

Radikal

Ben orta sınıfsam o kim?



[NURİYE DOĞU](#)

Ekonomi / 10/05/2012

Ipsos KMG'nin iki yılda bir açıkladığı Türkiye'yi Anlama Kılavuzu'ndan çıkan yeni orta sınıf o kadar farklı yaşamlara sahip ki tanımsız!

İSTANBUL- Araştırma şirketi Ipsos KMG'nin iki yılda bir açıkladığı 'Türkiye'yi Anlama Kılavuzu'ndan yeni bir orta sınıf doğdu. Orta direk diye tabir edilen kesimden hem yaşam tarzı, hem tüketime yakınlığı hem de 'muhafazakâr yenilikçi' özelliği ile ayrılan yeni orta sınıfın uzmanlara göre tarifi ise 'tanımsız'. Araştırmada Yenilikler Konferansı'nda uzmanlar tarafından masaya yatırılan yeni orta sınıf, yüzde 60 oranla Türkiye'de ekonomi ve siyasetin temelini oluşturuyor. Ancak konferansta ortaya çıkan soru şu: Bir öğretim görevlisi kendini orta sınıfa mensup görüyor. Aynı şekilde evine temizliğe gelen kadın da. Bir başka tarafta başörtüsü ve altındaki lüks otomobil ile Nişantaşı'nda gezen kadın da 'orta sınıfım' diyor. Peki bu kadar farklı yaşamlar arasında gerçekten kim bu orta sınıf?

Yeni orta sınıf gerilimi!

Panelin moderatörlüğünü yapan Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Halil Nalçaoğlu, orta sınıfta karışık bir durum yaşandığını belirterek, ispatı için salona dönüyor: Kimler kendini orta sınıfta görüyor? Salonun yüzde 80'e yakını el kaldırıyor. Peki kimler kendini araştırmadan çıkan dindar-muhafazakâr orta kesimde görüyor? Az önce kalkan ellerin çok büyük bölümü iniyor. Nalçaoğlu, sonucu açıklıyor: Büyük bir muamma var. Ben orta sınıfsam o kim?

Bilgi Üniversitesi Mütevelli Heyeti Üyesi Prof. Dr. Deniz Ülke Arıboğan da yeni orta sınıfın yarattığı 'gerilime' dikkat çekiyor. Kendi değerleri ve kültürleri ile gelişen ve artık hayatın hiçbir alanında altta kalmayan bu sınıfın, karşı kesimi tedirgin ettiğini belirten Arıboğan, "Birbirlerinden izole yaşayan bu iki farklı kesimin bir anda karışmaya başlaması gerginlik yaratıyor. Gittikleri restoranlar, mağazalar, bindikleri otomobiller aynılaşıyor. Bunu istemeyen bir kesim var. Çünkü bildikleri ortadirekten çok farklı bir sınıf bu. Ancak zaman içinde kaynaşacaklar" diyor.

Orta sınıfın şu anda pazarlama ve reklam dünyasının ilgi odağında olduğunun altını çizen Reklamcılar Derneği Başkanı Ayşegül Molu, eskiden hep üst gelir grubuna konuşan markaların artık tüketimin en yoğun olduğu orta sınıfı keşfettiğini vurguluyor.

Reklamlar orta sınıfın

Buna başta telekom ve hızlı tüketim olmak üzere son dönemde reklamlarda sıkça rastlandığına dikkat çeken Molu, “Orta sınıf tüketime ve yeni ürünlere çok açık. Pazarlama dünyasının tüm ilgisi artık onların üzerinde. Çünkü iç tüketimi orta sınıf büyütecek. Bunu fark eden markalar hedef kitleye sırça köşklere bakmaktan vazgeçip, yanlarına indiler” diyor.

1453'te ‘koyun’ bugün ‘orta sınıf’

CNN Turk Genel Yayın Yönetmeni Ferhat Boratav, orta sınıf tartışmasını farklı boyuta taşıyor. Orta sınıfta değişim yaşanmadığını savunan Boratav, bunu 1453'te hazırlanmış ilginç bir risale örneği ile açıklıyor: “Araştırmanın benzeri o zamandan risale şeklinde yapılmış. O zamanın orta sınıf tanımı koyun. Koyun üretkendir, çalışkandır. Bu özellikler şimdiki orta sınıfa çok benziyor. Pek değer kayması yok.”