

## ELİTLERİN GÖSTERİŞÇİ TÜKETİMİ VE ELIAS'IN SARAY TOPLUMU

### CONSPICUOUS CONSUMPTION OF ELITES AND ELIAS'S COURT SOCIETY

İrem ÖZGÖREN KINLI\*

\* Dr. Öğretim Üyesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, irem.ozgoren.kinli@ikc.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9774-6567>

#### ÖZ

*Bu çalışma, Norbert Elias'ın saray toplumu modelinin, elitlerin gösteriş tüketimine ilişkin literatüre katkısını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu modele göre lüks tüketimi ve prestij harcamalarının işlevi, saray elitlerinin sosyal konularından kaynaklı olarak kendilerini diğerlerinin gözünde görünür kılmaktır. Bu saray toplumuna ait bir rasyonalitedir. Tasarruf yapma ahlakını yücelten burjuva ahlakından farklı bir rasyonalitesi vardır. İktidarın devamlılığı için lüks ve prestij harcamalarının yapılması zorunludur ve bunlar görünür olmalıdır. Bu makale üç bölüme ayrılır. İlk bölümde lüks kavramının tarihsel gelişimine ana hatlarıyla değinilecektir. İkinci bölüm, Sombart'ın ve Veblen'in toplumsal ayırım ve tüketim pratiklerine ilişkin çalışmalarını tanıtır. İkinci bölümün ilk kısmında öncelikle Sombart'ın hayatı hakkında kısa bir bilgi verilecektir. İkinci olarak, Sombart'ın çalışmalarında ahlak ve ekonomi, ardından da lüks ve kapitalizm konularının nasıl ele alındığının üzerinde durulacaktır. İkinci bölümün ikinci kısmında ise, Veblen'in akademik katkıları, aylak sınıfı teorisi ve gösterişçi tüketim kavramlarına yoğunlaşılacaktır. Son bölüm ise Norbert Elias, saray toplumu modeli ve saray elitlerinin prestij harcamalarının tanıtılmasına ayrılmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Norbert Elias, Thorstein Veblen, Werner Sombart, Saray Toplumu, Gösterişçi Tüketim.

**Jel Kodları:** A14, Z1, Z13.

#### ABSTRACT

*This paper aims to demonstrate the theoretical contribution of the court society model to the literature of conspicuous consumption of elites. According to this model, the function of luxury consumption and prestige expenditure is to manifest them in the most visible way. Court society has a specific type of rationality. It is different from bourgeois form of rationality characterized by savings for future profit. Expenditures of luxury and prestige are considered vital for the continuity of power and they must be visible. The article is divided into three parts. The first part briefly presents an overview of conceptual and historical investigation of the idea of luxury. The second part introduces Sombart's and Veblen's studies about the social distinction and consumption patterns. The first section of this second part offers, firstly, biographical information about Sombart. Secondly, ethics and economics, later on, luxury and capitalism in Sombart's works will be addressed. The second section of the second part focuses on the Veblen's academic achievements, the theory of leisure class and the notion of conspicuous consumption. The last part is devoted to the presentation of Norbert Elias, his court society model and prestige expenditures of court elites.*

**Keywords:** Norbert Elias, Thorstein Veblen, Werner Sombart, Court Society, Conspicuous Consumption.

**Jel Codes:** A14, Z1, Z13.

## 1. GİRİŞ

Tarih boyunca tüm toplumlarda insanlar ihtiyaçlarının ötesinde müsrif harcamalar yaparak diğerlerinden farklılıklarını ve üstünlüklerini göstermeye çalışmışlardır. Tüketimin her zaman belirli bir sosyal işlev üstlendiği iddia edilen bu perspektifte, biriktirme ve hesaplı harcamayı öncülleyen klasik ekonomik değerlendirmelerin tersine tüketim, gereksiz olanın gerekli olana galip geldiği bir anlayış ile *üretken bir savurganlık* olarak tanımlanır.

Thorstein Veblen ve Werner Sombart'ın elitlerin gösteriş tüketimi çalışmalarından feyz alarak kaleme aldığı *Saray Toplumu* adlı çalışmasında Norbert Elias, lüksün saray elitleri açısından bir ihtiyaç ve gereklilik olduğunun altını çizer. Lüks tüketimin ve prestij harcamalarının sosyal ve sembolik bir değeri olduğu bu toplumlarda lüks tüketim, Elias'a göre, kral dahil tüm soylu sınıfın sosyal konumlarını pekiştirmeleri için gereklidir. Bu harcamalar, sadece tüketenlerin lüks ürünlerin tüketiminden aldıkları keyiften dolayı gerçekleşmemektedir. Lüks tüketimi ve prestij harcamalarının işlevi, saray elitlerinin sosyal konumlarından kaynaklı olarak kendilerini diğerlerinin gözünde görünür kılmıştır. Bu saray toplumuna ait bir rasyonalitedir. Tasarruf yapma ahlakını yücelten burjuva ahlakından farklı bir rasyonalitesi vardır. İktidarın devamlılığı için lüks ve prestij harcamalarının yapılması zorunludur ve saray elitlerinin harcamaları görünür olmalıdır.

Lüks kavramının tarihsel gelişimi, elitlerin gösterişçi tüketimi ve prestij harcamalarına ilişkin literatür nitelik ve nicelik olarak oldukça zengindir. Söz konusu birikim üzerine temellenen *saray rasyonalitesi* kavramsallaştırmasına ise, Türkçe literatür yabancıdır. Bu makale, Veblen ve Sombart'ın gösterişçi tüketim çalışmalarının ilham olduğu *saray toplumu* modelinin önemli bir ögesi olan *saray rasyonalitesi* kavramını Türkçe literatüre kazandırmayı amaçlamaktadır. Metodolojik olarak ise bu çalışma literatür taramasına dayanmaktadır.

Elitlerin gösteriş tüketimini saray toplumu kavramsallaştırması üzerinden ortaya koymak isteyen bu çalışma üç bölüme ayrılmıştır. İlk bölümde, lüks kavramının ortaya çıkışı, tarihsel gelişimi ve konuya ilişkin literatür üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde, Sombart'ın ve Veblen'in prestij harcamaları ve gösteriş tüketimi modelleri ele alınacaktır. Son bölümde ise, Elias'ın saray toplumu modeli ve saray elitlerinin harcamaları *saray rasyonalitesi* adını verdiği çerçevede incelenecektir. Sınıfsal konum, entelektüel altyapı ve alınan eğitimin metodolojik yaklaşımı belirlemede önemli bir etkiye sahip olduğu gerçeğinden yola çıkılarak, Veblen, Sombart ve Elias'ın lükse ilişkin kavramsallaştırmalarını ve elitlerin tüketim pratiklerine ilişkin yaklaşımlarını daha iyi anlamlandırabilmek adına söz konusu düşünürlerin yaşam hikâyelerine anahatlarıyla yer verilecektir.

## 2. LÜKS KAVRAMININ TARİHSEL GELİŞİMİ

Etimolojik açıdan incelendiğinde lüks Latince kökenli aşırı bolluk, aşırıya kaçma anlamlarına gelen *luxus* kelimesinden türemiştir (Ernout ve Meillet, 1951: 666). Ateşin bulunduğu döneme kadar geri gidildiğinde, ateşe yani ışıklandırmaya sahip olanların gece işlerini de yapabilmelerinden kaynaklı olarak daha fazla üretebilmek gibi avantajlara sahip olduklarını ve bu doğrultuda imtiyazlar sağlayabildiklerini tahmin etmek zor değildir. Diğer bireylerden farklılaştırdığı ölçüde ise ışık, lüks kavramını beraberinde düşündürmektedir. Bu nedenle, lüksün Latince ışık anlamına gelen *lux* kelimesinden türetildiği tartışmaları da bu bağlamda değerlendirilebilir.

Lüks kavramının tanımlarına yönelik olarak sözlüklere göz atılacak olursa, *Webster* sözlüğündeki lüks tanımı *aşırılık* kavramını içermenin yanı sıra *zevk*, *tutku* ve *gereksiz* gibi çağrışımları da barındırmaktadır: Bolluk veya büyük kolaylık ve rahatlık hali, mutlak suretle gerekli olmayan fakat zevk

veya rahatlık veren şey, zevk, tatmin veya rahatlık sağlayan bir şeye duyulan tutku (Mish, 2004: 742). *Oxford* sözlüğünde ise lüks, yüksek pahanın yanı sıra enderlik, zevk, arzu ve gereksiz çağrışımları ile tanımlanmaktadır: Özellikle yüksek pahada olan büyük rahatlık ve güzellik; gereksiz, pahalı veya sahip olunması zor olan bir şeye duyulan arzu; nadiren elde edilen bir zevk (Stevenson, 2010: 1056). *Pierre Larousse*'da (1877: 807) ise lüks, pahalı, rafine ve gösterişli olan; gerçek anlamda ihtiyaçlara yönelik olmayan görece pahalı zevkler ve herhangi birşeyin çok miktarda olmasıdır. *Türk Dil Kurumu* (1992: 970-971) sözlüğüne göre ise, lüks giyimde, eşyada, harcamada aşırı gitme, gösteriş, şatafat; gösterişli, şatafatlı; gerekli olanın sınırlarını aşan; aydınlatma ölçü birimi; hava basınçlı bir tür petrol lambası olarak tanımlanır.

Adam Smith'in (2007: 1168) lüks tanımı ise gereklilikler üzerinden ayrıntılandırılmıştır. Smith'e göre tüketim malları ya zorunlu maddelerdir ya da lüks maddelerdir. Zorunlu maddeler, yaşamı sürdürebilmek için gerekli ve aynı zamanda yokluğu durumunda en alt kesimden olanları bile utandıracak duruma düşüren mallar olarak tanımlanmıştır. Yaşam için zorunlu maddelerin zaman içerisindeki değişimi ise bez gömlek örneği üzerinden anlatılmıştır. Smith'e göre eski zamanlarda bez gömlek zorunlu bir madde olarak tanımlanmaz iken günümüzde bu durum artık değişmiştir.

Kudret Emiroğlu'na göre ise, "*hangi malın lüks olduğu, toplumsal gereklilik normlarına ve elde edilebilirliğine göre değişir. Yaşam standardı yükseldikçe, lüks kapsamına giren ürünler de azalmaktadır.*" Neyin lüks olarak tanımlanacağı, o toplumdaki "*üretim örgütlenmesi kadar siyasal örgütlenmesi ve sınıfsal yapılanmasıyla da ilgilidir*" (Emiroğlu vd., 2006: 535).

Christopher J. Berry (1994), lüksün kavramsal ve tarihsel analizini yaptığı kapsamlı çalışmasında, lüks fikrinin, sosyal düzenin doğası ve eski Yunan toplumundan

günümüze değişen *iyi toplum* kavramsallaştırma ile yakından ilgisi olduğunu göstermeye çalışmıştır. Entelektüel tarih, felsefi, politik ve ekonomik teori üzerine temellendirdiği bu çalışmasında Berry, her toplumun kendi anlayışındaki lüks kategorisinin merkezi önemini vurgulamıştır. Berry (1994: 5) pahalılık ya da nadirliğin, bir malın lüks olarak kabul edilmesinde yeterli sayılamayacağını, günümüz toplumunda herkes tarafından arzu edilebilirliğin lüksü tanımlamakta yardımcı olabileceğini, lüks malların gerekliliklerden ayrı bir kategori oluşturmadığını onun yerine gereklilik ve arzuların kesiştiği temel insan ihtiyaçları ile ilgili olduğunu iddia eder. Yazara göre, bu perspektifte, gıda, barınak, giyim ve eğlence lüks mallar kategorisine dâhil edilmelidir.

Modern ekonomistler, eski filozofların aksine, lüksün kötü yönlerini açığa vurmaktan vazgeçmişlerdir (Palgrave 1894: 653). Alison V. Scott (2015)'a göre, lüksün kavramsal tarihinin anlatısı oldukça çarpıcı bir şekilde değişmiştir: Klasik antik çağda toplumsal erdeme tehdit olarak algılanan ve Orta Çağ Hıristiyanlığında ise günah ile ilişkilendirilen, negatif imalarla yüklü lüks kavramından, modern toplumda bir ayrıcalık işareti olarak pozitif bir değerlendirmeye doğru bir evrim yaşanmıştır. Küresel ticaretin gelişmesi ve maliyeti yüksek malların tüketiminde artışın yaşanmaya başladığı 17. yüzyıl, lüks mallara ilişkin yaklaşımın değişiminde dönüm noktasıdır (Scott, 2015: 2). *Lüksün ahlaki yönünü yitirmesi* olarak adlandırdığı bu modern dönemde Berry (1994: 101), isteklerin sınırsız olduğunun ve bu isteklerin yaygınlaşmasının bir yozlaşma nedeni değil daha ziyade doğal bir durum olarak kabul edilmeye başlandığının altını çizer.

18. yüzyıl itibarıyla ise, özellikle Sanayi Devrimi ile başlayan yeni süreçte zanaat tabanlı üretimden büyük ölçüde endüstriyel üretime geçiş, bütün alanlarda (teknoloji, üretim, kültür, ekonomi, toplumun sosyal yapısı) olduğu gibi hiç şüphesiz, lüks

algısına yönelik de değişiklere neden olmuştur (Emiroğlu vd., 2006: 536).

Lüksün 18. yüzyılda nasıl algılanıp kavramsallaştırıldığına belki de en iyi örnek, aydınlanma düşüncesini geniş halk kitlelerine yaygınlaştırmak amacıyla Denis Diderot öncülüğünde hazırlanan *Açıklamalı Bilimler, Sanatlar ve Zamanlar Sözlüğü*'nde Saint-Lambert tarafından kaleme alınan lüks maddesi olacaktır:

*“Zevkli ve hoş bir yaşam geçirmek için kullanılan zenginliklere ve ürünlere lüks adı verilir. Lüksün ilk ve başlıca nedeni, kendi halimizden memnun olmamız ve bütün insanlarda bulunan ve bulunması gereken daha iyi bir durumda olma isteğidir. İnsanların tutkularının, erdemlerinin ve kötü huylarının kaynağı da bu istektir. [...] Toplum içine yaşamaya başladığı andan itibaren, zenginleşme ve zenginliklerinin tadını çıkarma isteği insanoğlunun doğasında yer aldığı ve bu istek, bütün büyük toplumları desteklediği, zenginleştirdiği ve canlandırdığı ve lüks, iyi bir şey olduğu ve yalnız başına hiçbir kötülük yapmadığı için; filozof olarak da hükümdar olarak da, tek başına ve soyutlanarak ele alınan lükse saldırmamak gerekir. Hükümdar, aşırılıkları ve kötüye kullanımları yönetimde ve yasalarda engelleyecek biçimde reformlar yaparsa, lüksün doğuracağı kötülükleri düzeltebilir (Diderot ve D’Alembert, 2000: 235-238)”.*

18. yüzyıldan itibaren lüks kavramının alışlagelen ahlaki yönüyle değil de ekonomik temelli olarak ele alınmasına temsili nitelikte üç örnek verilir: *Arıların Masalı*'nda Mandeville (1724) ekonomik büyümenin ve refahın kendi çıkarlarını gözetken, lüks düşkünü insanlar sayesinde gerçekleştiğini belirterek bireysel kusurların nasıl toplumsal menfaatler yaratabileceğini göstermiştir.

Voltaire ise lüksün insan mutluluğunun önemli bir parçası olduğuna dair yazılar kaleme almıştır (Morize, 1909). Lüks üzerine yazdığı denemede ise Hume (1752: 23-40), ticaret, elverişlilik ve tüketim ile bağlantılandığı lüksün dönemindeki avantajlarını tasdik eder. Bu yaklaşımı ile

medeniyet ve zarafet kavramları arasında bir bağlantı kurarak *zevk adamı* olarak adlandırılabilir olan elitist figürün yaratılmasına katkı sağlamıştır.

Montesquieu (1989) ise lüksü, servetin yalnızca eşitsiz bir şekilde dağıtıldığı bir toplumda ortaya çıkabilen göreceli ve ekonomik bir kavram olarak ele alır. Lüks, monarşilere özgüdür. Monarşik bir devletin devamlılığı için lüksün artmaya devam etmesi gereklidir. Montesquieu, soylunun ticaret yapma hakkının olmasını reddeder; fakat monarşinin devamlılığını amaçlayan lüks ihtiyaçların karşılanabilmesi için ticari zenginleşmeden faydalanmasını destekler. Gelir dağılımının ayrıcalıklı sınıf lehine olduğu bir toplum olarak monarşide lüks harcamaları ona göre ekonomik gelişimde önemli bir rol oynar. Büyük monarşilere ise lüks ticaret yapmalarını önerir.

Max Weber'e (1978: 1106) göre ise, lüks gösteriş, ihtişam ve debdebe, öncelikle feodal bir statü ihtiyacına yönelik, egemenliği sürdürmek için kullanılan önemli bir iktidar aracıdır. Egemen feodal tabaka için lüks tüketim gereksiz değildir; kendini sosyal anlamda kanıtlamasının bir aracıdır.

### 3. TOPLUMSAL AYRIM VE TÜKETİM PRATİKLERİ

Tüketim, sadece mal ve hizmetlerin insan ihtiyaçları ve faydalanması amacıyla kullanılması olarak tanımlanamaz; çünkü tüketim, aynı zamanda gruplar arasındaki farklılıkları işaret eden sosyal ve kültürel bir süreçtir (Veblen, 2005; Bourdieu, 2015; Douglas and Isherwood, 1996). Bocoock'un (1993: 80) da belirttiği gibi, tüketim pratikleri, gruplar arasındaki farklılıkları ortaya çıkarmak ve onları sürdürmek; kimlikler arasındaki sınırları çizmek ve böylece buna ait olanları ve dışında kalanları belirlemek için kullanılabilir.

19. yüzyılın sonlarından itibaren toplumsal ayrım ve tüketim pratiklerine ilişkin yapılmaya başlanan analitik çalışmalar bu alanda hayli geniş bir literatür oluşturmuştur. Dikkat çekici bir çalışma

olarak, elitlerin ayrımının sosyolojisi üzerine yazdığı kitapta Daloz (2010), toplumsal ayırım temasıyla ilgili teorik ve ampirik çalışmaların sistematik bir tartışmasını sunar. Elitlerin tüketim pratikleri ve toplumsal ayırma ilişkin tüm yaklaşımları bu makale kapsamında incelemek mümkün olmadığı için, konuyu kapsamlı bir şekilde ele alan Daloz'un söz konusu eserinin literatür ve bu çalışma açısından önemli olduğunun altı çizilmelidir. Kronolojik olarak, Yunan ve Romalı düşünürlerin elit ayrımları hakkındaki felsefi tartışmalarından başlayarak, Daloz, sırasıyla Spencer, Tarde, Veblen, Simmel, Weber ve Sombart'ın bu konudaki çalışmalarını ortaya koyar ve kitabını konuya ilişkin neo-Marksist, işlevselci, modern ve postmodern perspektifle inceler. Bu makale kapsamında, Elias'ın saray toplumu modelini açıklayabilmek için modeli oluştururken ilham aldığı Sombart ve Veblen'in yaklaşımları ve kavramları üzerinde ayrıntılı olarak durulacaktır.

### 3.1. Werner Sombart

Werner Sombart (1863-1941), 19. yüzyılda soyut ve teorik yaklaşıma sahip olduğu gerekçesiyle eleştirilen klasik ekole alternatif olarak geliştirilen Alman Tarihçi Okulu'nun üçüncü ve son nesil temsilcilerinin önde gelen üyelerinden birisi olarak kabul edilmektedir. Ailesinin serveti ve bağlantıları sayesinde Pisa (1882), Berlin (1893) ve Roma'da edebiyat, ekonomi ve tarih alanlarında eğitim alma imkânına sahip olmuştur (Sica, 2007). Çalışmaları daha çok kurumların nasıl değiştiğine adanmıştır (Chaloupek, 2005: 683). Sombart'ın yaklaşımı, evrensel iktisadi kanunların olmadığı, iktisadi kurumların zaman ve mekân içerisinde göreceli niteliği olduğu yönündedir (Kazgan,1984: 216; Hançerlioğlu,1972: 275). Avrupa'da ekonomik gelişmenin tarihsel açıdan sistematik analizini yapmıştır (Mai, 1975: 211).

Sombart, Türk düşün dünyası üzerinde de etkili olmuştur. Sombart'ın iktisat alanındaki görüşleri Avrupa'da tartışılırken,

aynı dönemlerde, Türkiye'deki iktisatçılar da Sombart'ın görüşlerini değerlendirmiyorlardı. Örneğin, 1918-1925 yıllarında Almanya'daki eğitimi sırasında Sombart'ı yakından tanıma fırsatı bulan Ömer Celal Sarc (1942), Sombart'ın iktisat alanına yaptığı katkılarını kaleme aldığı yazısında Sombart'ın teorik yaklaşımını yenilikçi bulmakla birlikte görüşlerini yeterince derinleştirmede, politik ekonomi meselelerini ihmal ettiği ve siyasi tutum değişiklikleri gerekçesiyle Sombart'ı eleştirmiştir.

Ülgener'e (1942: 96-102) göre, Sombart iktisat tarihine çeşitli açılardan verimli olabilecek yeni araştırma metotları getirmiştir. Bunlar arasında psikolojik unsurları ve iktisat tarihinin maddi gerekliliklerini dış faktörler ile birleştirmek sayılabilir. Yazara göre, bireye ekonominin öznesi olarak yaklaşan Sombart, bireyin sezgileri ve inançlarını tarihinin bir bütün olarak çalışma konusu haline getirmiş ve ekonomik meseleleri sadece maddi unsurlar ve dış faktörlerin etkilerinin sıralanması aracılığıyla açıklamak yerine o olayları yaşayan insanların zihniyeti ile ele almak gerektiğinin üzerinde durmuştur.

#### 3.1.1. Sombart'ın Çalışmalarında Ahlak ve Ekonomi

Yaşantısı boyunca Sombart'ın siyasi görüşleri oldukça değişikliğe uğramıştır. Marx'ın 19. yüzyılın en önemli filozofu olduğu inancı ile yola çıkmış; Marx'ın *Kapital*'inin üçüncü cildi üzerine daha sonra kitabın ekine ilâştirecek kadar başarılı bir değerlendirme yazısı kaleme almıştır. Buna karşın, zaman içerisinde Marksist sosyalizmden büyük ölçüde uzaklaşmış ve hayatının son dönemlerinde Alman Nasyonal Sosyalizmine sempati duymuştur.

Gioia'a (2014: 24) göre, Sombart'ın bilimsel perspektifindeki değişimleri açıklamanın anahtarı onun özellikle teorik düzlemdeki konumlanmasında aranmalıdır. Yaşadığı dönemin ciddi ekonomik ve sosyal krizler bağlamı göz önünde bulundurulduğunda, Sombart'ın metodolojik yaklaşımının sınırları ve

bilimsel verilerinin muğlaklığı onu analizlerinde tutarlı olmak adına daha önce reddettiği modelleri kullanması yönünde zorlamıştır.

Weber'in (2001) püriten ahlakın kapitalizmin doğuşuna zemin hazırladığını iddia ettiği çalışmasından etkilenecek kaleme aldığı söylediği çalışmasında Sombart (2001: 134), modern ekonomik yaşamın oluşumu ve gelişiminde Yahudilerin o döneme değin ihmal edilen rolünü ve katkısını ön plana çıkarmaya çalışmıştır. Modern kapitalizmin ortaya çıkışını birçok faktör ile açıklamaya çalışan Sombart, Yahudi kültürü ve davranış biçiminin yaygınlaşmasının hangi açılardan ekonomik, siyasi ve sosyal davranışların doğasını değiştirdiğini; kapitalizmin ruhunun yaygınlaşmasına uygun ekonomik ve sosyal çevreyi yaratan bireylerin ekonomik faaliyetlerini nasıl dönüştürdüğünü araştırmıştır. Sombart'a göre Yahudiler eski davranış kalıplarını ve ilişki biçimlerini tümüyle değiştirerek ekonomik ve sosyal çevreyi önemli ölçüde değişikliğe uğratmıştır.

Lenger'e (1997:151-153) göre Sombart, Marksizm'in ekonomik ve sosyal araştırmalar için teorik yaklaşımının yenilikçi yönlerinin altına çizerek Marx'ın kapitalizm analizini takdir etmekle birlikte, tarihsel materyalist yaklaşımın sosyal olguların psikolojik temellerini bilimsel olarak ele almadığı yönünde eleştirmiştir. Sombart için mekanik tarih anlayışın birinin kollarını bağlayıp olup biteni oturduğu yerden izlemesinden farkı yoktur çünkü Marksizm'de ahlaki unsurlara rastlanmaz.

### 3.1.2. Sombart, Lüks ve Kapitalizm

Altı cilt halinde yayınladığı *Modern Kapitalizm* kitabında Sombart (1902), kapitalizmin tarihsel gelişiminin sistematik analizini yapmıştır. Kapitalizmi üç döneme ayırmıştır. Sanayi Devrimi'nin başlangıcından 1914 yılına kadar olan kapitalizm öncesi Avrupa'daki ekonomik dönemi, *erken dönem kapitalizmi* olarak adlandırmıştır. İkinci dönemi, *zirve dönemi kapitalizmi* olarak tanımlamıştır. Refah devletinin başlangıcı olarak gördüğü dönem

için ise *geç kapitalizm* ifadesini kullanmıştır. Kapitalizmin ortaya çıkışında ve başarılı olmasında kapitalist ruha özel bir önem atfeder. Kapitalist ruh kavramını çoğunlukla iktisadi zihniyet kavramı ile eşdeğer kullanmıştır. Sombart'a göre, kapitalist ruh hem kazanma dürtüsünü hem de ekonomik rasyonalizmi içerisinde barındırır. Kapitalizmin ruhu, nesnel kriterlere uygun olarak yapılanan kapitalist sistemdir (Derya, 2014: 521-574).

Sombart (1998) saray kültürünün kapitalist ekonomik gelişmenin içinde nasıl yer aldığını anlatır. Avrupa'da erken kapitalizminin bağlantı noktası olarak gördüğü yaklaşık olarak 1300'lerden 1800'lere kadar olan dönemdeki ticaretin, sanayinin ve finansal sermayenin genişlemesinin başlıca nedeni, Sombart'a göre, yeni zenginlerin, sarayların ve aristokratların lüks mallara olan talebidir.

*Aşk, Lüks ve Kapitalizm* kitabında Sombart (1998: 88), lüksü temel ihtiyacı aşacak biçimde yapılan her türlü fazladan harcama olarak tanımlamıştır. Yazara göre, göreceli bir kavram olan lüksün içeriğini somutlaştırabilmek için temel ihtiyacın ne olduğu belirlemek gereklidir. Sombart (1998: 89), lüksün *nitel* ve *nicel* olarak iki biçimde kurulmuş, olabileceğinden bahsetmektedir:

*“Nicel anlamda lüks, malların ‘ziyan’ edilmesiyle eş anlamlıdır: bir uşak ‘yettiği’ halde yüz uşak tutmak ya da puroyu yakmak için üç kibrit çöpünü birden tutuşturmak gibi. [...] Nitel lüks kavramından yola çıkarak, incelmış mal ile hemen hemen aynı anlama gelen lüks mal kavramını türetiyoruz. Malların, temel gereksinimi giderme amacının dışına taşacak ölçüde islenmesine, incelmeye denir.”*

Sombart, nicel anlamda lüksü *sayısal aşırılık* ile açıklarken, nitel anlamda lüksü *incelme* kavramından yola çıkarak açıklamaktadır. Burada bahsi geçen incelmeye kavramı, ürünün kendi içsel özelliklerine ilişkin bir değerdir. Diğer bir deyişle, incelmış bir ürün her ne kadar temel gereksinimin dışına çıkarsa; bir o kadar lükse yaklaşacaktır denilebilir. Sombart'a

(1998: 90) göre, “her türlü kişisel lüks, öncelikle salt nefse dayalı bir haz duygusundan kaynaklanır: görme, işitme, koklama, tatma ve dokunma duyularını uyaran şey, her türden kullanım eşyası üzerinde gün be gün daha da mükemmel tarzda nesnelleştirilir.”

Sombart tarafından öne sürülen Avrupa Saraylarındaki lüks harcamaların erken dönem modern kapitalizminin temelini oluşturduğu iddiası ilgi görmekle birlikte eleştiri konusu da olmuştur. Örneğin Braudel, *Medeniyet ve Kapitalizm* adlı eserinde (1992: 186), 19. yüzyılın yenilikleri gerçekleşmeden önce, büyümenin bir ögesi olarak lüksün birçok farklı tezahürünün birikmiş sermayenin anlamlı bir biçimde kullanımını sağlayamayan bir ekonominin işareti olarak mı değerlendirilmesi gerektiğini sorgular. Bu anlamda, lüksün belirli biçimleri ancak toplum tarafından ortaya konan artık üretimin Sanayi Devrimi'ne kadar, haksız, sağlıksız, savurgan tüketimi olarak Eski Rejime özgü bir hastalık belirtisi olarak düşünülebilir. O halde Braudel, Sombart'ın erken modern dönem saray yaşantısının doyumsuz tüketim pratikleri ile kapitalist üretim arasında yakın bir ilişki olduğu yönündeki tespitlerine katılmaz.

Sombart'a göre, lüks mallara olan talebin yoğunlaşması, kapitalist üretim ve ticareti teşvik ederek aynı zamanda bir yaşam tarzının sona erdiğini işaret etmiştir. Büyük ticari faaliyetler sonucunda zenginleşen yeni üst sınıfların oluşturduğu yeni toplumsal tabakanın soyluluk mertebelerine yükseltmelerinde lüks harcamalarının yaygınlaşmasına dikkat çeker. Aynı dönemde özgür aşka ilişkin yeni bir anlayışın ortaya çıkması, aşkın dünyevileşmesi, gayri meşru aşkın yaygınlaşması sayesinde, “kadınlar aracılığıyla entrika, çapkınlık ve [...] lüks doğmuştur” (Sombart, 1998: 12).

Sombart, 17. ve 18. yüzyılda İngiltere, Hollanda, Fransa başta olmak üzere Hindistan'dan Avrupa'ya yapılan ithalatlardan istatistiklerine bakıldığında sırasıyla; baharat, ecza, boya maddeleri,

ipek ve ipek kumaşlar, pamuk ve pamuklu bezler, değerli taşlar, porselen ve son olarak da duruma göre kahve, tütün, şeker, çay ve kakaonun lüks mal olarak ithal edildiğini söylemiştir. Bu dönemde lüksün, doğum halinde olan ekonomi biçimlerini, yani kapitalist olan ekonomi biçimlerini geliştirdiğini ve bu nedenle ekonomik kalkınma yandaşlarının ateşli birer lüks taraftarı olduklarını belirtmiştir. Ayrıca Sombart (1998: 224) “Gördüğümüz üzere; gayri meşru aşkın meşru çocuğu olan lüks, işte böylece kapitalizmi var etmiştir.” diyerek kapitalizmin lüksten doğduğunu savunmuştur.

Yazar, Avrupa'daki saraylardaki lüks talebini, -ki bu unsur Elias tarafından saray toplumu modelinde daha sonra ayrıntılı olarak ele alınacaktır-, saraylıların sadece konfor arayışı aracılığıyla açıklamaz; Sombart'a göre, lüks harcamalar sosyal hareketlilik bağlamında da değerlendirilmelidir. Bu açıdan pahalı tüketim kültürü sadece sıkılan aristokratları eğlendirme işlevinin ötesinde aynı zamanda kralların aristokratları kontrol etmesinin temel bir aracıdır.

### 3.2. Thorstein Veblen

Norveçli göçmen bir çiftçi ailenin çocuğu olarak dünyaya gelen Amerikalı sosyolog ve ekonomist Thorstein Bunde Veblen (1857-1929), John Hopkins ve Yale Üniversitesi'nde öğrenim gördü. 1891 yılında Cornell Üniversitesi'nde lisansüstü eğitim aldı. Chicago Üniversitesi'nde önce araştırma görevlisi daha sonra ise öğretim olarak çalışmaya başladı. 1906 yılında buradan ayrıldıktan sonra Stanford ve Missouri Üniversiteleri'nde ve New York New School for Social Research'ta çalışmıştır (Emiroğlu vd., 2006: 962).

Veblen üretim, tüketim ve bölüşümü belirleyen ekonomik yasalar değil toplumsal kurumlar olduğunu savunan kurumcu iktisat yaklaşımının kurucusu olarak kabul edilir (Hançerlioğlu, 1972: 153; 353). İktisadın konusunun kurumsal yapının gelişmesini incelemek olduğunu belirten Veblen'e göre kurum, düşünce alışkanlıklarıdır. Bir toplumun kültürünün

ancak evrimsel bir yaklaşım ile kendinden önceki kültürlerle karşılaştırılarak açıklanabileceğine inanmıştır. Bu bakış açısına göre, sanayi toplumunun gelişimi ve işleyişi ancak insan doğası ve kültür arasındaki mevcut karmaşık ilişki ağları ile anlaşılabilir (Savaş, 1998: 649-650).

Amerikan kurumcu iktisadının en önemli isimlerinden olan Veblen, kapitalizmin değişen kurumsal yapısının incelenmesinin önemine ve geleneksel iktisat bilgilerinin kurumları ele alışlarındaki aksaklıklara dikkat çekmiştir. Sosyo-ekonomik sorunların çözümleri için yeni bakış açılarının geliştirilmesini ve farklı analitik çerçevelerinin oluşturulmasını önermiştir (Kızılkaya, 2001: 6-7). İktisadın kaynağını insandan alması gerektiği konusunda uzlaşan kurumcu düşünür, içinde yaşadığı kapitalist toplumu ve liberal öğretiyi kıyasıya eleştirmiş, toplumun değişimini gerekli ve mümkün görmüştür. Marx'ı bir düşünür olarak takdir etmekle birlikte, onu eleştirmiş; Marx'ın kapitalist sistemin yıkılacağına ilişkin görüşüne katılmamıştır (Kazgan, 1984: 220-221).

### 3.2.1 Veblen'in Aylak Sınıfı Teorisi

Orijinali 1899 yılında *The Theory of the Leisure Class* adıyla yayınlanan, Türkçe'ye *Aylak Sınıfın Teorisi* (2005) olarak çevrilen kitabı büyük ilgi görmüştür. Eğlence/boş zaman çalışmalarında sıklıkla referans verilen aylak/ eğlence sınıfı kavramını Veblen ilk defa bu kitabında kullanmıştır. Ekonomide denge kavramı üzerine yoğunlaşan ekonomistleri hedef alarak ekonomik yaşamın ve kurumların değişmesini alaycı bir dille anlatır. ABD'de vahşi kapitalizmin yarattığı zenginliği eleştirirken emeğin değil zenginliğin toplumsal olarak itibar gördüğünün altını çizer. İşçilerin sistemi değiştirmek yerine zenginlerin yerine geçmeye çalıştıklarını iddia etmiştir (Emiroğlu vd., 2006: 962).

Kapitalizmin fikri ve ekonomik temellerini inceleyen Veblen, farklı toplumsal sınıfların statü ve saygınlıklarını tüketim pratikleri ve metaları aracılığıyla nasıl gösterdiklerini ortaya koymaya çalışmıştır. Kapitalizmin hazcı ve rasyonel olmayan

özelliklerine odaklanan Veblen, kapitalizmin bireyleri tüketim yapmaya yönlendirdiğini, bireylerin ise minimum çaba ve maksimum keyif elde etme peşinde olduklarını iddia eder (Aytaç, 2002: 240-241).

Veblen'e göre aylaklık, zamanın üretici olmayan şekilde tüketimidir. Aylak sınıfı diğerlerinden ayıran temel unsur ise, her türlü üretken çalışmadan uzak kalışı ve emekten kaçışıdır (Sarıöz, 2005: 125-126). Düşünürü göre, mallarını emek vermeden şiddet ve hile ile kazanan aylak sınıf, alışkanlıkları ve yaşantıları ile toplumun diğer bireylerini dışlar. Muhafazakâr bir sınıf olan aylak sınıfın sahip oldukları ve davranışları toplumun geri kalanları üzerinde hükmedici ve buyurgan yasalara dönüşür; onlarda kıskançlık duyguları yaratır. Böylece aylak sınıf da kendi varlığını kendilerinin ve diğerlerinin gözünde meşrulaştırır, pekiştirir (Aytaç, 2002: 240-241).

### 3.2.2. Veblen'in Gösterişçi Tüketim Kavramı

Veblen *Aylak Sınıfın Teorisi* kitabında 19. yüzyılın sonlarına doğru tüketimin sınıfsal farklılığını gösterişçi tüketim kavramını inceleyerek ortaya koymuştur. Yazar, farklı toplumsal sınıfların statü ve saygınlıklarını boş zaman faaliyetleri ve gösterişçi tüketim aracılığıyla gösterme ihtiyacı içerisinde olduklarına dikkat çekmiştir. Aristokratlar, burjuvalar ve yeni zenginlerden oluşan elit sınıfının lüks harcamaları ve ihtiyaç dışı tüketimlerini eleştirirken boş zamanlarında keyif alma biçimleri ile toplumun geri kalan kesimlerinden nasıl farklılaştıklarını ortaya koymuştur. Ücretli bir iş yapmak zorunda olmayan bir konumda olan bu kişiler sosyal hiyerarşi içerisindeki prestijli konumlarını tüketme kabiliyetinin sergileyerek göstermeye çalışıyorlardı. Bu çerçevede Veblen'e göre tüketmek bir prestij göstergesi olarak diğerlerini kıskandırma içgüdüğü ile yapılan eylemlere dönüşür (Veblen, 2005: 57-76).

Çalışmaya ihtiyacı olmayan aylak sınıf, toplumsal hiyerarşide statüsünü çalışan sınıfların yarattığı artı değer aracılığıyla ve



edindiği özel mülkiyet sayesinde yükseltebilmiş; itibar kazanmıştır. Mülkiyetin elde edilme biçimi ve statü arasında da bir ilişki mevcuttur. Mülkiyetin mirastan kaynaklanması prestijli bir konumun göstergesidir. Söz konusu olan nesiller boyu aktarılan miras ise bu durum uzun süredir fiziksel çalışmanın gerçekleşmediğinin işareti olacaktır ki bu da saygınlığı daha da arttıran bir unsurdur (Veblen, 2005: 35).

Ait olunan toplum ya da sınıfın kendine özgü harcama standartları bireylerin yaşam standartlarını büyük ölçüde şekillendirir. Yaşam standardına uygun tüketim davranışlarında bulunmayan bireyler eskisi gibi ilgi görmeme, takdir edilmeme ve dışlanma riski ile karşı karşıya kalabilirler. Bu nedenle gösterişçi tüketime, ait olunan toplum ya da sınıfın dolaylı baskısı da neden olmaktadır (Veblen, 2005: 82- 83). Toplumsal sınıf, statü, sosyal çevre ve kültür ile gösteriş amaçlı tüketim arasında sıkı bir ilişki vardır (Açıklalın ve Erdoğan, 2004). Gösterişçi tüketim, üründen fayda beklentisi ile gerçekleşmez. Amaç, sosyal çevreye satın alma gücünün açık bir şekilde gösterilerek sınıf aidiyetinin herkesin gözünde pekiştirilmesidir (Güleç, 2015: 80); (Güner Koçak, 2017: 81-82); (Hız, 2011: 118).

#### 4. NORBERT ELIAS VE SARAY TOPLUMU MODELİ

##### 4.1. Norbert Elias

Hali vakti yerinde, orta sınıf Yahudi bir ailenin çocuğu olan Norbert Elias (1897-1990), 1907-1914 yılları arasındaki eğitimini Johannes Lisesi'nde tamamlar. I. Dünya Savaşı sırasında Alman askeri olarak görev yapan Elias savaş bittikten sonra Breslau Üniversitesi'nde felsefe ve tıp eğitimi alır (Mennell, 1992: 4-7). *Fikir ve Birey: Tarih Felsefesine Bir Katkı* başlıklı tezi ile Breslau Üniversitesi'nden 1924 yılında felsefe alanında doktora derecesi alır (Mennell ve Goudsblom, 1998: 4). 1929 yılında Karl Mannheim'ın Frankfurt Üniversitesi sosyoloji kürsüsünde göreve

başlaması sonrası Mannheim'ın asistanı olur ve 1930 yılında Frankfurt'a taşınır. *Saray Toplumu* adıyla yayınlanacak olan tezi ile 1933 yılında Elias doçent unvanını kazanır (Dunning ve Mennell, 2003: XIV).

Savaş öncesi ailesini son defa Almanya'da gördükten sonra 1935 yılında İngiltere'ye gider. 1939 yılında basılacak olan *Uygurluk Süreci* kitabını bu dönemde kaleme alır (Mennell, 1992: 17). Savaş sonrasında London School of Economics ve Bedford College'da misafir öğretim üyesi olarak dersler verir. 1954 yılında Leeds ve Leicester Üniversiteleri'nden akademik pozisyon teklifleri alır. Tercihini Leicester Üniversitesi'ndeki sosyoloji bölümünden yana kullanır. 1962 yılına kadar birçok önemli araştırmasını Leicester Üniversitesi'nde kaleme alır. 1962-1964 yılları arasında Gana Üniversitesi'nde sosyoloji profesörü olarak görev yapar. 1964-1984 yılları arasında bir yandan Hollanda ve Almanya'da misafir öğretim üyesi olarak dersler verirken diğer yandan eserlerinin İngilizceye ve Fransızcaya çevrilmesi, kendisinin İngilizce yayımlar yapması sayesinde uluslararası bir üne kavuşur. 1984 yılında temelli olarak yerleştiği Amsterdam'da, 1990 yılında hayatını kaybeder (Mennell, 1992: 19-26).

##### 4.2. Elias'ın Saray Toplumu Modeli

Elias'ın 1933 yılında doçentlik tezi olarak hazırladığı *Saray Toplumu*, 1969'da Almanca 1983'de ise İngilizce olarak ilk defa yayınlanır. Fransız kraliyet sarayında, bilhassa 14. Louis döneminde, soyluların yaşamına dair olan bu klasik çalışmada Elias, saraylıların ve hatta kralın kendisinin teşrifat ve seremoni ritüelleri ağının içerisine nasıl hapsedildiğini, harcamalarının gelirlerinden ziyade nasıl sınıfsal konumlarına göre onlara dikte edildiğini gösterir.

Saray toplumu analizinde ortaya çıkardığı şu üç önemli unsur özellikle dikkat çekicidir: Kraliyet ve aristokrat sarayların burjuva ve kapitalist toplumların ortaya çıkışında kilit toplumsal birimler olarak tanımlanması yönündeki argümanları; araçsal-yasal rasyonaliteden önce gelen ve

gizli etkisi hala devam eden *saray rasyonalitesini incelemesi*; saray toplumunda sosyal ilişkilerin dinamikleri içinde, çağdaş sosyal yaşantıda faaliyet göstermeye devam eden *toplumsal farklılaşma ve iktidar mekanizmalarını tanımlaması* (Van Krieken, 1998: 82).

Roger Chartier, *Saray Toplumunu* kitabının Fransızca baskısı için yazdığı önsözde Saray Toplumunu üç temel paradoksun oluşturduğunu ileri sürer (Elias, 1985: XX-XXII). İlki, *uzaklık/yakınlık* paradoksudur: Saray toplumu, en derin sosyal uçurumun kendisini en yoğun mekânsal yakınlıkta gösterdiği bir konfigürasyondur. Aristokrat konaklarında ev ahali ile hizmetlilerin yaşam alanları kesişir. Tahayyülde ve pratikte, özel ve kamusal yaşam arasında bir ayırım yoktur. İkinci ilke, *kimliğin görünüşe indirgenmesidir*. Bireyin sosyal varlığı, kendisi ya da başkaları tarafından nasıl temsil edildiği ile tanımlanır. Sosyal mevkisinin gerçekliği ona ilişkin kanaate bağlıdır. Bu koşullarda sınıfsal konumu mesken üzerinden teminat altına almak başlı başına bir amaçtır. Saray toplumunda evin büyüklüğü ve ihtişamı öncelikli olarak bir zenginlik göstergesi değil bir sınıfsal konum işaretidir (Elias, 1985: 32). Üçüncü ilke, *teslimiyet / üstünlük* paradoksudur. Toplumsal üstünlük kendisini siyasi ve sembolik itaat ile gösterir. Teşrifat, itaat etme ile kendisini gösteren bu ayırımın mükemmel bir aracıdır. Saray teşrifati, düzenleme, bütünleştirme ve gözetleme mekanizması oluşturur (Elias: 1985: 134).

Elias'a göre, aristokrat ve burjuva konutları, bu mekânlarda yaşayan insanların sosyal ilişkiler ağının yapısını yansıtır. Kamusal ve özel alanlar sosyal ilişkileri eş zamanlı olarak hem toplumsal yapılar düzeyinde hem de bu mekânlardaki davranışlar açısından belirler. Bu, *Saray Toplumunu*'nda Elias tarafından geliştirilen yaklaşımın bir başka yenilikçi boyutudur (Elias, 1985: 17-45). Elias, farklı iç mekânların mahremiyet düzeyinin oluşumunu anlamak için mimarinin göz önünde bulundurulması gereken tek unsur olmadığını altını çizer. Analiz yapabilmek için, o mekânlarda yaşayan insanların faaliyetlerinin,

davranışlarının ve duyarlılıklarının da dikkate alınması lazımdır (Chevalier, 2004: 157-158).

Elias'a göre (1985: 40) mesken, aynı toplumun insanların var olma ve birlikte yaşama tarzlarını ortaya çıkarır. Ona göre, mekândaki mobilyaların düzenlenmesi ve onun zaman içindeki dönüşümü, sosyal ilişkilerdeki olası değişimlere dair ipuçları verir. Bu açıdan bakıldığında, evin ve mekânın düzeninin saray toplumu tarafından incelenmesi, sınırlı da olsa yapılar hakkında fikir verir. Söz konusu olan, sadece mekânın kendisinin bir dönüşümü değildir; aynı zamanda aynı odada olan bireylerin davranışları da değişmiştir. Başka bir deyişle, saraylıların ikameti kesinlikle saray toplumundaki bazı sosyal ilişkileri hakkında kesin ve açık bir fikir verir.

Elias, saray toplumu modelinde davranış modellerinin yaygınlaşmasını özgün bir şekilde yorumlamaktadır. İlkin sadece saray toplumuna özgü olan davranış ve kısıtlamaların zaman içerisinde o topluma egemen olan elitlerden başlayarak tüm topluma yayılması, burjuvaların aristokratların var olma biçimlerini taklit etmesi, bunun sonucunda da saray soylularının ayrımcılığı yeniden tesis etmesinin üzerinde durur. Yeni adabı muaşeret kuralları, medeniyetin taleplerini arttırmaya yönelik rekabetçi bir mücadelenin zorlaması sonucunda ortaya çıkmaktadır. Benimseme ya da tam tersine ayırımı kuvvetlendirmek için var olan bu rekabet, medenileşme sürecinin ana motorudur; çünkü bu yarış, görgü kurallarının yeni detaylarla ayrıntılandırılmasına, yasakların artmasına ve hatta sansür eşiğinin yükseltilmesine yol açar.

Elias, saray adamının dürtülerini daha iyi kontrol etmesinin ona uygun davranış biçimini belirleme konusunda nasıl çok fazla seçenek sunduğunu, başkalarının ne düşündüğünü ve ne yönde hareket edeceğini öngörmeyi nasıl sağladığını anlatır. Saray toplumunun medenileştirici bir etkisi vardır. Bu açıdan bakıldığında,

sarayın görgüsü sadece belirli bir yere yani sadece saraya özgü değildir; aynı zamanda tüm toplumda kademeli olarak yaygınlaşan bir kişilik yapısıdır (Chartier, 2004: 221).

#### 4.3. Elias ve Saraylıların Prestij Harcamaları

Elias'a göre, *Saray Toplumu*'nda bireysel varoluş ve kimlik, bireyin pozisyonu ve statüsünü diğerlerine sergilemesi ile ilgili olduğundan temsilidir. Bu sergileme ve performans süreci son derece değişken ve rekabet yoğundur. Sosyal kimliğin temsilinin ana aracı teşrifat ve görgü kurallarının uygulanmasıdır; çünkü teşrifat ritüelleri, her bireyin sosyal ağ içerisindeki konumunu gösterir. Bu ritüeller, bireylerin konumlarını müzakere edip yönlendirebildikleri araçlardır. Duyguların yönetimi, bu manevralar için çok önemlidir; çünkü Elias'a göre bu manevralar en çok, duygularını en etkin biçimde kontrol edenlere fayda sağlar (Van Krieken, 1998: 85).

Elias, statüsünü koruma çabasından kaynaklı rekabetin kıskançlıkları ve gücünü korumak isteyen kral tarafından istismar edilen gerilimlere neden olan tartışmaları kışkırttığını vurgular. Saray rasyonalitesi, sermaye ve gelirden ziyade, prestij ve mevkiinin güç araçları olarak kullanıldığı saray yaşantısına uygun bir form olarak tanımlanabilir (Elias, 1985: 47-61).

*Saray Toplumu*'nda Elias, iki farklı dünya görüşünün varlığından bahseder: Mülkiyet etosu ve iktisadi etos. Bir yanda, burjuvazi sınıfının etosu onu burjuvazinin normlarına uygun olarak gelirine uygun harcama yapmaya, hatta gelecekteki gelirini arttırma umudu ile mümkün olduğunca mevcut tüketimini gelir seviyesinin altında tutmaya zorlar. Burjuvazinin davranış kuralları, prestij tüketimi harcamaları kavramı ile uyuşmaz. Sosyal statüye uygun tüketim etosunun hakim olduğu toplumlarda, ailenin sosyal pozisyonunu korumanın ve dahası prestijini, sosyal başarısını arttırmanın tek yolu, sosyal sınıf, statü ve prestij için harcama yapma isteğine bağlıdır. Sosyal sınıfa uygun harcamaları yapmayanların grup aidiyetleri riske girer. Prestij için

harcama yapma zorunluluğu, burjuvaların harcama mantığından oldukça farklıdır (Elias, 1985: 47-48).

Elias, prestij tüketiminin soyluluk düzeni içinde yer alınan mevkiye uygun olarak belirlendiğini göstermeyi amaçlar. Göz önünde bulundurulan zenginlik değil, prestijdir. Prestij harcamalarını daha iyi anlayabilmek için burjuvanın harcama pratikleri ile karşılaştırmalar yapar. Bir burjuva, her zaman gelirinden daha az harcama yaparak ekonomi yapmaya özen gösterirken, ekonomi yapma ifadesi bile aristokratlar açısından hor görülür. Aristokratlar, sosyal statülerini gösterişçi tüketim aracılığıyla koruyabilmek için temsil zorunluluklarını yerine getirmek zorundadırlar. Bu yükümlülükler, normlar ve değerler sisteminden oluşan saray toplumunun soylularının kaçamadığı gerekliliklerinin bir parçasıdır.

*Saray Toplumu*, Elias'ın aristokrat değer ve inanç sistemindeki şeref duygusunun önemini göstermesini, ve aynı zamanda teşrifatın işleyişini kendine amaç edinen kralın saray içerisindeki rolünün altını çizmesini sağlamıştır. Bu nedenle teşrifat kuralları ve prestij harcamaları, saray toplumunu şekillendiren yönetim araçları arasında sayılmalıdır. Kral için, teşrifat basit bir tören değil, aynı zamanda tebaasına hakim olmanın bir aracıdır. Bu nedenle, kral kendi gücünü korumak, hatta güçlendirmek, kendi kendini kontrol etmek, tebaasını gözlemlemek, onların çıkarlarını ortaya çıkarmak için, mütemadiyen saraydaki güç dengelerini göz önünde bulundurmak, gerilimleri dengelemek, baskı ve karşı baskıları mantıklı bir şekilde değerlendirmek zorundadır (Elias, 1985: 115-118). Öyle ki tüm dünya kralın gözünde bu şekilde yönetilmesi mümkün büyük bir saray gibidir (Elias, 1985: 131).

## 5. SONUÇ

İngilizceye 80'li yıllarında başında çevrilen Türkçeye ise henüz çevrilmemiş olan *Saray Toplumu* kitabı, sarayı kendine özgü bir rasyonaliteye sahip bir kurum olarak ele

alan önemli bir çalışmadır. Güç dengesi prensibinden kaynaklı olarak hükümdar da dahil olmak üzere herkesin, sarayın dayattığı kurallara uymakla mükellef olduğu bir mekanizmaya sahiptir. Hükümdar, kendinin ve sarayının bekası için, kimi zaman saray elitleri arasındaki gerilimlere çözüm bulmak kimi zaman da elitler arasında gerilimler yaratmak durumundadır. Hükümdar da dahil hiç kimse saray mekanizması içinde tamamen özgür değildir (Özgören Kınlı, 2014: 172). Sarayın kendine mahsus bir harcama mantığına sahip olduğu, saraylıların da bu doğrultuda prestij harcamaları yapmalarının var olan pozisyonlarını korumak için zorunlu olduğu ortaya konulmuştur.

Saray toplumu modelinin altyapısında birçok teorik yaklaşım etkili olmuştur. Fakat saray elitlerinin harcama pratikleri hususunda en çok Sombart ve Veblen'in etkisinden bahsetmek mümkündür. Sombart'ın saray kültürünün kapitalist ekonomik gelişmeyi belirlediği ve lüks harcamaların bir iktidar aracı olarak kullanıldığı iddiaları ile Veblen'in gösterişçi tüketim ve sınıfsal konum arasındaki ilişki olduğu, gösterişçi tüketimin baskı unsuru olduğu gibi tespitleri Elias'ın modelinde izler bırakmıştır.

Elias, *Saray Toplumu* kitabının önsözünde Sombart'ın lüksün saraydan doğduğu ve lüksün modern kapitalizmin doğuşu üzerindeki etkili olduğu tespitlerine yer verir. Sombart'ın saray fenomenini ele alma biçiminin kendi yaklaşımını belirginleştirmeye yardımcı olduğunu belirtir. Sombart'ın Avrupa toplumlarının gelişiminin belirli bir aşamasında saraylarda bir araya gelen insanların onlara özgü bazı vasıflara sahip olduğu tespitinden yola çıkan Elias, insanları biraraya getiren bu gücün ne olduğunu ve bu insanların tarzını nasıl belirlediğini bu çalışmasında sorguladığının altını çizer.

Sombart'a göre, 14. yüzyılda kilisenin ileri gelenlerinin etrafında toplandığı Avignon modern anlamdaki ilk saraydı. 15. ve 16. yüzyılın şaşıla Papalık saraylarını, önce

İtalyan, daha sonra ise Fransız sarayları görkemleriyle takip etmişlerdi (Sombart, 1998: 10-11). Elias'a göre ise, mutlakiyet döneminin Fransız sarayı, Capet hanedanlığının saraylarının gelişimiyle, özellikle de IX. Louis'nin sarayı ile bağlantılıdır. Yazara göre, Fransa'da 13. yüzyıldan 18. yüzyıla kadar olan dönemde, sosyal yapıdaki temel değişikliklere rağmen saray geleneğinin devamlılığı, Fransa'da saray kültürünün gelişimini ve özellikle de 'Fransız' geleneğinin oluşumunu hazırlamıştır (Mennell, 1992: 81).

Elias'a göre, Veblen gösterişçi tüketimin üzerine olan çalışmasında burjuvazinin kriterleri ile kendisinden farklı toplumların ekonomik davranışlarını değerlendirmekten kendisini kurtaramamıştır. Bu açıdan bakıldığında yazara göre, Veblen prestij harcamalarının sosyolojik analizini gerçekleştirmeyi imkansız hale getirmektedir. Sosyal baskıların belirleyici rolünü açıkça ayırt etmemiştir. Buna karşın, Elias'a göre, prestij ve sosyal statü için yapılan prestij harcamalarına bir çok farklı toplumdan örnekler verilebilir. Prestij tüketimi etosu ile canlanan üst sınıflar, her zaman öyle bir şekilde örgütlenirler ki, rekabetin çok yoğun olduğu durumlarda, bazı aileler bu rekabet yüzünden harap olurlar (Elias, 1985: 48-49).

Ayrıca Veblen'den farklı olarak Elias gösterişçi tüketimi sanayi ve saray toplumlarındaki rolleri açısından karşılaştırır. Elias'a göre, sanayi toplumlarında da üst sınıflar prestij harcamaları yaparlar. Fakat bu harcamalar, aristokrat saray toplumlarına kıyasla çok daha zata mahsus nitelik taşır. Sanayi toplumlarında bu harcamalar en güçlülerin pozisyonları için savaşmaları ile doğrudan ilgili değildir. Aynı zamanda, iktidarın mekanizmasına entegre değildirler ve artık bir yönetim aracı olarak işlev görmezler. Sonuç olarak, prestij ve temsil harcamalarına neden olan sosyal baskı, sanayi toplumunda göreceli olarak daha azdır. Gösterişçi tüketim, sanayi toplumunda saray toplumundaki gibi kaçınılmaz değildir (Elias, 1985: 55).

Elias, Veblen ve Sombart'ın lüks harcamalara ilişkin argümanlarını saray toplumunun yapısı içerisine yerleştirerek saray toplumunun devamlılığı için bu harcamaların neden hayati bir rol

üstlendiklerini ayrıntılı bir şekilde ortaya koymuştur. Sonuç olarak Elias'a göre, saray toplumu için prestij harcamaları bir tercih değil, zorunluluktur.

#### KAYNAKÇA

1. AÇIKALIN, S. ve ERDOĞAN, L. (2004). "Veblen'ci Gösteriş Amaçlı Tüketim", Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 4 (7): 1-18.
2. AYTAÇ, Ö. (2002). "Boş Zaman Üzerine Kuramsal Yaklaşımlar", Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12 (1): 231-260.
3. BERRY, C. J. (1994). The Idea of Luxury. A conceptual and historical investigation, Cambridge University Press, Cambridge.
4. BOCOCK, R. (1993). Consumption, Routledge, Londra ve New York.
5. BOURDIEU, P. (2015). Ayrım. Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi, (Çev.) ŞANNAN, D. F. ve BERKKURT, A. G., Heretik Basın Yayın, Ankara.
6. BRAUDEL, F. (1992). Civilization and capitalism, 15th-18th century. v. 1. The structure of everyday life, University of California Press, Berkeley.
7. CHALOUPEK, G. (2005). "Werner Sombart (1863-1941)", s. 683-688, (Ed.) BACKHAUS, J. G., The Elgar Companion to Law and Economics Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
8. CHARTIER, R. (2004). "Les plus vieux ont le plus souffert. Réponse à Daniel Gordon", s. 217-221, (Ed.) CHEVALIER, S. ve PRIVAT, J.-M., Norbert Elias et l'anthropologie, CNRS Editions, Paris.
9. CHEVALIER, S. (2004). "A propos de la constitution de la sphère privée et publique", s. 151-158, (Ed.) CHEVALIER, S. ve PRIVAT, J.-M., Norbert Elias et l'anthropologie, CNRS Editions, Paris.
10. DALOZ, J.-P. (2010). The Sociology of Elite Distinction. From Theoretical to Comparative Perspectives, Palgrave Macmillan, New York.
11. DERYA, H. (2014). Alman Tarihi Okulu: Ortaya Çıkış Nedenleri, Dış Ticaret, Klasik Okula Tepkileri ve Yöntem Tartışmaları, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
12. DIDEROT, D. D'ALEMBERT, J. R. (2000). Ansiklopedi ya da Bilimler, Sanatlar ve Zanaatlar Açıklamalı Sözlüğü, (Çev.) HİLAV, S., Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.
13. DOUGLAS, M. ve ISHERWOOD, B. (1996). The World of Goods. Towards an anthropology of consumption, Routledge, Londra ve New York.
14. DUNNING, E. ve MENNELL, S. (2003), Norbert Elias. Cilt I, Sage Publications, Londra.
15. ELIAS, N. (1985). La société de cour, Flammarion, Paris.
16. EMİROĞLU, K. DANIŞOĞLU, B. BERBEROĞLU, B. (2006). Ekonomi Sözlüğü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
17. ERNOUT, A. ve MEILLET, A. (1951). Dictionnaire Etymologique de la Langue Latine. Histoire des Mots, Librairie C. Klincksieck, Paris.
18. GIOIA, V. (2014). "Capitalism and Judaism in Werner Sombart: A Contribution to the Analysis of Capitalist Rationality and its Limits", A Research Annual in the History of Economic Thought and Methodology, 32 : 15-38.

- 19.GÜLEÇ, C. (2015). “Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı”, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 38: 62-82.
- 20.GÜNER KOÇAK, P. (2017). “Gösterişçi Tüketim Üzerine Teorik ve uygulamalı Bir Çalışma: Pamukkale Üniversitesi Örneği”, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 31(43): 79-112.
- 21.HANÇERLİOĞLU, O. (1972). Ekonomi Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- 22.HIZ, G. (2011). “Gösterişçi Tüketim Eğilimi Üzerine Bir Alan Araştırması (Muğla Örneği)”, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3 (2): 117-128.
- 23.HUME, D. (1752). Political Discourses, Edinburgh.
- 24.KAZGAN, G. (1984). İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- 25.KIZILKAYA, E. İ. (2001). Thorstein B. Veblen’in İktisat Düşüncesi: Kapitalizmin Ruhuna Farklı Bir Bakış, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- 26.LAROUSSE, P. (1877). Grand dictionnaire universel du XIX<sup>e</sup> siècle, 10. cilt, Larousse& Boyer, Paris.
- 27.LENGER, F. (1997). “Ethics and Economics in the Work of Werner Sombart”, s. 147-163, (Ed.) KOSLOWSKI, P., Methodology of the Social Sciences, Ethics, and Economics in the Newer Historical School, Springer-Verlag, Berlin ve Heidelberg.
- 28.MAI, L. H. (1975). Men and Ideas in Economics. A Dictionary of World Economists. Past and Present, Littlefield, Adams &Co., New Jersey.
- 29.MANDEVILLE, B. (1724). The Fable of the Bees, Londra.
- 30.MENNELL, S. ve GOUDSBLOM, J. (1998). Norbert Elias on Civilization, Power, And Knowledge. Selected Writings, The University of Chicago Press, Chicago.
- 31.MENNELL, S. (1992). Norbert Elias. An Introduction, Blackwell, Oxford.
- 32.MISH, F. C. (Ed.) (2004). Merriam-Webster’s Collegiate Dictionary: Eleventh Edition, Merriam-Webster, Incorporated, Massachusetts.
- 33.MONTESQUIEU, C. (1799). De l’Esprit des Lois. 2 Cilt, Flammarion, Paris.
- 34.MORIZE, A. (1909). L’apologie du luxe au XVIIIe siècle et Le Mondain de Voltaire: étude critique sur le Mondain et ses sources, H. Didier, Paris.
- 35.ÖZGÖREN KINLI, İ. (2014). Principal Elements of the Ottoman State-Formation Process through an Eliasian Perspective, s. 161-178, (Ed.) LANDINI, T.S. ve DEPELTEAU, F., Norbert Elias and Empirical Research, Palgrave Macmillan, New York.
- 36.PALGRAVE, R. H. I. (Ed.) (1894). Dictionary of Political Economy, Cilt 2 (F-M), Palgrave Macmillan, Londra.
- 37.SARC, Ö. C. (1942). “Werner Sombart”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 3 (1-2): 60-63.
- 38.SARIÖZ, Y. (2005). “Aylak Sınıf Teorisi”, Ekonomik Yaşam, 16 (55): 125-128.
- 39.SAVAŞ, V. F. (1998). İktisatın Tarihi, Avcıol Basım Yayın, İstanbul.
- 40.SICA, A. (2007). “Sombart, Werner (1863–1941)”, s. 4625-4627, (Ed.) RITZER, G., The Blackwell Encyclopedia of Sociology, Blackwell Publishing, Massachusetts.
- 41.SMITH, A. (2007). An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, Cosimo, New York.
- 42.SOMBART, W. (2001). The Jews and Modern Capitalism, Batoche Books, Ontario.

- 43.SOMBART, W. (1998). Aşk, Lüks ve Kapitalizm, (Çev.) AÇA, N., Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- 44.SOMBART, W. (1902). Der moderne Kapitalismus, Duncker&Humblot, Leipzig.
- 45.STEVENSON, A. (Ed.) (2010). Oxford Dictionary of English, Oxford University Press, Oxford.
- 46.TÜRK DİL KURUMU (1992). Türkçe Sözlük. 2. K-Z, Milliyet, İstanbul.
- 47.ÜLGENER, S. (1942). "İktisat Felsefesi Tarihinde Werner Sombart'ın Yeri ve Şahsiyeti", İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 3 (1-2): 95-115.
- 48.VAN KRIEKEN, R. (1998), Norbert Elias, Routledge, Londra.
- 49.VEBLEN, T. (2005). Aylak Sınıfın Teorisi, (Çev.) GÜLTEKİN, Z. ve ATAY, C., Babil Yayınları, İstanbul.
- 50.WEBER, M. (2001). The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism, Routledge, Londra ve New York.
- 51.WEBER, M. (1978). Economy and society: An Outline of Interpretive Sociology, University of California Press, California.