

# *Gösterileşen Şehir, Çağırın Yaşam Tarzları ve Gizlenen Sınıfsal Farklılık*

**Kenan Demirci**  
Fırat Üniversitesi

## **Özet**

Sınıfsal çatışma özellikle 1960 sonrası post-endüstriyel dönemde biçim değiştirmiştir. Artık “yaşam tarzları”na dayalı farklılaşmayla kendini gösteren sınıfsal farklılık, adeta toplumsallığından sıyrılıp bireysel bir yöne doğru kaymaya başlamıştır. Ancak sınıfsal farklılaşma görünürlüğü bir ölçüde azalmış olsa da halen yerinde durmaktadır ve sistemin istikrarını sürdürdürebilmesi için sınıfsal çatışmaya karşı yeni mücadele yöntemleri geliştirmesi gerekmektedir. Çalışmada bir denetim aracı olarak “görme”nin bu kontrol yöntemlerinin önemli bir ayağını oluşturduğu iddia edilmiş ve görmeye dayalı mücadele yöntemlerinin önemli bir örneği olarak billboard reklamları incelenmiştir. Billboard reklamlarının şehirdeki işlevlerinden birinin sınıflar arası farklılığı, arzu nesnesi haline gelen yaşam tarzlarına tüketim yoluyla ulaşabileceğine dair bireye yönelik mesajla, bir ölçüde ikincilleştirilmek olduğu iddia edilmiştir. Örnek olarak ise Ankara çevre yoluna yerleştirilmiş olan billboardlar göstergebilimsel özellikleri açısından incelenmiştir. Sonuçta reklamların içerdiği yan anlamların farklı yaşam tarzlarını öne çıkararak sınıfsal farklılığı yeniden ürettiği ve ayrıca bireye bir hareketlilik olanağı vaat ederek sınıfsal bilinçliliğin önüne geçilmesine olanak sağladığı görülmüştür.

**Anahtar Sözcükler:** Gösterileşme, şehir, denetim, tüketim kültürü, reklam, Ankara.

# *Spectacular City, Interpellating Lifestyles and Hidden Class Differences*

**Kenan Demirci**  
Fırat University

## **Abstract**

Class struggles have transformed in the post-industrial era following 1960s. Class differences are now manifested in “life styles”, taking an individual direction, deprived of their social content. Nevertheless, the class antagonisms continue to exist despite becoming rather in distinct and the system needs to develop new ways of combating class antagonisms in order to sustain its stability. In this study, “seeing” as a tool for control has been claimed to be one of the fundamental aspects of control mechanisms and billboard advertisements have been analysed as they constitute one of the significant examples of struggle over ways of seeing. This study claims that, by means of billboard advertisements, the class antagonisms in the city are attempted to be diluted by means of a message to the consumer that the life styles, which have become objects of desire, can be attained through consumption. Therefore, in this study, I semiologically analyse the billboard advertisements on Ankara motorway. One of the conclusion of this study is that the connotations in advertisements reproduce class differences by highlighting different life styles and hamper class consciousness by promising an opportunity of social mobility for the individual.

**Keywords:** Spectacularization, city, control, consumption culture, advertisement, Ankara.