu bağlamda çalışmada; Sebasteion Tapınağı'ndaki rölyeflerin propaganda bağlamında nasıl bir görsel dilden faydalanılarak oluşturuldukları incelenerek, ulus devletler ve modern kitle iletişim araçlarıyla özdeşleşen propagandanın Roma İmparatorluğu Dönemi'ndeki arketiplerinin ortaya koyulması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda sanat eserlerinin propaganda amacı doğrultusunda nasıl kullanıldığını ve bu bağlamda sanat ve propaganda ilişkinin nasıl şekillendiği açıklanmaktır. Aphrodisias Antik Kenti Sebasteion Tapınağı'ndaki rölyefleri üzerinden bu ilişkiyi anlamak, antik dönemde sanatın siyasi ve ideolojik iletişim aracı olarak nasıl işlev gördüğünü ortaya koyulması amaçlamaktadır.

Tezin bir başka önemli amacı, Sebasteion Tapınağı'ndaki rölyeflerin Roma İmparatorluğu dönemindeki kültürel ve politik ortam içindeki rolünü anlamaktır. Bu bağlamda, rölyeflerin imparatorluk propaganda stratejilerine, dini inançlara ve toplumsal yapıya olan katkılarını değerlendirmek önemlidir. Böylelikle bu çalışma; Aphrodisias Antik Kenti ve Sebasteion Tapınağı'ndaki rölyefler aracılığıyla Roma İmparatorluğu dönemindeki kültürel ve politik ortamı derinlemesine anlamamıza yardımcı olmayı hedeflemektedir. Bu çalışma, imparatorluk propaganda stratejilerini, dini inançları ve toplumsal yapıyı anlamak için zengin bir kaynak sunmaktadır.

Tezin amacı aynı zamanda, sanat eserlerinin ideolojik ve politik amaçlar doğrultusunda nasıl şekillendiğini ve izleyici üzerinde nasıl etkiler yarattığını anlamak için yeni bir perspektif sunmaktır. Bu perspektif, antik dönem sanatının modern propagandaya olan benzerlikleri ve farklılıkları tartışmaya açmaktadır.

Tez çalışmasının "Giriş" kısmında detaylı bir şekilde anlatıldığı üzere ilgili konu bağlamında yapılan literatür taraması sonucunda iletişim bilimleri alanında literatür eksikliği tespit edilmiştir. Sebasteion Tapınağı rölyefleri üzerine yapılan İkonografik ve İkonolojik Sanat Eleştirisi yöntemi kullanılarak sanat eserlerinin sembollerini ve görsel dilini analiz edilmesi, mevcut literatürdeki araştırma boşluklarını doldurarak yeni bilgi ve anlayışlar sunmasını sağlamakta ve bu alandaki metodolojik yaklaşımlara yeni bir perspektif getirmeyi hedeflemektedir. Bu şekilde, antik sanat ve propaganda ilişkisi üzerine yapılan akademik çalışmalara katkıda bulunulması hedeflenir. Böylelikle iletişim bilimleri alanında literatüre katkı sağlaması açısından bu tez çalışması önem arz etmektedir.

3.2. Araştırmanın Problemi

Bu çalışmada, sanat ve propaganda arasında nasıl bir ilişki bulunduğu, tarihsel süreç içerisinde sanat ve propaganda ilişkisinin nasıl geliştiği, egemen kesimin hangi yollarda bu ilişkiden yararlandığı soruları irdelenmektedir. Aynı zamanda sanat ve propaganda ilişkisinin arketiplerinden birini oluşturan Roma İmparatorluğu dönemindeki propaganda faaliyetleri incelenmekte ve sanat eserleri ile nasıl bir propaganda uygulaması gerçekleştirdikleri soruları üzerinden Aphrodisias Antik Kenti Sebasteion Tapınağı'nda bulunan rölyeflerin çözümlenmesi hedeflenmektedir. Bu sorunsal neticesinde çalışmada, sanat yapıtının antik dönemlerde propaganda aracı olarak kullanılıp kullanılamadığı dönemin sosyal, kültürel ve siyasi niteliklerini yansıtıp yansıtmadıkları tartışılmaktadır.

Sonuç olarak Sebasteion Tapınağı'nda bulunan ve propaganda niteliği taşıyan 17 rölyef ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisi yönteminden faydalanılarak analiz edilerek bu rölyeflerin propaganda bağlamında nasıl bir görsel dil oluşturdukları sorusuna cevap bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamında incelenen Aphrodisias Antik Kenti Sebasteion Tapınağı'nda bulunan rölyeflerin literatür taraması kapsamında arkeoloji bilimleri açısından incelendiği tespit edilmiştir.

Arkeolojik ve sanatsal değerlerinin yanı sıra bu rölyefler barındırdıkları propaganda mesajları neticesinde iletişim bilimleri açısından da büyük önem taşımaktadır. Literatürde bu rölyeflerin iletişim bilimleri açısından derinlemesine incelenmedikleri tespit edilmiş ve bu bağlamda bu çalışma literatürdeki boşluğu doldurmak hedeflenmektedir.

3.3. Araştırmanın Analiz Yöntemi

Bu tez çalışmasında Aydın'ın Karacasu ilçesindeki Aphrodisias Antik Kenti'nde bulunan Sebasteion Tapınağı'na ait ve propaganda niteliği taşıdığı tespit edilen 17 adet rölyef, niteliksel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan ve sanat yapıtının çözümlenmesine yönelik ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisi yönteminden faydalanılacaktır. Bu yöntem sanat tarihçisi Erwin Panofsky (1892-1968) tarafından geliştirilmiştir.

3.3.1. İkonografik ve İkonolojik Sanat Eleştirisi Yöntemi

Panofsky, bu yöntemi geliştirirken sanat tarihinin temel kavramlarını ortaya koyan ve bilimsel bir disiplin olmasını sağlayan Heinrich Wölfflin'in sanat yapıtını biçimsel olarak incelemeye dayalı analiz yöntemi olan ikonografiden yola çıkmaktadır. İkonografi, "Dinsel içerikli sanat yapıtlarında betimlenen dinsel olay ya da kişiyle ilgili tipleşmiş, hatta, bir ölçüde standartlaşmış biçim düzenleri veya kalıplarını inceleyen bilimsel disiplin" (Sözen ve Tanyeli, 2001: 112) olarak tanımlanmaktadır. Sanat tarihinin bir kolunu oluşturan ikonografi, sanat yapıtının sadece biçimsel öğelerine odaklanıp çözümlenme aşamasında onun 'ne' olduğunu sorgulamak için kullanılan bir yöntemdir. "Yapıtın biçim (form) çözümlemesini daha çok Rönesans ve Barok biçeme dayandıran Wölfflin, çizgisel-gölgesel, yüzey-derinlik, açık form-kapalı form, çokluk-birlik/bütünlük belirlilik-belirsizlik ilkelerinden hareketle, biçimsel olandan yola çıkılarak nesnel ölçütler elde etmek istemiştir" (Şahin ve Özkeş, 2022: 43). Buna karşın Panofsky, ikonografinin yetersiz bir analiz yöntemi olduğunu varsayarak 20. yüzyılın ilk yarısında ikonoloji analiz yöntemini geliştirmiştir.

İkonoloji, sanat yapıtının sadece biçimsel öğeleriyle sınırlı kalmayıp, yapıtın içeriğine odaklanan bir analiz yöntemidir. Bunun için sanat yapıtının biçimsel öğeleri ve konusunun saptanmasının yanında, yapıtın üretildiği dönemin, kültürel ortamı, felsefi

yaklaşımları, toplumsal yapısı, psikolojisi, dinsel yaklaşımları ve ekonomik/politik dengeleri de göz önünde bulundurulmaktadır. İkonolojik analiz yönteminde ise, "Panofsky, sanatın döneminin getirdiklerinden ayrı düşünülemeyeceğini savunur sadece sanat yapıtını Wölfflin'in biçimsel analizine bağlı kalarak anlamaya çalışırsak, sanat yapıtının içeriğini tam olarak anlamayacağımızı dolayısıyla asıl ortaya çıkma gerekçesi olan dünya görüşüne ulaşamayacağımızı vurgular" (Şahin ve Özkeş, 2022: 43). Diğer bir deyişle ikonoloji, sanat yapıtının 'neden' ortaya çıktığını araştırmaktadır. Bununla birlikte ikonolojik analiz yönteminde sanat yapıtı, ön ikonografik inceleme, ikonografik inceleme ve ikonolojik inceleme olmak üzere üç evrede çözümlenmektedir.

Ön İkonografik İnceleme (Doğal Anlam)

Sanat yapıtının ön ikonografik incelenmesi yapıtın, doğal anlamının saptanmasıdır. Sanat yapıtının doğal anlamı, olgusal ve ifadesel anlamın bütünüdür. "Bir resimde gördüğümüz biçimleri, tanıdığımız kimi nesnelere benzetmekle; bu biçimler arasındaki ilişkileri belirtmekle, yani biçimlerin hangi hareketler içinde olduklarını saptamakla elde ettiğimiz anlam, olgusal anlamdır" (Cömert, 2019: 8). Bu evrede olgusal anlam saptandıktan sonra ifadesel anlamın belirlenmesine geçilmektedir.

İfadesel anlamda, benzetimi yapılan nesnelerin, hangi hareket ve ilişkiler içerisinde olduğu saptanmaktadır. Böylelikle biçimlerin ifadesel nitelikleri ortaya çıkmaktadır. Bu evreden sonra ikonografik incelemeye geçilmektedir.

İkonografik İnceleme (Uzlaşmacı Anlam)

Sanat yapıtının ikonografik incelenmesi uzlaşımsal (anlaşmalı) anlamının ya da diğer bir değişle konusunun saptanmasıdır. Sanatsal motiflerin ve bu motiflerin bileşenlerinin temalar veya kavramlarla birleştirilmesi sonucu uzlaşımsal anlama ulaşılmaktadır. "İkincil anlamların taşıyıcıları olarak anlaşılan motiflere imgeler denilebilir. İmgelerin bileşimi de bizi hikayelere ve alegorilere götürür" (Şahin ve Özkeş, 2022: 43). Uzlaşımsal anlam, sanatçının eserinde kodladığı ve bilinçli olarak uyguladığı işaret sistemidir. Bu evreden sonra ikonolojik inceleme yapılmaktadır.

İkonolojik İnceleme (İçerik Anlamı)

İkonolojik inceleme, sanat yapıtının içsel anlamının ya da diğer bir değişle içeriğinin saptanmasıdır. Bu anlam sanat yapıtının, üretildiği dönemle olan ilişkisinin saptanmasıyla tanımlanmaktadır. Bu bağlamda dönemi oluşturan kültürel, dinsel, ekonomik, politik, felsefi yapıların temel tutumlarının saptanması gerekmektedir. Bu ilkeler hem kompozisyon yöntemleri hem de ikonografik anlamlarla açığa çıkarılmaktadır. (Panofsky, 2012: 29). Diğer bir değişle ikonolojik incelemeyle sanat yapıtının içsel anlamı ortaya çıkmaktadır.

3.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada Aphrodisias Antik Kenti'ndeki Sebasteion Tapınağı'nın dış yüzeyini süsleyen ve günümüze ulaşmış 80 rölyef bulunmaktadır. Bu rölyefler temalarına göre sınıflandırıldıklarında; mitolojiye dair alegoriler, tanrı ve tanrıçalar, kahramanlar ve kahramanlık öyküleri ayrıca Roma Halklarının tasvirleri olmak üzere 4 gruptan oluşmaktadır.

Araştırma sonucunda bu temalar içerisinden propaganda niteliğine sahip ayrıca sanat ve propaganda ilişkisi içerisinde görsel dili oluşturan özellikleri belirler nitelikte 17 rölyef saptanmıştır. Böylelikle bu çalışmada Aphrodisias Antik Kenti'ndeki Sebasteion Tapınağı'nın dış yüzeyini süsleyen ve propaganda niteliği taşıyan 17 rölyef incelenmektedir. Bu bağlamda 'Claudius ve Britanya', 'Victoria', 'Nero ve Ermenistan', 'Tiberius ve Esir', 'Nero ve Esir', 'Roma ve Ge', 'Silahlı Roma', 'Claudius ve Agrippina', 'İmparator ve Roma Halkı', 'Karaların ve Denizlerin Efendisi Claudius', 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens', 'Augustus ve Victoria', 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens 2', 'Leda ve Kuğu', 'Ankhises ve Afrodit', 'Aeneas'ın Troya'dan Kaçışı', 'Aeneas'ın İtalya'ya Varışı' adlı rölyefler ikonografi ve ikonoloji sanat eleştirisi yönteminden faydalanılarak çözümlenmektedir.

3.5. Araştırmanın Hipotezleri

Sebasteion Tapınağı rölyefleri, antik Roma İmparatorluğu'nun ideolojik ve politik mesajlarını iletmek için özenle tasarlanmış alegori ve semboller üzerinden görsel bir dil

oluşturulacak şekilde imparatorluğun propagandasına hizmet etmiştir. Bu sanat eserleri, imparatorluk gücünün ve otoritenin legitimasyonunu pekiştirmek amacıyla imparatorların tanrısal niteliklerle betimlenmesi ve imparatorluk politikalarının görsel olarak vurgulanması yoluyla etkili bir iletişim aracı olarak işlev görmektedir. Bu bağlamda çalışmada, rölyeflerin içerdiği semboller, figürler ve görsel dilin, imparatorluk propagandasının anahtar unsurlarını nasıl ilettiğini ve izleyici üzerinde nasıl bir etki yarattığının sorusuna yanıt aranacaktır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu çalışmada, Aphrodisias Antik Kenti Sebasteion Tapınağı'nda bulunan ve propaganda niteliği taşıyan 17 rölyef incelenmiştir. Bunlar, 'Claudius ve Britanya', 'Victoria', 'Nero ve Ermenistan', 'Tiberius ve Esir', 'Nero ve Esir', 'Roma ve Ge', 'Silahlı Roma', 'Claudius ve Agrippina', 'İmparator ve Roma Halkı', 'Karaların ve Denizlerin Efendisi Claudius', 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens', 'Augustus ve Victoria', 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens 2', 'Leda ve Kuğu', 'Ankhises ve Afrodit', 'Aeneas'ın Troya'dan Kaçışı', 'Aeneas'ın İtalya'ya Varışı' adlı rölyeflerdir.

4.1. İmparatorlar ve Zaferleri

Bu üçleme; 'Claudius ve Britanya' (Şekil 4), 'Victoria' (Şekil 5), 'Nero ve Ermenistan' (Şekil 6) rölyeflerinden oluşmaktadır. Bu rölyefler, Victoria merkezde olacak şekilde sıralanmıştır. Victoria'nın merkezde konumlanmasının nedeni, imparatorların zaferlerinin sembolik anlatımından kaynaklanmasıdır. Bu gruplandırma, Claudius ve Britanya ve Nero ve Ermenistan rölyeflerinin biçim ve konu olarak benzerliklerinden dolayı beraber incelenmiştir. Victoria ise bu iki rölyefin bağlayıcı unsurudur. Böylelikle ilk önce Şekil 5 incelenmektedir.



Şekil 4. ‘Claudius ve Britanya’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).



Şekil 5. ‘Victoria’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).



Şekil 6. ‘Nero ve Ermenistan’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

4.1.1. İmparatorların Zaferleri Üçlemesi

Şekil 5, doğal anlam açısından incelendiğinde; rölyefin ortasında elbisesinin etekleri ve pelerini uçuşan kanatlı bir kadın görülmektedir. Kanatlı kadın omzunda bir kupa taşımaktadır.

Uzlaşmacı anlama göre, kanatlı kadın zafer tanrıçası Victoria’dır. Victoria, “Genellikle kanatlı olarak, defneden bir taç ve bir palmiye dalıyla, hızla uçan bir kız biçiminde tasvir edilir” (Cömert, 2019: 56). Victoria’nın omzunda taşıdığı kupa ise askeri bir zafer kupasıdır.

İçerik bakımından incelendiğinde, Victoria, sağında ve solunda bulunan imparatorların fetih rölyeflerini desteklemektedir. İmparatorların zafer propagandası amacıyla en çok kullandığı tasvir olan Victoria; iyi şansı, zaferi imparatorlara bahşetmektedir. Böylelikle imparatorların zaferlerinin tanrısal kudreti, Victoria ile pekiştirilmektedir. Victoria, sırtındaki askeri kupayı adeta imparatorlara sunmak üzere taşımaktadır.

Doğal anlam açısından Şekil 4 incelendiğinde, başında şapkası, üzerinde yalnızca pelerini ve kılıç askısı bulunan çıplak bir erkek görülmektedir. Bu erkek yarı çıplak bir kadını saçlarından tutarak yere yatırmıştır. Yarı çıplak kadın, acı içinde bakmaktadır. Çıplak erkek, kadına vurmaya hazırlanıyor gibi görünmektedir.

Doğal anlam açısından Şekil 6 incelendiğinde, başı günümüzde tahrip olmuş çıplak bir erkek görülmektedir. Çıplak erkeğin omuzlarında pelerin ve göğsünde kılıç askısı bulunmaktadır. Çıplak erkeğin önünde başı eğik, yere düşmüş çıplak bir kadın bulunmaktadır. Bu kadının başında bir şapka ve boynunda bir pelerin vardır. Çıplak erkeğin ve çıplak kadının solunda, yerde kadına ait olması muhtemel bir yay ve ok kılıfı bulunmaktadır.

Uzlaşmacı anlama göre, Şekil 4'te bulunan İmparator Claudius'tur. Yarı çıplak, tek göğsü amazon kadınları gibi açıkta olan kadın ise epigrafik buluntulara göre Britanya'dır ve bu kadın figürü Büyük Britanya'nın personifikasyonudur. Bu rölyef, Claudius'un Büyük Britanya'yı fethini konu almaktadır.

Uzlaşmacı anlama göre, Şekil 6'da bulunan çıplak adam İmparator Nero'dur. Çıplak tasvir edilen kadın ise Ermenistan'ın personifikasyonudur. Bu rölyef, Nero'nun Ermenistan'ı fethini konu almaktadır.

İçerik bakımından Şekil 4 incelendiğinde Claudius'un yaşamı önem taşımaktadır. "Claudius bütün çocukluğu ve gençliği boyunca zihnen ve bedenen önüne geçemediği bir durgunluğun ızdırabını çekmişti ve hatta yaşı ilerlediğinde dahi herhangi bir özel veya genel bir işe uygun duruma ulaşamamıştı" (Akşit, 2011: 132). Claudius, bir takım fiziksel bozukluklarla dünyaya gelmesine karşın zihinsel bir engeli bulunmamaktadır. Buna rağmen imparatorluk ailesi için bir utanç kaynağı olarak görülmekte ve özellikle annesi Antonia Minor tarafından kötü muamelelere maruz kalmıştır. Claudius, çocukluğundan beri köleler ve çevresindeki kadınlar tarafından yönlendirilmekteydi. Claudius, tahta geçtikten sonra da kadınlar ve azatlı köleleri tarafından yönlendirilmeye devam edilmiştir. Bütün bu zorlu hayatın sonrasında Claudius tahta geçip kendini kanıtlama fırsatı bulmuştur. Bunun neticesinde Claudius, Büyük Britanya'yı çok kısa bir sürede ve büyük bir başarıyla fethetmiştir. İmparatorluk için uygun görülmeyen Claudius, büyük bir zaferle Roma'ya dönmüş ve halkın sevgilisi haline gelmiştir. Böylelikle bu rölyef, Claudius'un zafer propagandasını temsil etmektedir. Claudius'un bu büyük zaferi, ona hayatı boyunca olmak

istediği kişiliği bahşetmiştir. Claudius artık acınacak birisi değil, yüce bir imparator olmuştur. Böylelikle 'Tanrı Claudius kültü' ortaya çıkmıştır.

İçerik bakımından Şekil 4 incelendiğinde ise, Claudius'tan sonra tahta çıkan Nero, Claudius'un eşi Agrippina'nın oğludur. Claudius, Nero'yu öz oğlu olmamasına rağmen evlat edinmiştir ve böylelikle Julius-Claudius hanedanının son imparatoru Nero olmuştur. Claudius'un hayatındaki yönetici kadınlardan biri olan eşi Agrippina, aynı baskıyı oğlu Nero'nun üzerinde de kurmuştur. "Agrippina, Nero'nun saltanatının başlarında oğlunun özel yaşamını kontrol ettiği gibi devlet işlerini yönetmiş, eşsiz bir güce ve kontrole sahip olmuştu" (Akyüz ve Üreten, 2024: 51). Sürekli baskı altında olan Nero, M.S. 59 yılında annesi Agrippina'yı öldürtmüştür. Her hareketi annesi tarafından kontrol edilen Nero, sonunda özgürlüğüne kavuşmuştur. Böylelikle, en nihayetinde kendi hür iradesiyle kararlar vermeye başlamıştır. Bu kararlar doğrultusunda Nero gözünü doğuya dikmiştir. "İ.S. 54 – İ.S. 68 yılları arasında imparator olan Nero döneminde Armenia Krallığı'nın hâkimiyeti üzerinde Parth'lar ile savaşlar yapılmış ve İS 66 yılında yapılan antlaşma ile Armenia Krallığı üzerinde Roma hâkimiyeti tekrar başlamıştır" (Kalaycı, 2024: 241). Annesinin baskısından kurtulan ve Roma'yı kendi istediği gibi yönetmeye başlayan Nero için bu durum adeta çifte zaferdir. Böylelikle Nero'nun Ermenistan'ı fethi, bir zafer propagandası olarak kullanılmıştır. 'Claudius ve Britanya' ve 'Nero ve Ermenistan' rölyeflerindeki Britanya ve Ermenistan personifikasyonları ise doğu ve batıyı kadın bedeni üzerinden sembolize etmektedir. Britanya batıyı temsil ederken Ermenistan ise doğuyu temsil etmektedir. Ilgım'a göre; Ermenistan, doğuya özgü yumuşak bir başlık giymektedir. Britanya ise, kendisine örnek oluşturan amazon savaşçıları gibi, tek göğsünü açıkta bırakan bir tunik giymektedir (2022: 48-50).

Kadın bedenlerinin ikisi de yere çökmüş, acı içinde durmaktadırlar. Çıplak olmaları ise imparatorlarda kullanıldığı gibi bir tanrısallaştırmanın aksine küçük düşürmek adına gerçekleştirilmiştir. Her iki rölyefte de maskülen ve eril bir erkeğin ayaklarının dibinde can çekişen kadın figürleri; kadın bedeninin 'aciz' ve 'savunmasız' olduğunu yansıtmaktadır. Ataerkil bir yansıma olarak kadın, 'sömürülen' ve üzerinde 'tahakküm kurulabilen' olarak tasvir edilmiştir. Britanya ve Ermenistan cephesinden bakacak olursak; Claudius ve Nero düşman niteliğindedir ve "Düşman öteki bağlamında ırkçı davranır ve bedeni aşağılık olarak tasavvur eder" (Gürbüz, 2021: 1817). Böylelikle ataerkil düşünce yapısının, 'ana tanrıça kültünün' başatlık gösterdiği topraklarda şekillenmesi ise önemli bir tezatlıktır.

4.2. İmparatorlar ve Esirler

Bu başlık altında çözümlenen ‘Tiberius ve Esir’ ve ‘Nero ve Esir’ rölyefleri biçim ve konu açısından benzerlik gösterdiklerinden dolayı içerik anlamı analizinde birlikte incelenmektedir. İmparatorların zaferlerinin propagandasını yapmak için esirler perspektif açısından küçük tasvir edilmiştir. Bu durum imparatorların yüceliğini göstermektedir.



Şekil 7. ‘Tiberius ve Esir’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).



Şekil 8. ‘Nero ve Esir’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

4.2.1. ‘Tiberius ve Esir’ ve ‘Nero ve Esir’

Doğal anlam açısından Şekil 7 incelendiğinde; oldukça heybetli ve uzun boylu çıplak bir erkek görülmektedir. Bu erkek yalnızca pelerin giymekte ve kılıç askısı takmaktadır. Çıplak erkeğin bir elinde havaya kalkmış mızrak, bir elinde kalkan bulunmaktadır. Çıplak erkeğin solunda, oldukça kısa boylu bir erkek görülmektedir. Bu erkek elleri arkadan bağlı bir pozisyonda durmakta ve pelerin ile dökümlü bir pantolon giymektedir.

Doğal anlam açısından Şekil 8 incelendiğinde; çıplak, kaslı ve heybetli bir erkek görülmektedir. Çıplak erkeğin sırtında bir pelerin vardır ve bu erkek elinde yuvarlak bir obje tutmaktadır. Çıplak erkeğin solunda, dökümlü bir pantolon giyen, çıplak erkeğin yarı boyunda bir erkek durmaktadır. Kısa boylu erkeğin solunda ise bir direk bulunmaktadır.

Uzlaşmacı anlama göre Şekil 7'deki çıplak erkek, İmparator Tiberius'tur. Tiberius, elinde mızrak ve kalkanı ile savaşçı bir imparator olarak tasvir edilmiştir. Tiberius'un solunda ise bir esir bulunmaktadır.

Uzlaşmacı anlama göre Şekil 8'deki çıplak erkek İmparator Nero'dur. Nero, elinde dünya hakimiyetini sembolize eden bir küre tutmaktadır. Rölyefin en solundaki zafer direğini dikmekte olan Nero'nun yanındaki kısa boylu adam ise bir esirdir.

İçerik bakımından incelendiğinde, her iki rölyefte kullanılan sembolik öğeler benzerlik göstermektedir. Her iki imparatorun da zafer propagandası, perspektiften faydalanılarak yapılmaktadır. İmparatorlar, tanrılar gibi yüce bir görünüme sahip bir şekilde tasvir edilirken, esirler ise basit bir ölümlü olarak oldukça küçük tasvir edilmiştir. Böylelikle perspektif açısından bir üstünlük kuran imparatorlar, başka halkları önemsiz kimseler gibi göstererek Roma halkını da yüceltmektedirler. Fetihler veya zaferler esnasında esir düşen kişiler, imparatorun zafer propagandası bağlamında teşhir edilmiş ve Romalılara 'Sizi bu barbarlardan koruyoruz' mesajı da verilmektedir. Tiberius'un elinde bulunan zırh ve kalkan onu savaşçı ve koruyucu bir tanrı/imparator olarak resmederken, "Çıplak bir savaşçı olarak betimlenen Nero, bir elinde dünya hakimiyetinin küresini tutmakta, diğer eliyle de sol taraftaki zafer direğini (trophe) taçlandırmaktadır" (Ilgım, 2022: 72). Roma'da zafer propagandası Tiberius ve Nero rölyeflerinde açıkça görülmektedir.

4.3. İmparatorların Onurlandırılması ve Şehir

Bu başlık altında 'Tanrısallaştırılmış Roma'nın Onurlandırılması' alt başlığında; 'Roma ve Ge' ve 'Silahlı Roma' rölyefleri incelenmektedir. 'İmparatorluğun Halk ve Senato Tarafından Onurlandırılması' alt başlığında ise; 'Claudius ve Agrippina' ve 'İmparator ve Roma Halkı' rölyefleri incelenmektedir.

4.3.1. Tanrılaştırılmış Roma'nın Onurlandırılması

Roma İmparatorluğu'nun personifikasyonu olan Dea Roma; 'Roma ve Ge' ve 'Silahlı Roma' rölyeflerinde tanrısallaştırılmış bir şekilde tasvir edilmekte ve halk tarafından onurlandırılmaktadır.

'Roma ve Ge'

Şekil 9, doğal anlam açısından incelendiğinde, elinde mızrak benzeri bir obje tutan, giyimli ve başında taç bulunan bir kadın görülmektedir. Başka bir kadın, yarı çıplak şekilde yere uzanmış ve meyve dolu bir kabı ayaktaki kadına uzatmaktadır. Meyve kabının üzerinde ise bir bebek figürü bulunmaktadır.



Şekil 9. 'Roma ve Ge'.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

Uzlaşmacı anlama göre, elinde mızrak tutan kadın Tanrıça Roma'dır (Dea Roma). Yere uzanmış yarı çıplak kadın ise Ge yani Toprak Ana'dır. Ge'nin Roma'ya uzattığı meyve dolu kap ise cornucopiadır. Cornucopia, "Çoğunlukla içinden çiçekler ve meyvelerin çıktığı, kıvrık bir keçi boynuzu biçiminde, arkeolojide bereket ve bolluğu temsil eden bezeme motifi

olarak tanımlanmaktadır" (Kaya, 2023: 267). Günümüzde tahrip olmuş durumda olan bebek figürü ise tazeliği sembolize etmektedir.

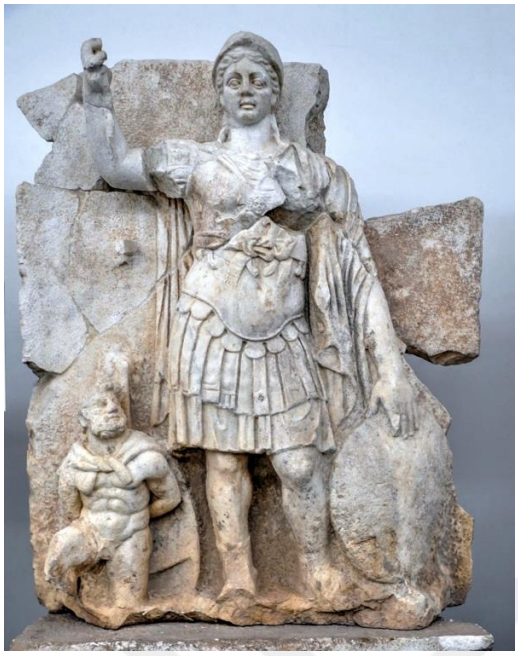
İçerik bakımından incelendiğinde, Dea Roma kültünün izleri açıkça görülmektedir. Dea Roma yani Tanrıça Roma, Roma devletinin personifikasyonudur. Kaplan ve Kara'ya göre;

> "Roma, dünya yüzeyinde topraklarını genişletip, çok geniş sınırlara ulaşmaya başlayınca, bu defa halk, Roma'nın devlet olarak soyut gücünü somutlaştırmak istemiş ve bir "Dea Roma" (Tanrıça Roma) kültü meydana getirmiştir. Roma'nın hâkim olduğu topraklar üzerinde yaşayan halklar, Roma'nın devlet kudretinin somutlaştırıldığı Dea Roma kültü adına tapınaklar, sunaklar ve heykeller yapmışlardır. Bu dönemde Roma, devlet olarak kudretin simgesidir" (2022: 1175).

Ge'nin elinde taşıdığı bolluk ve bereket sembolü ise, Roma'nın Aphrodisias'a tanıdığı birtakım imtiyazları sembolize etmektedir. Roma ve Aphrodisias arasındaki ticari ilişkiler sonucu halkın ve şehrin kalkınması, vergi muafiyeti ve özgür yurttaşlık gibi ayrıcalıklar Aphrodisias'ı Anadolu'nun en özel kentlerinden biri haline getirmiştir. Bu rölyefte görüldüğü üzere, Dea Roma yani Roma devletinin personifikasyonu Aphrodisias'ın topraklarına bolluk bereket sağlamaktadır. Aphrodisias kentinin güvencesi olan Roma adına gerçekleştirilen bu rölyef, onurlandırma barındırmakta ve halk ile devlet arasında karşılıklı bir propaganda niteliği taşımaktadır. Halk, sağladığı bolluk ve bereket için Roma'ya teşekkür etmekte ve onurlandırmakta, Roma da böylelikle halkın sadakatini ve bağlılığını kazanmaktadır.

'Silahlı Roma'

Şekil 10 doğal anlam açısından incelendiğinde, erkeksi hatlara sahip bir kadın görülmektedir. Bu kadının elinde mızrak ve kalkan bulunmaktadır. Aynı zamanda imparatorluk zırhına benzer bir zırh kuşanmış olan bu kadın adeta zafer pozu verir gibi görünmektedir. Rölyefin sol alt köşesinde, kadına korkuyla bakan elleri arkadan bağlı çıplak bir erkek görülmektedir.



Şekil 10. ‘Silahlı Roma’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

Uzlaşmacı anlama göre, bu kadın Dea Roma’dır. Sol altta konumlanan çıplak erkek ise bir esiri temsil etmektedir. Esir, perspektif açısından Dea Roma’nın yanında bariz bir şekilde küçük kalmaktadır.

İçerik açısından incelendiğinde, Dea Roma, erkeksi yapısıyla savaşçı bir tanrıça olarak tasvir edilmiştir. Dea Roma’nın donanımlı ve savaşçı hali, Yunan mitolojisinde Athena adıyla bilinen, stratejik savaş ve bilgelik tanrıçası Minerva tasvirlerine benzerliği dikkat çekmektedir. “Athena, tasvirlerinde genellikle baştan aşağıya silahlıdır. Başında miğfer; sol elinde, ortasında Perseus’un öldürdüğü Medusa’nın başı bulunan bir kalkan; göğsünde yine Medusa başlı bir zırh bulunur” (Cömert, 2019: 28). Zırhın göğsünde bulunan Medusa başı, kötülüklerden korunmak için kullanılan bir tılsımdır. Athena, Minerva ve Dea Roma’nın ortak noktaları; kötülükten korunmak için yine bir kötücül sembol olan Medusa başını tılsım olarak kullanmaları ve askeri mühimmat anlamında donanımlı bir kıyafete sahip olmalarıdır. Bu tılsım, “Roma İmparatorluk Dönemi’nde, imparator ve komutanların göğüs zırhlarında düşmanlara karşı koruyucu ve korkutucu bir unsur olarak kullanılmaya başlamıştır” (Kolancı, 2020: 89). Aynı zamanda Medusa başının koruyucu bir tılsım niyetine mimaride kullanılması da Julius-Claudius hanedanı döneminde başlayan bir uygulamadır.

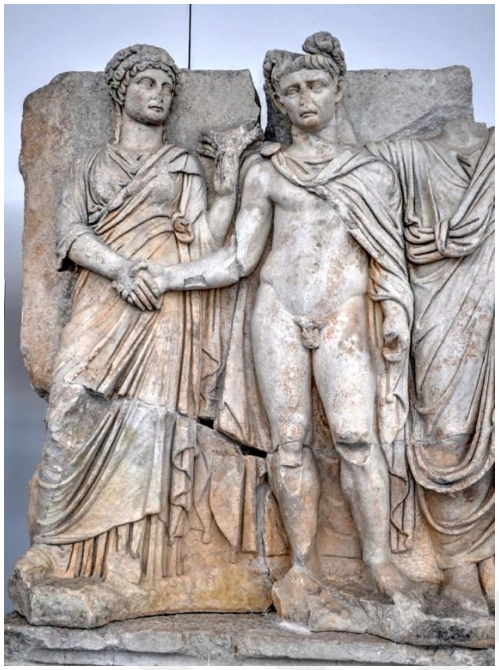
“Julius Claudiuslar Dönemi’nden itibaren başlayan uygulama, bazen boş bırakılan alınlığın merkezinde bazen de sarmal dallı ranke kuşağı bezemesinin merkezine yerleştirilmiş şekilde karşımıza çıkmaktadır” (Kolancı, 2020: 89). Bu bağlamda Dea Roma, tüm heybetiyle Roma halkına ve özellikle rölyefin bulunduğu Aphrodisias’ı koruyan, kollayan bir figür olarak yansıtılmıştır. Perspektif açısından esir, yanında çocuktan hallice bir boyutta kalmaktadır. Bu durum özellikle Sebasteion tapınağındaki rölyeflerin yerden yüksekteki konumu düşünüldüğünde oldukça etkili bir propaganda yöntemidir. Mevcut durumda dahi esir ve Dea Roma arasındaki perspektif oldukça farklı olsa da kafasını kaldırıp Sebasteion tapınağındaki bu rölyeflere bakan halk, yüce bir tasvirle karşılaşmaktadır. Esir, adeta bir nokta gibi betimlenerek değersiz ve basit gösterilmiştir. Dea Roma ise Aphrodisiaslıları korumak için tüm heybetiyle boy göstermektedir. Dea Roma’nın propagandası perspektif açısından yapılmış olsa da tanrıça, Roma devletini temsilen siyasi ve askeri güç olarak kentin yanında olduğunu belirtmektedir. Böylelikle bu rölyefte de ‘Roma ve Ge’de olduğu gibi karşılıklı bir propaganda taktiği kullanılmıştır.

4.3.2. İmparatorluğun Halk ve Senato Tarafından Onurlandırması

‘Claudius ve Agrippina’ ve ‘İmparator ve Roma Halkı’ rölyeflerinde halkın ve senatonun imparatorları onurlandırdığı görülmektedir. Roma İmparatorluğu’nun Aphrodisiaslılara tanıdığı imtiyazlar neticesinde halk, imparatorluğa bağlılıklarını bu rölyefler üzerinden göstermektedir. Böylelikle imparatorluk ve halk arasında karşılıklı bir propaganda gerçekleşmektedir.

‘Claudius ve Agrippina’

Şekil 11 doğal anlam açısından incelendiğinde, yarı çıplak bir erkek rölyefin ortasında durmaktadır. Çıplak erkeğin solunda giyimli bir kadın bulunmaktadır. Çıplak erkek ve giyimli kadın el sıkışmaktadır. Giyimli kadının diğer elinde ise buğday başağı bulunmaktadır. Çıplak erkeğin sağ tarafında ise başı günümüze ulaşamamış bir erkek bulunmaktadır. Bu erkek, çıplak erkeğin başına bir taç yerleştirmektedir.



Şekil 11. ‘Claudius ve Agrippina’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

Uzlaşmacı anlama göre, yarı çıplak, fibula ile tutturulmuş paludamentum giyen adam İmparator Claudius’tur. Kadının stola giydiği görülmektedir, bu kadın Claudius’un eşi Agrippina’dır. Claudius’un sağında konumlanan adam Roma halkının veya Roma senatosunun personifikasyonudur.

İçerik açısından incelendiğinde, imparatorlar, tanrının yeryüzündeki temsilcisi hatta onlar da birer tanrı olarak görülmektedirler. Aynı şekilde imparatorların eşleri ve çocukları da tanrı olarak betimlenmektedir. Tanrısallığın yansıması olarak imparatorlar rölyeflerde çıplak tasvir edilse de kadınların tamamen çıplak tasvir edilmesi pek hoş görülen bir durum değildir. Bu nedenle her ne kadar Agrippina da tanrısallaştırılmış olsa da stola giymiş olarak karşımıza çıkmaktadır. Agrippina’nın tanrısallaştırılması elinde tuttuğu buğday başağından anlaşılmaktadır. “Demeter özellikle buğday tanrıçası olarak bilinmektedir” (Bayladı, 2005: 121). Antik Yunan’da toprağın ve bereketin tanrıçası olan Demeter, Roma mitolojisinde Ceres adıyla bilinmektedir. Agrippina ise imparatorun eşi olarak ana tanrıça konumunda elinden tuttuğu başak ile bereketi sembolize etmektedir. Agrippina, yalnızca bir imparatoriçe değil, aynı zamanda devlet ve siyaset işleriyle de ilgilenen güçlü bir karakterdir. Claudius ile olan evliliğinde belki de imparatorluğun en güçlü ve en korkulan kişisi olan Agrippina, çevresine karşı güven sorunu yaşayan Claudius’u da sıklıkla yönlendirmiştir. Bu nedenle

rölyefte, çiftin el sıkışarak beraberliğini göstermesi de Agrippina'nın baskın karakterinin yansımasıdır. Roma halkının personifikasyonu ise, Roma'nın karakteristik giysisi olan toga giymektedir. Roma halkı, Claudius'u 'corona civica' olarak adlandırılan taç ile onurlandırmaktadır. Abay'a göre;

> Bilindiği kadarı ile ilk olarak İmparator Augustus ile ortaya çıkan ve *corona civica* olarak adlandırılan defne dalından örülmüş çelenkler, genellikle Roma imparatorları tarafından propaganda amacı ile kullanılmıştır. *Corona civica* ikonografik açıdan hem birlikte bulunan kişinin imparator olduğuna işaret etmekte, hem de o imparatorun halkı için ne kadar iyi, hoşgörülü ve yardımsever bir insan olduğunu göstermektedir" (2018: 210).

Böylelikle bu rölyefte Claudius'un Roma halkı tarafından onurlandırılması görülmektedir.

'İmparator ve Roma Halkı'

Şekil 12 doğal anlam açısından incelendiğinde, eli belinde zafer pozu veren çıplak bir erkek rölyefin ortasında görülmektedir. Çıplak erkeğin sağındaki giyimli erkek, çıplak erkeğe bir taç takmaktadır. Çıplak erkeğin solunda ise bir direk bulunmaktadır. Bu direğin altında yere çökmüş bir kadın acı içinde bakmaktadır.



Şekil 12. 'İmparator ve Roma Halkı'.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

Uzlaşmacı anlama göre, çıplak betimlenen erkek bir imparatordur. Giyimli erkek ise toga giyen bir Romalıyı temsil etmektedir, yani Roma halkının personifikasyonudur. Roma halkı, imparatora corona civica takmaktadır. İmparator ise bu arada bir zafer direği dikmektedir. Zafer direğinin altında acıyla bakan kadın bir esirdir.

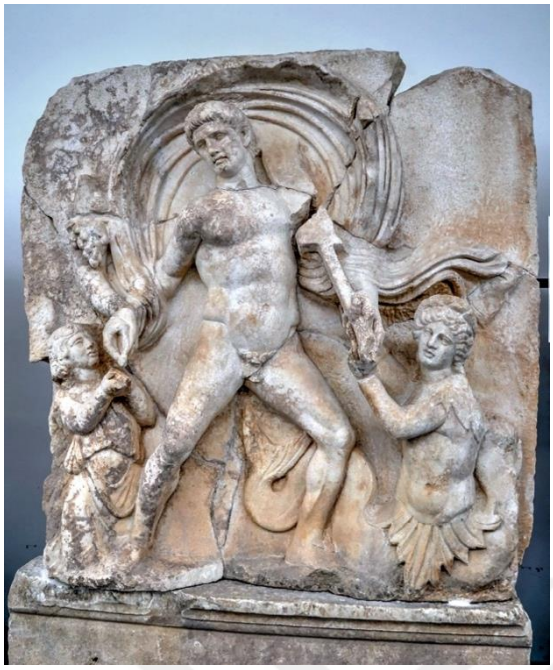
İçerik bakımından incelendiğinde, imparator, bir fetih veya zafer sonrası zafer direğini (trophe) dikerek başarısını yanında getirdiği esir kadın ile göstermektedir. Esir kadın yere çömelmiş ve acı içinde betimlenmiştir. Kadının yere çömelmesi onun teslim olduğunu ve imparatorun zaferi karşısında ezildiğini göstermektedir. Roma halkı ise bu başarı karşısında imparatoru corona civica takarak onurlandırmaktadır. "İmparatora sunulan taç, meşe dalından yapılan corona civica veya vatandaşlık tacıdır ve vatandaşların hayatını kurtaranlara verilmektedir" (Ilgım, 2022: 56). Böylelikle halk, imparatoru bir kurtarıcı olarak görmektedir. Roma'yı düşmanların, barbarların eline düşmekten kurtaran imparator, simgesel olarak halk tarafından onurlandırılmaktadır. Romalı halkın canını ve malını koruyan imparatora bağlılık da bu şekilde ortaya çıkmaktadır. Halkın hayatını canı pahasına koruyan imparator böylelikle halkın gözünde de tanrısallaşmaktadır. Bu propagandalar ile imparator hem kendi hükümranlığını sürdürmekte hem de halkın sadakatini kazanmaktadır.

4.4. İmparatorların Tanrısallaştırılması, Mitolojik Öykülerle Bağdaştırılması (Apotheosis)

Bu başlık altında 'Karaların ve Denizlerin Efendisi Claudius' ve 'Augustus ve Oğulları Üçlemesi' rölyefleri incelenmektedir. Bu rölyeflerde, imparatorların tanrı vasıfları açıkça betimlenerek güç propagandası yapılmaktadır.

4.4.1. 'Karaların ve Denizlerin Efendisi Claudius'

Şekil 13 doğal anlam açısından incelendiğinde, rölyefin ortasında çıplak maskülen bir erkek bulunmaktadır. Çıplak erkeğin pelerini adeta alanı kaplarcasına uçuşmaktadır. Çıplak erkeğin sağında belden aşağısı balık formunda bir kadın bulunmaktadır. Balık formundaki kadın, çıplak erkeğe gemi dümeni uzatmaktadır. Çıplak erkeğin solunda ise, stola giymiş bir kadın bulunmaktadır. Stola giymiş kadın, çıplak erkeğe bir kap içerisinde meyve uzatmaktadır.



Şekil 13. ‘Karaların ve Denizlerin Efendisi Claudius’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

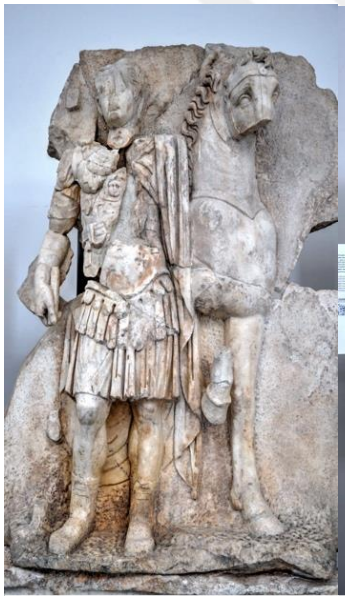
Uzlaşmacı anlama göre, çıplak erkek İmparator Claudius’tur. İmparatorun uçuşan pelerini epifaniyi (tanrıların ölümlülere görünmesi) tasvir etmektedir. Böylelikle bu rölyefte Claudius açıkça bir tanrı olarak betimlenmiştir. Claudius’un sağında bulunan, belden aşağısı balık formlu kadın tritondur. “Belden yukarısı insan vücudu iken, aşağısı balık olan Triton, bir deniz tanrısıdır” (Başaran ve Yıldızlı, 2020: 19). Claudius’un solunda stola giymiş kadın ise yeryüzünü temsil etmektedir. Kadın yeryüzünün bolluğunu ve bereketini ‘bereket boynuzu’ ile Claudius’a sunmaktadır. “Bereket boynuzu, antik dönemde, bereketin, bolluğun, zenginliğin simgesi olarak kullanılmıştır. İlki Latince kelime olan ‘cornu’ (boynuz) ve ‘copia’ (bolluk) birleşiminden oluşmakta ve genellikle içi meyveler, çiçeklerle dolu olarak verilmektedir” (Civelek, 2013: 103).

İçerik bakımından incelendiğinde, tanrılaştırılmış Claudius’a yeryüzünü ve denizleri temsil eden figürler hediyeler sunmaktadır. Uçuşan ve süzülen pelerin ile epifaninin tasvirinin yapıldığı da görülmektedir. Bu göstergeler doğrultusunda Claudius’un ‘Karaların ve denizlerin tanrısı’ olduğu belirtilmektedir. Claudius, zorlu bir hayat sonrasında Britanya’nın fethiyle birlikte hak ettiği konuma gelmiş ve sonunda saygı duyulan bir imparator olmuştur. Bununla birlikte Claudius, olumlu tepkilerle birlikte kendi adını ilahlaştırma politikasına gitmiştir. İmparator kültü bağlamında, imparatorlara Roma’nın

refahını sürdürmesi, Roma'yı koruyup kollamaları temennisiyle tapınım yapılmaktadır. Fakat Claudius'un yarattığı bu 'tanrılaştırma' imparator kültünden bağımsızdır ve Claudius, kendisinin propagandasını tanrılaştırma kullanarak halka sunmaktadır.

4.4.2. Augustus ve Oğulları Üçlemesi

Bu üçleme; 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens', 'Augustus ve Victoria' ve 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens 2' rölyeflerinden oluşmaktadır. Augustus ve Victoria (Şekil 15) merkezde olacak şekilde sağa ve sola sıralanan 'Dioskur Prens' rölyefleri (Şekil 14 ve Şekil 16) doğal anlam açısından incelendiğinde, kısa saçlı askeri zırhlı erkeklerin atlarının yanında simetrik bir şekilde durdukları görülmektedir. İki rölyef de birbiriyle oldukça benzerlik göstermektedir.



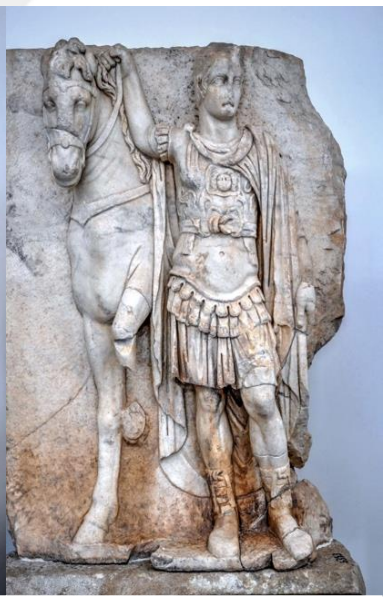
Şekil 14. 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens'.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).



Şekil 15. 'Augustus ve Victoria'.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).



Şekil 16. 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens 2'.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

Uzlaşmacı anlam açısından Şekil 14 ve Şekil 16'daki iki erkeğin zırhları ve zırhların üzerinde bulunan detaylar imparatorluk ailesinden olduklarını göstermektedir. Her iki erkeğin yanlarında bulunan atlar ise Dioskur'ları temsil etmektedir.

Şekil 14 ve Şekil 16 içerik bakımından incelendiğinde; genç erkekler Augustus'un üvey oğulları Gaius ve Lucius kardeşlerdir. Genç Prenslerin duruşları ve simetrileri, ortalarında bulunan Augustus ile bir bütünlük sağlamaktadır. Baş tanrı Jüpiter'in at biçimindeki ikiz oğulları olan Dioskurlar ile birlikte betimlenen prensler, izleyiciye Zeus'un oğulları oldukları mesajını vermektedir. Nitekim üçlemenin ortasında bulunan Augustus da (Şekil 15) kartal sembolüyle Zeus olarak betimlenmektedir.

Şekil 15 yani Augustus ve Victoria rölyefi ise doğal anlam açısından incelendiğinde, rölyefin sol tarafında heybetli ve maskülen bir şekilde duran çıplak erkek figürü görülmektedir. Bu erkek figürünün sol alt kısmında kartal, rölyefin en sağında ise yüzü izleyiciye dönük kanatlı bir kadın figürü görünmektedir. Çıplak erkek ve kanatlı kadın, kıyafet asılı bir direği tutmakta ve bu direğin altında da çıplak ve elleri arkadan bağlı, görece küçük bir adam bulunmaktadır. Betimlemenin sol köşesinde, çıplak erkeğin ayağının dibinde bir kartal bulunmaktadır.

Uzlaşmacı anlam açısından Şekil 15 incelendiğinde, çıplak erkek fibula ile omza tutturulan bir paludamentum giymektedir. Paludamentum Antik Roma'da yalnızca yüksek rütbeli kişilerin giydiği bir çeşit kıyafettir. Buna göre çıplak erkek, yüksek rütbeli bir general ya da imparatordur. Bu erkeğin çıplak tasvir edilmesi onun tanrısal yönünü göstererek bir çeşit apotheosis (tanrılaştırma) yaratmaktadır. Böylelikle bu erkeğin tanrısallaştırılmış bir imparator olduğu söylenmektedir. Erkeğin yanında bulunan kanatlı kadın ise, Antik Yunan'da Nike ismiyle bilinen zafer tanrıçası Victoria'dır. İmparator ve Victoria'nın ellerinde tuttukları kıyafet asılı direk ise üzerine düşman kıyafetleri takılmış bir zafer direğidir (trophe). Direğin altında bulunan, elleri arkadan bağlanmış çıplak erkek, düşmanları simgelemektedir ve çıplak olmasının nedeni kıyafetlerinin bu zafer direğinde asılı olmasıdır. Betimlemenin solunda konumlanan kartal ise Roma mitolojisindeki baş tanrı, tanrıların tanrısı Jüpiter'in sembolik hayvanıdır.

İçerik bakımından Şekil 15 incelendiğinde bu rölyef; İmparator Augustus'un zaferlerini sembolize etmektedir. "Roma İmparatoru'nun meşruiyeti için askeri güç ve başarının büyük önemi nedeniyle Nike, Roma İmparatorluğu imajında sık sık yer almış ve görsel dilde tanrıça ön plana çıkmıştır" (Sönmez, 2023: 624). Zafer tanrıçası Victoria,

Augustus'un yanında bulunarak onun zaferlerinin tanrılar tarafından desteklendiğini göstermektedir. Jüpiter'i temsil eden kartal ise Augustus'u Jüpiter olarak tasvir etmektedir. Boyut olarak görece küçük bir şekilde resmedilen çıplak düşman, kıyafetlerinin üzerinden alınması ve ellerinin arkadan bağlanmasıyla hem mağlup edilmiş hem de küçük düşürülmüş ve imparatora teslim olmuştur. Çıplak düşman perspektif açısından da Augustus'un heybeti karşısında ezilmektedir. Böylelikle Augustus, tanrıların desteğini aldığını halka duyururken, kendisini bir tanrı (Jüpiter), üvey oğullarını (Gaius ve Lucius) da tanrının oğulları (Dioskurlar) olarak betimlemektedir. Böylelikle İmparatorların tanrısallaştırılması zafer propagandası aracılığıyla gerçekleştirmektedir.

4.5. Mitolojik Öyküler

Bu başlık altında Dioskur'ların doğuşunu konu alan 'Leda ve Kuğu' ve Roma İmparatorluğu'nun kökenlerinin anlatıldığı 'Ankhises ve Afrodit', 'Aeneas'ın Troya'dan Kaçışı' ve 'Aeneas'ın İtalya'ya Varışı' rölyefleri incelenmektedir.

4.5.1. Dioskurların Doğuşu

'Leda ve Kuğu' rölyefinde; 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens' (Şekil 14) ve 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens 2' (Şekil 16) rölyeflerinin mitolojik öyküye dayandırılması tasvir edilmiştir.

'Leda ve Kuğu'

Doğal anlam açısından incelendiğinde rölyefin ortasında bulunan büyük geniş kanatlı bir kuğunun, yırtıcı bir kuş gibi karşısında bulunan kadın figürüne saldırdığı görülmektedir. Kuğunun arkasında kanatlı bir bebek, kanatlarına sarılmakta, onu desteklemektedir.



Şekil 17. ‘Leda ve Kuğu’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

Uzlaşmacı anlama göre, kuğu kılığına giren Jüpiter’dir ve karşısında bulunan kadın figürü, mitolojik öyküye göre Sparta kraliçesi Leda’yı temsil etmektedir. “Aitolia kralı Theitos’un kızı ve Sparta kralı Tyandareos’un karısı Leda, bir gölde yıkanırken, bembeyaz bir kuğu kuşu okşar. Zeus bu kez de Leda’ya kuğu kuşu kılığına girerek sahip olur” (Cömert, 2019: 24). Eros ise kuğu formundaki Jüpiter’in kanatlarının arkasında durmuş ona destek vermektedir. Eros aynı zamanda cinsel birleşmenin tasviri olarak da rölyeflerde kullanılmaktadır.

İçerik bakımından incelendiğinde, Leda, kuğu formundaki Jüpiter’le birleşmektedir. “Bazı kaynaklar tanrısal birleşmeden Kastor ile güzel Helena'nın dünyaya geldiğini, Polydeukes'in Sparta Kralı Tyndareus'tan doğduğunu, dolayısıyla ikizlerden birinin ölümsüz, diğerinin ölümlü olduğunu belirtirken, diğerleri Polydeukes'i de Zeus oğlu sayarlar” (Delemen, 1995: 295). Dioskur ikizleri hakkında anlatılan hikayelerde ölümlü ve ölümsüz olanın isminin sürekli değiştiği görülmektedir. Hangi kardeşin ölümsüz hangisinin ölümlü olduğu tam olarak bilinemese de birbirlerine çok düşkün oldukları bilinmektedir. Aralarındaki bu bağ ile Dioskur ikizleri, kardeşliğin ve dostluğun simgesi olmuşlardır. Mitolojik öyküye göre, ikizlerden ölümlü olan bir kavga esnasında canını vermiş, ölümsüz olan ise yaralanmıştır. Birbirlerine olan bağlılıkları nedeniyle Jüpiter iki kardeşi ayırmak istememiş ve gökyüzüne alıp yıldızların yanına yerleştirmiştir. Böylelikle bu mitolojik öykü

rölyefinin Augustus'un üvey oğulları Gaius ve Lucius adına yaptırıldığı görülmektedir. Gaius ve Lucius kardeşler, 'Augustus ve Oğulları Üçlemesi' rölyef grubunda (Şekil 14, Şekil 15, Şekil 16) Dioskur olarak betimlenmiştir. Leda ve kuğu rölyefinde ise Dioskur'ların yaratılışı gözler önüne serilmektedir. Ayrıca Gaius ve Lucius kardeşlerin Dioskur ikizleriyle özdeşleştirilmesinin bir nedeni de Dioskur ikizlerine benzer bir kaderleri olmalarıdır. Henüz 20'li yaşlarındayken hayata veda eden Lucius'un ardından birkaç ay sonra kardeşi Gaius da hayata gözlerini yummuştur. Böylelikle iki Prens, Zeus'un delikanlıları Dioskurlar ile özdeşleştirilmiş ve isimleri tanrıların arasında sürdürülmek istenmiştir.

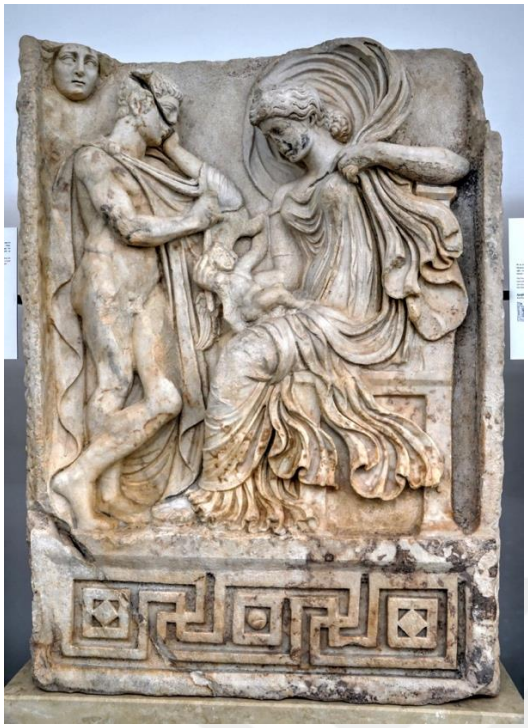
4.5.2. Roma'nın Doğuşu Üçlemesi

'Ankhises ve Afrodit', 'Aeneas'ın Troya'dan Kaçışı' ve 'Aeneas'ın İtalya'ya Varışı' rölyeflerinde Julius-Claudius hanedanının soy ataları mitolojik öyküden yararlanılarak gözler önüne serilmektedir.

'Ankhises ve Aphrodite'

Doğal anlam açısından incelendiğinde rölyefte, oturur pozisyonda bir kadın görülmektedir. Oldukça dökümlü bir pelerine ve elbiseye sahip olan bu kadın kucağında küçük bir bebek tutmaktadır. Çıplak bir adam ayakta durmuş, hayranlıkla kadını izlemektedir. Rölyefin sol üstünde sadece yüzü belli olan bir kadın gizlenmektedir.

Uzlaşmacı anlama göre bu kadın Aşk tanrıçası Afrodit'tir. Dökümlü elbisesi ve adeta uçuşan pelerini epifaniyi (tanrıların ölümlülere görünmesi) sembolize etmektedir. Afrodit'in karşısındaki adam, onun ölümlü sevgililerinden biri olan, Troya'lı çoban Ankhises'tir. Afrodit'in kucağında yatan Eros, cinsel birlikteliği sembolize ederken, rölyefin sol üstünde bulunan Ay tanrıçası Selene'nin başı da gecenin onları izlediğini tasvir etmektedir.



Şekil 18. ‘Ankhises ve Aphrodite’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

İçerik bakımından incelendiğinde, Tanrıça Afrodit, İda dağının eteklerinde koyunlarını otlatan Ankhises’i görür ve âşık olur. Mitolojik öyküye göre, “Aphrodite, güzel, zarif ve ölümlü bir genç kızmış gibi onun karşısında durdu. Ankhises ona baktı; güzelliğine, endamına ve harikulade giysisine şaştı kaldı” (Kerenyi, 2019: 72). Ölümlü genç bir kızmış gibi kılık değiştiren ve Ankhises’i kandıran Tanrıça, birleşme sonrası gerçekte kim olduğunu açıklar. Afrodit, Ankhises’e bir oğul vereceğini fakat yaşadıkları yakınlaşmayı kimseye anlatmaması gerektiğini tembihler. Bir zaman sonra bu birleşmeden Aeneas doğar. Fakat bir şenlik günü çok sarhoş olan Ankhises, Afrodit ile yakınlaştığını etrafındakilere anlatmaya başlar. Bunun cezası olarak Jüpiter, yıldırımını Ankhises’e indirerek onu sakatlar. Aeneas ise, Troya’da oldukça sevilen bir genç haline gelir. Bu rölyef, Roma’nın milli kahramanı olan Aeneas’ın doğuşunun müjdecisidir.

‘Aeneas’ın Troya’dan Kaçışı’

Doğal anlam açısından incelendiğinde, üzerinde zırh bulunan genç bir adam omuzlarında başka bir adamı taşımaktadır. Genç adam aynı zamanda geriye doğru bakmakta ve küçük bir çocuğun da elini tutmaktadır. Bunların arkasında, adeta havada süzülen, görece daha uzun ve heybetli bir kadın bulunmaktadır. Bu kadın genç adam ve çocuğu yönlendiren bir şekilde konumlanmaktadır.



Şekil 19. ‘Aeneas’ın Troya’dan Kaçışı’.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

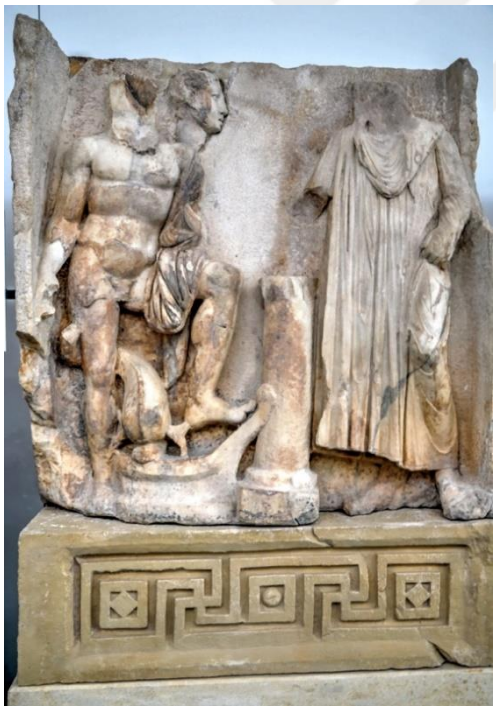
Uzlaşmacı anlama göre, genç adam Troya’lı kahraman Aeneas’ın ta kendisidir. Aeneas, sırtında Jüpiter’in gazabına uğrayıp sakat kalan babası Ankhises’i taşımaktadır. Küçük çocuk ise, Aeneas’ın oğlu Iulus’tur. “Yaşlı Ankhises, içinde Troia’nın tanrısal atalarına ait heykelciklerin durduğu yuvarlak bir kutu taşımaktadır” (Ilgım, 2022: 88). Havada süzülen kadın ise Afrodit’tir. Oğlu Aeneas ve diğerlerinin harap edilmiş Troya’dan kaçmasına yardım etmektedir.

İçerik bakımından incelendiğinde, Aeneas, Troya savaşı sonrası harap olan kentten ailesini kaçırmaktadır. Annesi Afrodit ise onlara yardım etmektedir. Fakat rölyefin aksine

Aeneas yalnızca ailesine değil, savaştan kaçan Troya'lı halka da önderlik etmektedir. Aynı zamanda Afrodit de Aeneas aracılığıyla Troya halkının hayatta kalmasına ve yeni bir yurt kurmalarına yardım etmektedir. Roma'nın kuruluş mitlerinden biri olan bu hikayedeki katkısıyla, Afrodit'in Roma halkı için önemi bir kez daha gözler önüne serilmektedir.

'Aeneas'ın İtalya'ya Varışı'

Doğal anlam açısından incelendiğinde, rölyefin sol tarafında, günümüzde başı tahrip olmuş çıplak ve kaslı bir erkek görülmektedir. Bu erkeğin bacaklarının arasında bir yunus bulunmaktadır. Çıplak erkek, karşısındakini dinlercesine önünde duran küçük bir sütundan ayağıyla destek almaktadır. Çıplak erkeğin omzunun yanında bağımsız bir erkek başı daha vardır. Çıplak erkeğin karşısında ise giyimli bir erkek daha görülmektedir.



Şekil 20. 'Aeneas'ın İtalya'ya Varışı'.

(*Turkish Archaeo News*, 2024).

Uzlaşmacı anlama göre, çıplak ve kaslı betimlenen erkek denizlerin tanrısı Poseidon'dur. Giyimli erkek ise, toga giymiş Aeneas'tır. "Başı bir Romalı gibi örtülmüş Aineas, İtalya'ya tehlikesizce varmasına şükran olarak librasyon (sıvı adağı) yapmaktadır" (Ilgım, 2022: 90).

İçerik açısından incelendiğinde, Aeneas, annesi Afrodit'in yardımlarıyla ailesini ve Troya halkını İtalya'ya kaçırmıştır. Aeneas'ın Poseidon'un huzuruna çıkması ise Poseidon'un da Aeneas'a yardım ettiğini göstermektedir. Aeneas, yurtsuz kalan Troya halkını İtalya'ya kaçırarak önderlik etmiştir. Aeneas ve kolonisi İtalya'nın Tiber Nehri kıyısına yerleşirler. Bulundukları yörenin kralı Latinus ile dost olan Aeneas, Latinus'un kızı Lavinia ile evlenerek Lavinium kentini kurar. Lavinium kenti, zaman içinde Albalonga ismini alır ve en nihayetinde Roma ismi ile varlığını sürdürmeye devam eder. Aeneas'ın soyu oğlu Iulus ile devam eder. Bu soydan gelen Rhea Silvia, Romus ve Romulus'u doğurur ve Roma'nın kuruluş efsanesi tamamlanmış olur. Böylelikle; 'Ankhises ve Aphrodite', 'Aeneas'ın Troya'dan Kaçışı' ve 'Aeneas'ın İtalya'ya Varışı' adlı rölyef grubu (Şekil 18, Şekil 19, Şekil 20) Roma'nın doğuşunu ve köklerini anlatmaktadır. Bu rölyeflerde tasvir edildiği üzere Aphrodite'in Roma'nın kuruluşu esnasındaki rolü de büyüktür. Bu bağlamda bu rölyefler aracılığıyla hem tanrıça onurlandırılmakta hem de imparatorların kökenlerini dayandırdıkları tanrısal bağlar işlenmektedir. Özellikle Augustus'un ve Julius-Claudius hanedanının soylarını Afrodit'e dayandırması ve Aeneas'ın da Afrodit'in soyundan gelmesi bu hikayelerin niçin anlatıldığını göstermektedir. Buradaki amaç, bir nevi tanrısal soy ağacı çıkararak atalarını onurlandırmak ve imparatorların tanrısal kudretlerini pekiştirmektir.

4.6. Bulguların Değerlendirilmesi

Aphrodisias Sebasteion Tapınağı'nda bulunan 17 rölyef, ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisi yönteminden faydalanılarak incelenmiştir. Propaganda niteliği taşıyan bu rölyeflerin birtakım görsel dil yöntemlerinden faydalandıkları saptanmıştır. Bunlar: Personifikasyon (kişileştirme), kadın bedeni üzerinden aşağılanma/yüceltilme, perspektif kullanımı, tanrısallaştırma (apotheosis), onurlandırma ve soyunu mitolojik öykülere dayandırmadır.

İmparatorlar ve zaferleri rölyef grubunda bulunan ‘Claudius ve Britanya’ ve ‘Nero ve Ermenistan’ rölyeflerinde Claudius ve Nero’nun fethettiği topraklar kadın bedeni üzerinden personifikasyon gerçekleşmiştir. Bu kadınlar doğu ve batının temsili olarak iki farklı şekilde tasvir edilmiştir. Her iki kadının da imparatorun gazabına uğradığı ve alt edildiği görülmektedir. İmparatorların fethettiği toprakların kadın bedeni üzerinden tasvir edilmesi anavatan kavramıyla da yakından ilişkilidir. “Anavatan sözcüğündeki vurguda olduğu gibi kadın bedeni, politik alanda hâkim olan erkek bedenine bir alternatif oluşturur” (Ülker, 2022: 260). DeBeauvoir’e göre; Kadın, ulus gibi büyük toplulukların ruhudur. Antik dönemlerde, sitelerin yurttaşları bağrında barındırmaları nedeniyle ‘anne’ ile sembolize edilmektedir. (2019). “…bu sembol aynı zamanda anaç, koruyan, bakan kadın imajını toplumsal dağarcıkta güçlendirmektedir” (Ülker, 2022: 270). Aynı zamanda, “Millet-ana ve anavatan imgeleri, çok güçlü duygular uyandırarak düşmanlara karşı ülke topraklarını korumayı bir ölüm kalım meselesine dönüştürür” (Eşitti ve Işık, 2015: 660). Ölüm pahasına vatanlarını koruyan ülkelerin fethedilmesi ise, Roma halkı tarafından büyük bir zafer olarak algılanmakta ve bu rölyefler aracılığıyla imparatorların gücünün propagandası yapılmaktadır. Böylelikle kadın bedeni üzerinden ülkelerin fethinin tasvir edilmesi eril dilin yansımasının Antik dönemlerdeki örneklerinden birini oluşturmaktadır. Aynı zamanda, ‘İmparator ve Roma Halkı’ rölyefinde bulunan esir de bir kadındır ve bu kadın da yere çökmüş bir şekilde acı çekmektedir. Diğer taraftan ‘Tiberius ve Esir’ ve ‘Nero ve Esir’ rölyeflerinde bulunan esirler erkek olarak tasvir edilmekte ve bu erkekler yalnızca perspektif açısından küçük gösterilmektedir. Aynı zamanda ‘Augustus ve Victoria’ rölyefinde de Augustus’un zaferi tasvir edilirken görece küçük erkek bir esir göze çarpmaktadır.

Esir erkeklerin tasvirinde, kadınlarda olduğu gibi herhangi bir acı çekme ibaresi bulunmamaktadır. Esir erkekler, perspektif açısından imparatorların yanında gözle görülür bir şekilde tasvir edilmiştir. Bu durum imparatorun yüceliğini, esir erkeklerin ise önemsizliğini vurgulamaktadır. Kadın tasvirlerine bakacak olursak, personifikasyon uğramış kadın bedeninde de esir kadında da gözle görülür bir şiddet mevcuttur. Diğer taraftan, ‘Roma ve Ge’ rölyefinde ise Roma olarak personifikasyona uğrayan kadın oldukça heybetli ve yüce tasvir edilmiştir. ‘Silahlı Roma’ rölyefinde bulunan Dea Roma’nın personifikasyonu da aynı şekilde güçlü ve tanrısal tasvir edilmiştir. Bu kadınlar, Britanya, Ermenistan ve kadın esirde olduğu gibi aşağılayıcı tasvir edilmemiş, aksine Roma İmparatorluğu’nun personifikasyonu oldukları için tanrısal betimlenmişlerdir. Her daim yücelik ve tanrısallık nitelikleriyle öne çıkan Roma, rölyeflerde yarattığı perspektif ve

personifikasyonlar aracılığıyla Romalı olmayı yüceltirken, kendinden olmayanı ise acı çeken bir kadın olarak tasvir ederek aşağılamaktadır. Ana tanrıça kültünün önemli olduğu bu topraklarda kadın bedeninin propaganda amacıyla aşağılanması eril düşünce yapısının yansıması ve aynı zamanda ana toprakların yüceltilmesini yansıtmaktadır.

'İmparator ve Roma Halkı' rölyefinde Roma halkını temsil eden personifikasyon bir erkektir. Bu erkek alışıldığın dışında, perspektif açısından kendisini tanrı olarak tasvir eden imparatorla aynı boyda ve aynı konumdadır. 'Claudius ve Agrippina' rölyefinde Roma halkının/senatosunun personifikasyonu da aynı perspektif özelliklerini taşımaktadır. Bu durum, Roma İmparatorluğu'nun halkını en az kendileri kadar yüce gördüğünü ve Romalı olmanın bir ayrıcalık olduğu düşüncesini yansıtmaktadır. 'Roma ve Ge', 'Silahlı Roma', 'Claudius ve Agrippina', 'İmparator ve Roma Halkı' rölyefleri barındırdıkları propaganda anlamlarının dışında bir onurlandırma seremonisi gerçekleştirmektedir. Aphrodisias'a tanınan ayrıcalıklar ve halkın imparatorlara bağlılığı bu rölyef grupları ışığında açıkça görülmektedir. Bu onurlandırma rölyeflerinde görüldüğü üzere, yöneten ve yönetici arasında bir onurlandırma söz konusudur. Bu döngü karşılıklı gerçekleştirilen bir propaganda yöntemidir.

Sebasteion Tapınağı'nda bulunan imparator rölyeflerinin hemen hemen hepsi çıplak tasvir edilmiştir. Çıplaklık tanrısallığı çağrıştırdığı için imparator betimlemelerinde oldukça sık kullanılmaktadır. Diğer taraftan imparatorun ailesi de aynı tanrısal soya sahip olmakta fakat imparatorların eşlerinin çıplak tasvir edilmesi uygun görülmemektedir. Bu durumun örneğine 'Claudius ve Agrippina' rölyefinde rastlamak mümkündür. Agrippina imparatorun eşi olarak tanrısal bir kudrete sahip olmakta, aynı zamanda elinde tuttuğu buğday başağı ile tanrıça Demeter gibi tasvir edilmiş olsa da burada çıplaklık kullanılmamıştır. Bunun nedeni, batıdaki Roma'ya nazaran Anadolu'daki kadın tanrıça tasvirinin daha örtülü, giyimli olmasından kaynaklanmaktadır.

'Karaların ve Denizlerin Efendisi Claudius' rölyefinde ise, Claudius tanrısal anlam içermesi açısıdından tüm çıplaklığı sergilemesinin yanı sıra, arkasında uçuşan pelerini ile bir çeşit epifani yaratmaktadır. Epifani, uçuşan pelerinler ve süzülen figürler aracılığıyla tanrıların ölümlülere görünmesini tasvir etmektedir. Claudius yarattığı epifani ile ve aynı zamanda sağında ve solunda bulunan mitolojik toprak ve deniz yaratıklarının ona karayı ve denizi sunmaları ile tam olarak bir 'tanrı' olarak betimlemektedir. İmparatorların kendilerini tanrısallaştırmasının (apotheosis) bir diğer örneği de Augustus ve Oğulları üçlemesinde

karşımıza çıkmaktadır. Bu üçlemede yer alan ‘Augustus ve Victoria’ rölyefi, Augustus’un büyük zaferini, Zafer Tanrıçası Victoria ile süslemektedir. Zafer tanrıçası Augustus ile birlikte betimlenmiş ve Augustus’un yüce kudretinin tanrılar tarafından kabul gördüğünü yansıtmaktadır. Rölyefte Augustus’un ayağının yanında yer alan kartal ise baş tanrı Jüpiter’in sembolüdür. Augustus’un dizinin dibindeki bu kartal onu Jüpiter ile bağdaştırmamıza neden olamaktadır. Bu üçlemede, ‘Augustus ve Victoria’’nın sağında ve solunda konumlanan iki prens ise Jüpiter’in oğulları Dioskur’ları tasvir etmektedir. Böylelikle bu üçlemede Augustus Jüpiter, varisleri ise Jüpiter’in oğulları olarak tasvir edilmiştir. Böylelikle imparator ve varislerinin soyları mitolojik öykülere dayandırılmaktadır.

Jüpiter’in oğulları olan Dioskurlar’ın doğuşu ise ‘Leda ve Kuğu’ rölyefinde görülmektedir. Buna göre Augustus’un varisleri Dioskur’lar olarak tasvir edilmekte ve bunu kanıtlamak amacıyla da Dioskur’ların doğuşu rölyefi Sebasteion’da sergilenmektedir. Diğer taraftan imparatorların soylarını tanrılara dayandırması ve bunun mitolojik yansımalarına verilebilecek en güzel örnek Roma’nın milli kahramanı ve kurucusu sayılan Aeneas’ın doğuşundan İtalya’ya varışına kadar tasvir edilen Roma’nın Doğuşu üçlemesidir. Bu üçleme kapsamında Afrodit’in oğlu olan Aeneas’ın doğuşu, Troya Savaşı sonrası annesinin yardımlarıyla yurtsuz kalan insanlara öncülük edip kaçması ve en nihayetinde İtalya’ya varışı anlatılmaktadır. Aeneas İtalya’ya varıp soyunu devam ettirmiştir. Bu soydan gelen Romus ve Romulus Roma devletini kurmuşlardır. Böylelikle Afrodit’in Roma İmparatorluğu için olan önemi gözler önüne serilirken, Julius-Claudius hanedanının soylarının kökeni rölyefler aracılığıyla tasvir edilmiştir. Diğer taraftan bu üçleme; Roma İmparatorluğu’nun kökenini anlatmakla beraber, Domenach’ın birlik ve bulaşma kuralının da arketipini oluşturmaktadır. Buna göre; kitleler, Romanitas kavramıyla aynı ideoloji altında toplanmakta ve Afrodit ve Aeneas gibi karakterlerle bir bağ kurmaktadırlar.

Böylelikle bu çalışmada Roma İmparatorluğu döneminde sanat yapıtı olan rölyeflerin birer propaganda aracı olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda oluşturulan propaganda mesajlarının görsel bir dil kurularak gerçekleştirildiği görülmektedir. Arkeoloji bilimi açısından önem taşıyan bu eserlerin, aynı zamanda iletişim bilimleri bakımından da önem taşıdığı görülmektedir. Günümüz modern dünyasında belirli yöntem ve tekniklerle gerçekleştirilen propaganda, antikitede de dönemin yapısına ve kültürüne uygun bir şekilde belirli kalıplar içerisinde sürdürülmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM
SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölüm altında tez çalışmasında yapılan analizlere dair sonuç kısmı yer almaktadır. Diğer yandan tez çalışmasından sonra araştırmacılara yönelik öneriler kısmı yine bu bölümde ele alınmıştır.

5.1. Sonuç

Bu çalışmada, siyasal iletişim içerisinde önemli bir rolü olan propaganda kavramı ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir. Propaganda; kitleleri ikna etme ve mevcut fikirleri değiştirmek adına kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem, kaynağına göre beyaz, gri ve kara propaganda olmak üzere üçe ayrılmakta ve aynı zamanda belirli teknikler doğrultusunda gerçekleştirilmektedir.

Propagandanın sistematik bir şekilde uygulanmasında modern ulus devletlerinin kamuoyu oluşturma ve ideolojilerini dayatma isteği yatmaktadır. Bu nedenle propaganda genellikle siyasal aktörler tarafından kullanılmaktadır. Özellikle savaş dönemlerinde adeta askeri bir silah gibi kullanılan propaganda yöntemleri; Birinci Dünya Savaşı, İkinci Dünya Savaşı, Soğuk Savaş ve Körfez Savaşı gibi bir çok savaşta devletler tarafından titizlikle uygulanmıştır. Nazi Almanyası'nda Propaganda Bakanlığı'nın kurulması ise propagandanın siyasal aktörler için önemini gözler önüne sermektedir. Diğer taraftan propaganda, siyasal aktörler tarafından yalnızca siyasette ve savaşta değil, günlük hayatın her alanında kullanılmaya başlanmıştır. Teknolojinin ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte propaganda yöntemleri de çeşitlenmiştir.

Diğer yandan propaganda kitle iletişim araçlarının haricinde başka alanlardan da yararlanmaktadır. Bu alanların başında da sanat yapıtı gelmektedir. Sanat ve propaganda ilişkisi olarak tanımlanan bu olguyla birlikte propagandanın olumsuz özellikleri sanatın toplumları büyüleyen nitelikleriyle gizlenmeye çalışılmıştır. Böylelikle propaganda, sanattan faydalanarak naif bir rıza üretim mekanizması oluşturmaktadır.

Sanat; güzelliği ve estetiği yansıtmanın yanı sıra insanın ruhunu besleyen bir olgudur. İlk Çağ'lardan beri sanat ile iç içe olan insan, duygu ve düşüncelerini dışa vurmak adına sanattan yararlanmıştır. Sanat, estetik ve güzellik gibi niteliklerinden dolayı toplumları büyüleyen naif bir olgudur. Propaganda ise kitleleri ikna etme, mevcut fikirleri değiştirme gibi özellikleri nedeniyle olumsuz bir üne sahiptir. Propagandanın gücünden faydalanmak isteyen egemen kesim, propagandanın olumsuz özelliklerini gizlemek adına sanattan faydalanmış ve böylelikle egemen kesimlerin ideolojisi sanat eserlerine yansımıştır.

Bu çalışmada, modern ulus devletleri ve kitle iletişim araçlarıyla özdeşleşen propaganda kavramının, 'güzelliği aramanın bir yolu' olarak tanımlanan sanat ile ilişkisi irdelenmiştir. Bu ilişki doğrultusunda propaganda, içerisinde barındırdığı olumsuz özelliklerini sanatın olumlu özellikleriyle kamufle edip hedef kitlesini naif bir araçtan faydalanarak yönlendirmekte ve ideoloji aktarımı sağlamaktadır. Buna göre bu çalışmada propaganda ve sanat kavramları tarihsel süreçleri ve kullanım alanları açısından derinlemesine incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda propaganda ve sanatın yalnızca modern toplumlar tarafından kullanılmadığı, aksine propagandanın mevcut döneme ayak uydurduğu ve farklı araçlar vasıtasıyla varlığını sürdürdüğü görülmektedir. Sanat, bir dışa vurum aracı olarak bulunduğu dönemin toplumsal yapısını, kültürünü yansıtırken, propaganda ise bulunduğu döneme göre araç ve yöntemlerini değiştirmektedir. Bu çalışma kapsamında propaganda ve sanat birlikteliğinin yalnızca modern ulus devletlerinde kullanılmadığı, Roma İmparatorluğu Dönemi'nde de kullanıldığı saptanmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın evrenini oluşturan Aphrodisias Antik Kenti'nde bulunan Sebasteion Tapınağı büyük önem taşımaktadır. Aphrodisias Antik Kenti Sebasteion Tapınağı'nda bulunan rölyefler, sanat ve propaganda ilişkisinin antikitedeki yansımalarını gözler önüne seren nadide örneklerden biridir.

Roma tarafından Aphrodisias'a özgür yurttaşlık, vergi muafiyeti gibi birçok ayrıcalık sunulmuştur. Bu durum kentte bolluk ve bereket ortamı yaratmış, halk refah içerisinde yaşayıp sanata yönelmiştir. Böylelikle Aphrodisias Antik Kenti'nde bulunan heykel okulu, kenti dönemin en önemli sanat merkezlerinden biri haline getirmiştir. Kentin Roma ile iyi ilişkiler sürdürmesi, heykel okulunda üretilen eserlerin Roma ve Akdeniz'e kadar ihraç edilmesini sağlamıştır. Tanrıça 'Afrodit'in kenti' olarak bilinen Aphrodisias'a tanınan ayrıcalıklar, imparator kültü bağlamında, imparatorların soylarını tanrı ve tanrıçalara dayandırmasıyla ilgilidir. Julius-Claudius hanedanına mensup olan Roma'nın ilk İmparatoru

Augustus ile imparator kültü başlangıç göstermektedir. Buna göre her imparator soy atası olarak bir tanrıyı tanrıçayı seçmiş ve tapınaklar kurdurtmuştur. Augustus ise kendi soy atasını Afrodit'e dayandırmaktadır. Bu doğrultuda Aphrodisias hem Afrodit'in hem de Augustus'un kenti olarak özel bir konumda yer almaktadır.

Kente tanınan ayrıcalıklar neticesinde halk, Roma İmparatorluğu'na koşulsuz bir sevgi ve bağlılık göstermektedir. Bu doğrultuda Aphrodisiaslı iki aile, Afrodit ve imparatorlar onuruna dış cephesi rölyeflerle kaplı Sebasteion Tapınağı'nı inşa etmişlerdir. Bu rölyeflerde; imparatorların propagandaları çeşitli alegorik ve mitolojik ögelerle desteklenerek sunulmuştur. Sebasteion Tapınağı'ndan günümüze 80 rölyef ulaşmıştır. Bu çalışma doğrultusunda propaganda niteliği taşıyan; 'Claudius ve Britanya', 'Victoria', 'Nero ve Ermenistan', 'Tiberius ve Esir', 'Nero ve Esir', 'Roma ve Ge', 'Silahlı Roma', 'Claudius ve Agrippina', 'İmparator ve Roma Halkı', 'Karaların ve Denizlerin Efendisi Claudius', 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens', 'Augustus ve Victoria', 'Dioskur Olarak Betimlenen Prens 2', 'Leda ve Kuğu', 'Ankhises ve Afrodit', 'Aeneas'ın Troya'dan Kaçışı' ve 'Aeneas'ın İtalya'ya Varışı' adlı 17 rölyef, Erwin Panofsky'nin ikonografik ve ikonolojik sanat eleştirisi yönteminden faydalanılarak incelenmiştir.

Bu incelemeler doğrultusunda; okuma yazma bilmeyen insanlara dahi hitap edebilen bir propaganda dilinin oluşturulduğu saptanmıştır. Kamusal alanlarda adeta günümüzün bir reklam panosu gibi sergilenen bu rölyefler, mermer gibi kalıcı bir materyalden inşa edilmiştir. Zamana meydan okuyan rölyefler, aradan yüzyıllar geçmesine rağmen kalıcılığını koruyabilmektedir. Rölyeflerin yüzyıllardır ayakta kalması bir nevi bu rölyeflerin ana temalarını oluşturan imparatorların ölümsüz kılınmasına olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda halkın çoğu zamanını geçirdiği kamusal alanlarda maruz kaldıkları bu görsel propaganda dili, dönemin kitle iletişim aracı olarak da tanımlanmaktadır. Bir bakıma kamusal alanlarda yüzyıllar boyu sergilenen bu rölyefler, günümüzün reklam panolarıyla eşdeğerdir. Diğer taraftan propaganda niteliği taşıyan bu rölyeflerin birtakım görsel dil yöntemlerinden faydalandıkları saptanmıştır. Bunlar: Personifikasyon (kişileştirme), kadın bedeni üzerinden aşağılanma/yüceltilme, perspektif kullanımı, tanrısallaştırma (apotheosis), onurlandırma ve soyunu mitolojik öykülere dayandırmadır. Bu görsel dil yönteminden faydalanılarak, halka seyirlik bir estetik unsuru ve görsel haz sunulurken, İmparatorların zaferleri, başarıları ve tanrısallıkları da bir propaganda mesajı olarak iletilmektedir. Böylelikle Aphrodisias Sebasteion Tapınağı'nda bulunan rölyeflerin birer sanat eseri

olmasının yanı sıra propaganda kavramının arketiplerini oluşturması bakımından da önemi gözler önüne serilmektedir.

5.2. Öneriler

Tez çalışmasında; genellikle ulus devletler ve modern kitle iletişim araçlarıyla bağdaştırılan propaganda kavramının sanat yapıtıyla olan ilişkisinin, Antik Roma İmparatorluğu'nudaki arketiplerinin ortaya konulması için Aphrodisias Sebestion Tapınağı rölyefleri incelenmiştir. Bu bağlamda daha sonraki çalışmalarda kadim imaj geleneğine sahip Yunan, Mısır ya da Persler gibi antik medeniyetlere ait propaganda niteliği taşıyan sanat eserleri incelenebilir.

Günümüzde Aydın ili sınırları içinde bulunan Aphrodisias'ın en heybetli binası, Sebasteion Tapınağı, Roma İmparatoru Augustus ve hanedanına adanmıştır. Diğer yandan Roma Kenti'nde yine İmparator Augustus ve hanedanına adanmış Ara Pacis Sunağı bulunmaktadır. Bu bağlamda daha sonraki bilimsel çalışmalarda Sebasteion ve Ara Pacis'te bulunan rölyeflerin karşılaştırmalı olarak incelenerek, kullanılan görsel propaganda dili kıyaslanabilir.

Sanat ve propaganda ilişkisinin Antik Roma İmparatorluğun'daki arketiplerinin araştırılarak görsel dil özelliklerinin ortaya konulduğu bu çalışma sonrasında, çağdaş sanat yapıtları üzerinden aynı okumalara gidilip gidilemeyeceği de merak konusudur.

Günümüz Avrupa toplumları, kökenlerini oluşturması açısından Roma İmparatorluğu'na ayrı bir önem vermektedir. Diğer yandan bu büyük imparatorluğun Julius Caesar gibi yöneticileri, Napolyon ve Hitler gibi liderlere örnek oluşturmuştur. Bununla birlikte dönemsel olarak Roma İmparatorluğu'na ait söylemler, simgeler ve semboller dönemsel olarak Avrupa siyasi tarihi içerisinde yer almıştır. Bu bağlamda bu çalışma sonrasında Roma İmparatorluğu'nda kullanılan görsel propaganda dilinin modern Avrupa siyaseti içerisinde nasıl kullanıldığı araştırılabilir.

KAYNAKÇA

Abay, N. (2018). "Lykaonia Bölgesi'nde Roma Dönemi'ne Ait Bir Grup Koloni Iconium Sikkesi". *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi* (40), 207-220.

Afrodisias- Aphrodisias Antik Kenti ve Aphrodisias Müzesi. (2024). Ana Sayfa. Erişim Adresi: https://www.aphrodisias.org

Akman, Ş. T. (2012). "Roma Antikitesinde Sosyal- Politik- Ekonomik-Değişimlerin Hukuksal Yapı ve Kamu Düzeni Üzerindeki Etkileri". *Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi, 2* (2), 89-107.

Akşit, O. (2011). "Tarihçi Bir İmparator Claudius". *Tarih Dergisi,* (23), 131-144.

Akyüz, E. D. ve Üreten, H. (2024). "Üç İmparatorun Hayatındaki Kadın 'Agrippina Minor (İs 15-59)': İmparator Caligula'nın Kız Kardeşi, İmparator Claudius'un Karısı, İmparator Nero'nun Annesi". *History Studies, 16* (1), 41-66.

Anadolu Kültürel Girişimcilik (2021), *Afrodisias*. Neva Basım Yayın: İstanbul.

Arslan, A. A. ve Kotan, S. S. (2021). "Savaşın Toplumsal Etkileri Bağlamında Suriye İç Savaşı ve Sanat". *Sanat ve Tasarım Dergisi* (28), 75-96.

Arslan, H. (2016). "Afrika Topluluklarında Atalar Kültünün Önemi ve İşlevi". *Bartın Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi, 3* (6), 7-27.

Atalay, C. ve Süle, E. (2019). "Paleolitik Dönem ve Chauvet Mağarası'nın Son Odasındaki Aslan Panelinin Estetik Yapısına Dair Bir İnceleme". *Ulak Bilge Sosyal Bilimler Dergisi, 41,* 737-743.

Atasoy, H.T. (2013). *İnsan Neden Sanat Yapar?* Bilim ve Gelecek Kitaplığı: İstanbul.

Atlan, S. (2014). *Roma Tarihinin Ana hatları I. Kısım*. Türk Tarih Kurumu: Ankara.

Avcı, Ö. (2018). "Propaganda Çeşitleri". M. Karaca ve C. Çakı (ed.). içinde *İletişim ve Propaganda*. 75-114. Eğitim Yayınevi: Konya.

Aytüre, S. (2022). "Antik Roma Siyasi Kültüründe Damnatio Memoriae". *Archivum Anatolicum- Anadolu Arşivleri, 16* (1), 19-34.

Aziz, A. (2013). *Siyasal İletişim*. Nobel Akademik Yayıncılık: Ankara.

Baker, S. (2012). *Eski Roma: Bir İmparatorluğun Yükselişi ve Çöküşü*. Say Yayınları: İstanbul.

Balkan, S. (2023). "Kitle İletişim Aracı Olarak Afiş ve Soğuk Savaş Dönemine Etkileri". *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi, 84,* 391- 403.

Barman, N. (2016). "Cumhuriyetten İmparatorluğa Geçiş Sürecinde Roma'da Yaşanan Siyasi ve İdari Yapıdaki Değişim ve Dönüşümler". *International Journal of Social Sciences and Education Research, 2* (3), 884- 895.

Barrow, R. H. (2006). *Romalılar*. İz Yayıncılık: İstanbul.

Başaran, C. ve Yıldızlı, M. (2020). "Parion Tiyatrosu Triton Heykeli Üzerine Yeni Gözlemler". *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 44* (1), 19-36.

Batur, M. ve Kuyucuk, E. (2023). "Mağara Resimlerinden Günümüze Ulaşan Dışavurumcu Sanat". *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi, 8* (2), 79-87.

Bayladı, D. (2005). *Mitoloji Sözlüğü*, İstanbul.

Baynes, K. (2002) *Toplumda Sanat*. Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.

Bektaş, A. (2013). *Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi*. Bağlam Yayıncılık: İstanbul.

Benjamin, W. (2013). *Pasajlar*. Yapı Kredi Yayınları: İstanbul.

Berkes, N. (1942). *Propaganda Nedir?* Recep Ulusoğlu Basımevi: Ankara.

Bozkurt, N. (1995). *Sanat ve Estetik Kuramları*. Sarmal Yayınevi: İstanbul.

Brown, J.A.C. (1992). *Siyasal Propaganda*. Ağaç Yayıncılık: İstanbul.

Brown, J.A.C. (2000). *Beyin Yıkama*. Boğaziçi Yayınları: İstanbul.

Cebeci, E. (2023). "Antik Mısır'da IV. Amenhotep (Akhenaton) Döneminde Sosyokültürel Yapı". *Ordu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 1,* 137-149.

Civelek, A. (2013). "Antik Dönem Sanatında Bereket Boynuzu". *Arkeoloji ve Sanat, 143,* 103-112.

Clark, T. (2011). *Sanat ve Propaganda*. Ayrıntı Yayımları: İstanbul.

Cömert, B. (2019). *Mitoloji ve İkonografi*. De Ki Yayım: Ankara.

Çağan, K. (2006). "Sanat Sosyolojisinin İmkanına ve İnşasına Dair". *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi, 2*, 11-31.

Çelik, D. (2023). "Fransız İhtilali'nin Ardından Operada Romantik Dönem ve İhtilalden Esinlenen Operalar". *Uluslararası Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi, 10* (99), 2496- 2504.

Çelik, F. (2019). 1960 Askeri Darbesinde Kamuoyu Oluşturma Projesi: Propaganda. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.

Çılğın, S. (2019). II. Urban'ın I. Haçlı Seferi Propagandası. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekirdağ.

DeBeauvoir, S. (2019). İkinci Cinsiyet: Olgular ve Efsaneler. Koç Üniversitesi Yayınları: İstanbul.

Delemen, İ. (1995). "Lykia-Kabalia-Pisidia Bölgesinden Roma Dönemi "Dioskurlar ve Tanrıça" Kabartmaları". *Belleten, 59* (225), 295-322.

Doğan, İ. (2018). Kurumsal İmaj Oluşturmada Sponsorluk Uygulamaları: Vodafone Örneği Üzerine Ampirik Bir Çalışma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Doğan, M. U. (2017). "Sebasteion Planının Kentin Izgara Planına Uymamasının Nedenine Dair Bir Öneri". *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi, 1* (2), 63-78.

Domenach, J. M. (1969). *Politika ve Propaganda.* Varlık Yayınevi: İstanbul.

Durna, G. E. (2004). "Mitostan Siyasete Venüs Prometor- Roma-Aphrodisias İlişkisinde Etkin Tanrısal Bir Figür". *Belleten, 68* (251), 33-62.

Durugönül, S. (2018). *Heykeller Konuşabilseydi: Antik Yunan Heykeltıraşlık Sanatına Toplumsal Açıdan Bir Bakış*. Bilgin Kültür Sanat Yayınları: Ankara.

Durugönül, S. (2021). *Roma Devlet Kabartmalarında Propaganda ve Sanat*. Bilgin Kültür Sanat Yayınları: Ankara.

Ekinci, N. (2016). "Antik Yunan'dan Roma'ya Retorikten Propagandaya". *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5* (4), 149-174.

Ekinci, N. (2017). *Antik Yunan'dan Roma'ya İletişim ve Siyaset*. Gece Kitaplığı: Ankara.

Erdem, M. (1960) *Sanat Tarihi*. Sulhi Garan Matbaası: İstanbul.

Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). *Öteki Kuram*. Erk Yayınları: Ankara.

Erinç, S. M. (2009). *Sanat Sosyolojisine Giriş*. Ütopya Yayınevi: Ankara.

Eşitti, Ş. ve Işık, M. (2015). "I. Dünya Savaşı Propaganda Afişlerinde Kadın Temsillerinin Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Göstergebilimsel İncelemesi". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, *70* (3), 655- 682.

Eşitti, Ş. ve Işık, M. (2018). "Osmanlı İmparatorluğu'nun Birinci Dünya Savaşı'ndaki Propaganda Faaliyetleri Üzerine Bir İnceleme: Harp Mecmuası Örneği". *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD)*, (29), 185-216.

Eşitti, Ş. ve Işık, M. (2022). "I. Dünya Savaşı'nda Osmanlı ve İngiliz Savaş Dergilerinin Propaganda Bağlamında Karşılaştırılması: 'The War Illustrated' ve 'Harp Mecmuası' Örneği". *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi* (40), 127-145.

Etlik, T. (2019). Bizanslılarda İkona Kırıcılık. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.

Fischer, E. (1980). *Sanatın Gerekliliği*. E Yayınları: İstanbul.

Fuat, M. (1970). *Başlangıcından Bugüne Türk ve Dünya Tiyatro Tarihi*. Varlık Yayınevi: İstanbul.

Gezgin, İ. (2014). *Sanatın Mitolojisi*. Sel Yayıncılık: İstanbul.

Gombrich, E. H. (1976). *Sanatın Öyküsü*. Remzi Kitabevi: Ankara.

Gökberk, M. (1996). *Felsefe Tarihi*. Remzi Kitabevi: İstanbul.

Green, B. (2010). *Christianity In Rome In The First Three Centuries.* T&T Clark International: New York.

Günay, E. (2015). "Antik Çağ Ekonomileri ve Gelenek ile Çok Tanrılı Dinlerin Etkisinde Oluşan Antik Çağdaki İktisadi Düşüncelerin Özellikleri". *International Journal of Academic Values Studies, 1* (1), 46-64.

Güngörmez, B. (2021). "Sosyal Bilimler Ansiklopedisi". Saraç, M.A.Y. (ed.). içinde Propaganda. (3 Cilt, 293-294) TÜBİTAK Bilim Yayınları: Ankara.

Güral, U. (2021). “Gladyatör Filminin Arkeolojik Açıdan İncelenmesi”. *Pearson Journal, 6* (14), 126-139.

Gürbüz, Ö. I. (2021). “Kadın ve Savaş Perspektifinden Millî Kimlik İnşası: Millî Savaş Hikayeleri Ekseninde”. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 11* (4), 1810-1822.

Hauser, A. (1984). *Sanatın Toplumsal Tarihi*. Remzi Kitapevi: İstanbul.

Hekimler, O. (2013). “1936 Berlin Olimpiyatları: Bir Barış Aracı mı? Yoksa Meşrutiyet Arayan Bir Rejimin Propaganda Aracı mı?” *Humanitas-Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 1* (1), 103-128.

Ilgım, M. (2022). *Aphrodisias Sebasteion Sevgi ve Gönül Salonu*. YKY Yayınları: İstanbul.

İçişleri Bakanlığı. (2024). Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya. Erişim Adresi: https://www.icisleri.gov.tr/arem/propaganda-araci-olarak-sosyal-medya

İçoğlu, G. (1994). Yunan ve Roma Tiyatrosu Sahne Binasında İşlev ve Mimari İlişkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Jowett, G. S. ve O’Donnell, V. J. (2015). *Propaganda and Persuasion.* Sage Publication: California.

Kalaycı, A. (2024). “Roma İmparatoru Traianus’un Doğu Seferleri ve Siyasi Sonuçları”. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21* (1), 240-251.

Kamözüt, C. (2015) “On Yedinci Yüzyıl Bilim Devriminin Hazırlayıcısı Olarak Mediciler ve Michelangelo”, Kilikya Felsefe Dergisi, (1), 23-43.

Kaplan, A. ve Kara, Ö. (2022). “Roma İmparatorluğu Döneminde Anadolu’da Spor Organizasyonları ve Yönetiminin Siyasal ve Sosyal Hayata Etkileri”. *International Academic Social Resources Journa*l, *7* (42), 1174-1182.

Karakuş, M. (2021). “Gelenekselden Dijitale Propaganda ve Araçlarının Dönüşümü”. *Selçuk İletişim Dergisi, 14* (1), 462-491.

Katar, M. (2017a). Hristiyanlığa Kadar Roma’da Din. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elâzığ.

Katar, M. (2017b). “Hristiyanlık Öncesi Roma’da Dinin Gelişim Serüveni”. *Cappadocia Journal of History And Social Sciences, 9,* 337-344.

Kaya, M. (2023). “Bereket Boynuzu Motifinin Bizans Sanatında ve Kapadokya Bölgesi Duvar Resimlerinin Anikonik Bezemesindeki Yeri ve Önemi Üzerine Değerlendirmeler”. *Art-Sanat Dergisi, 20,* 263-91.

Kaygısız, S. (2022). *Antik Yunan ve Roma’da Onurlandırma*. Sakin Kitap Yayıncılık: İzmir.

Kerenyi, K. (2019). *Yunan Mitolojisi*. Say Yayınları: İstanbul.

Keser, S. C. ve Yüksel, H. N. (2022). “20. Yüzyıl Anıtlarının Devrilmesiyle Yıkılmaya Çalışılan Görsel Tarih”. *Artuklu Sanat ve Beşerî Bilimler Dergisi, 8,* 29-50.

Kılıç, N. (2008). Marcus Aurelius’un Ahlak ve Siyaset Felsefesine Bir Bakış. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.

Kılıçaslan, E. Ç. (2008). *Siyasal İletişim: İdeoloji ve Medya İlişkisi*. Kriter Yayınevi: İstanbul.

Kolancı, B. Y. (2020). “Anadolu’da Roma İmparatorluk Dönemi Mimari Bloklarında Medusa Bezemesi”. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 40,* 81-104.

Köseoğlu, Y. ve Al, H. (2013). “Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya”. *Akademik İncelemeler Dergisi, 8* (3), 103- 125.

Kutlu, T. (2021). “Ben Carrie Değilim: Yeni Dönem Korku Sinemasının Asi Kızları”. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi, 8,* 29- 47.

Küçük, E. (2015). “Roma Halkının İki Özgürlük Kalesi: Provocatio Ad Populum ve Tribunus Plebis”. *Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi, 5* (1), 127-144.

Marangoz, Ö. (2019). “Aphrodite Betimlemeleri Işığında Antik Yunan Sanat Anlayışı Üzerine Bir İnceleme”. *Atatürk Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi, 1* (1), 1-11.

Morss, S. B. (2004). *Rüya Alemi ve Felaket: Doğuda ve Batıda Kitlesel Ütopyanın Tarihe Karışması.* Metis Yayınları: İstanbul.

Nutku, Ö. (1985). *Dünya Tiyatrosu Tarihi 1*. Remzi Kitabevi: İstanbul.

Öner, Y. (2023). "Orta Çağ'ın Kristolojik Sembollerinden Biri Olarak Unikorn". *Bingöl Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, *22*, 255-270.

Ötgün, C. (2008). "Sanatın Şiddeti ve Sınırları". *Sanat ve Tasarım Dergisi*, *1* (1), 90-103.

Övür, A. (2016). "Kitle İkna Tekniklerinin Kullanılması Bakımından Günümüz Televizyon Yayıncılığı". *İletişim Çalışmaları Dergisi*, *2* (3), 55-79.

Özçağlan, M. ve Apak, D. (2017). "Soğuk Savaş Yıllarında Algı Yönetimi, Haber ve Propaganda İlişkisi". *Marmara İletişim Dergisi*, *28*, 107-130.

Özdemir, M. (2023). "Paleolitik Çağ'da Atalar Kültü Düşüncesi Üzerine Bir Değerlendirme". *İçtimaiyat Sosyal Bilimler Dergisi, 7* (1), 1-20.

Özdizbay, E. A. (2011). Roma İmparatorluk Döneminde Pontus-Bithynia Eyaleti'nde Agon'lar ve Agonistik Sikkeler. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Özel, M., Karakaş, O. ve Durmuş, A. (2018). "Geleneksel Medya ve Sosyal Medyada Yer Bulan Türkiye-Hollanda Krizinin Propaganda Çerçevesinde İncelenmesi". *Kurgu, 26* (1), 82-103.

Özer, N. P. (2019). "Propagandada Yöntemler, Araçlar ve Bir Propaganda Modeli Olarak; Herman ve Chomsky Propaganda Modeli". *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, *1* (1), 15-30.

Özsoy, O. (2010). *Propaganda*. Özel Kitaplar: İstanbul.

Öztürk, G. (2017). "Bir Propaganda Aracı Olarak Radyo". *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, *2* (3), 157-174.

Panofsky, E. (2012). *İkonoloji Araştırmaları*. Pinhan Yayıncılık: İstanbul.

Postman, N. (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence.* Ayrıntı Yayınları: İstanbul.

Qualter, T. H. (1980). "Propaganda Teorisi ve Propagandanın Gelişimi". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, *35* (1), 255-307.

Rhodes, A. (1987). *Propaganda: The Art Of Persuasion: World War II.* Wellfleet Press: New York.

Rissanen, M. (2014). "The Lupa Romana In The Roman Provinces". *Acta Archaeologica Academiae Scientiarum Hungaricae, 65,* 335-360.

Sarıtaş, D. Ö. (2019). "Roma Cumhuriyet Döneminde Aedilis Makamı: Kuruluş, Hukuki Statü ve Yetkiler". *Yeditepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 16* (2), 107-126.

Satır, E. M. (2018). "İdeoloji ve Sanat İlişkisi Bağlamında Sovyet Anıtsal Propagandası". *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7* (3). 566-583.

Savçın, E. B. ve Savçın, S. B. (2021). "Kollektif Bellek Oluşumunda Metinlerarasılık: Sanat, Mekân, Propaganda Geleneği ve İdeoloji Üzerine Bir İnceleme". *International Academic Social Resources Journal, 6* (32), 2041-2048.

Selimoğlu, M. K. (2009). *İlk İnançlar*. Mozaik Yayınları: İstanbul.

Sevinç, H. (2023). "Helen ve Roma Dönemi Siyasal Düşünüşü". *Akademik İzdüşüm Dergisi, 8* (1), 27-47.

Smith, R.R.R., Jacobs, I. ve Somersan, S. (2022). "Aphrodisias'ta Güncel Çalışmalar". *Lycus Dergisi, 6,* 25-63.

Solmaz, Ç. ve Kayıran M. (2022). "Basın ve Propaganda Arasındaki Organik İlişkinin Osmanlı Devleti'ne Yansımaları (1831-1918)". *Tarih ve Gelecek Dergisi, 8* (4), 1156-1171.

Sönmez, B. E. (2023) "Prymnessos'tan Roma İmparatorluk Dönemi Nike Heykeli". *OANNES-Uluslararası Eskiçağ Tarihi Araştırmaları Dergisi, 5* (2), 623-636.

Sönmez, Z. (2020). "Antik Pisidia Sagalassos'ta İmparator Kültü ve Bu Kültün Roma'nın Hristiyanlaşması Sürecindeki Etkisi". *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4* (1), 116-134.

Sözen, M. ve Tanyeli, U. (2001). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. Remzi Kitabevi: İstanbul.

Spielvogel, J.J. (1996). *Hitler and Nazi Germany*. Prentice Hall: New Jersey.

Şahin, A. (2021). "Birinci Dünya Savaşı'nda İngiliz Propagandası". *Tarih Kritik Dergisi, 7* (3), 335-339.

Şahin, D. ve Özkeş, S. N. (2022). "Erwin Panofsky'nin İkonografik ve İkonolojik Eleştiri Yöntemine Göre Diego Velazquez'in 'Aynadaki Venüs' İsimli Eserinin Analizi". *Sanat ve Yorum,* (40), 42-48.

Şahin, T. E. (2006). *Arkeoloji ve Sanat Tarihi*. Dikey Yayıncılık: Ankara.

Şenel, A. (2002). *Siyasal Düşünceler Tarihi*. Bilim ve Sanat Yayınları: Ankara.

Şengül, N. Ç. (2013). "Antikçağda Küçük Asya'daki Sporcular: Sosyal Durumları, Profesyonellik ve Kentler". *Cedrus, 1,* 151-162.

Şinoforoğlu, T. ve Akkurt, M. (2021). "Krallık' tan Cumhuriyet'e Roma'da Spor". *Spormetre The Journal of Physical Education and Sport Sciences, 19* (4), 1-19.

Taylor, P. M. (2003). *Munitions of the Mind: A History of Propaganda.* Manchester University Press: Manchester.

Tekin, O. (2008). *Eski Yunan ve Roma Tarihine Giriş*. İletişim Yayınları: İstanbul.

Terkoğlu, E. (2023). Göbeklitepe Kalıntılarının Sembolizm ve Sanat İlişkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Altınbaş Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Tolstoy, L.N. (1992). *Sanat Nedir?* Şule Yayınları: İstanbul.

Tomay, B. ve Değirmencioğlu, H. (2017). "Antik Çağda Anadolu'da Spor Turizmi". *Süleyman Demirel Üniversitesi Yalvaç Akademi Dergisi, 2* (2), 9-21.

Toprak, B. (1958). *Sanat Tarihi*. İnkılap Kitapevi: İstanbul.

Tuğrul, R. (2016). Çağdaş Sanatta Politik Eylem Sorunu. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mardin Artuklu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mardin.

Türk Dil Kurumu. (2024). Propaganda. Erişim Adresi: https://sozluk.gov.tr

Türk Dil Kurumu. (2024). Sanat. Erişim Adresi: https://sozluk.gov.tr

Uyanık, E. (2016). "İletişim Araştırmalarının Tarihçesine Bakış". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 42,* 58-76.

Ülker, D. (2022). "Kalabalıklara Atfedilen Cinsiyet Değerleri ve Kalabalıkların Değişen İmgeleri Üzerine". *8. Uluslararası Toplumsal Cinsiyet Çalışmaları Konferansı*. Mayıs 12-14. Gazimağusa, Kuzey Kıbrıs. 256-274.

World History Encycopedia Türkçe. (2024). Hristiyanlık. Erişim Adresi: https://www.worldhistory.org/trans/tr/1-665/hristiyanlk/

Yaman, Ö. M. (2007). Bir İktidar Aracı Olarak Propaganda. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Yaylı, H. ve Küçük, A. B. (2011). "Sosyal Bölünme-Kent Dokusu İlişkisinin İlkel Örneği Olarak Roma". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *13* (2), 121-138.

Yıldırım, M. (2020). "Rönesans ve Reformasyon". *ÇAKÜ Edebiyat Fakültesi Dergisi*, *8* (1), 184-210.

Yılmaz, B. (2012). Aphrodisias Sebasteionuna Ait 3 Kabartma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

Yılmaz, O. (2010). "Sanatın Arketipi Olarak Anne İmgesi". *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, *34* (2), 47-59.

Ziyaoğlu, R. (1963). *Propaganda ve Sanatı*. İstanbul Halk Basımevi: İstanbul.