

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)*

Yılmaz Ulvi UZUN**

АННОТАЦИЯ

Настоящее исследование в сравнительной социологической перспективе анализирует многоаспектное воздействие высокой инфляции, наблюдавшейся в Турции и России в период с 2018 по 2024 год, на потребителей из числа городского среднего класса. В отличие от традиционного макроэкономического подхода, исследование показывает, что инфляция представляет собой не только экономическое явление, но и социальную конструкцию, формируемую через классовую позицию, культурные системы смыслопроизводства и аффективный опыт. Исследование опирается на качественную парадигму и структурировано в рамках сравнительной методологии, включающей тематический анализ, критический дискурс-анализ и SWOT-анализ. В отличие от классических подходов, основанных на индивидуальных интервью, сбор данных осуществлялся посредством многоисточникового дискурсивного метода, широко применяемого в современной социологической науке. Эмпирическая база включает медиадискурсы, контент социальных сетей, академические публикации, экспертные комментарии и отчёты национальных и международных организаций, что позволило сформировать репрезентативную выборку. Полученные качественные данные были закодированы в соответствии с заранее определёнными тематическими категориями и подвергнуты многоуровневому содержательному анализу в рамках дискурсивного подхода. Результаты тематического анализа указывают на то, что сокращение потребления связано не только с экономическими потерями, но и с символическими утратами и нарушением идентификационной целостности. Дискурс-анализ выявил резкое расхождение между нарративами инфляционного кризиса в цифровых и традиционных медиа, что оказывает трансформирующее влияние на общественные механизмы доверия. SWOT-анализ показал, что несмотря на схожее экономическое давление, городские средние классы в обеих странах выработали уникальные стратегии адаптации, обусловленные их историко-культурным контекстом. Таким образом, исследование рассматривает инфляцию как социосимволическое явление и пространство конфликтных интерпретаций, предлагая междисциплинарный вклад в переосмысление научной литературы о кризисах через призму теоретического плюрализма и качественных методологических инноваций.

Ключевые Слова: Высокая Инфляция, Дискурсивный Анализ, Тематический Анализ, SWOT-Анализ, Сравнительная Социальная Конструкция.

*Bu araştırma makalesinin verileri anket veya mülakat teknikleri kullanılarak elde edilmediğinden etik kurul izni gerekmemiştir. / In this research article, ethics committee permission was not required as the data were not obtained using survey or interview techniques.

**Dr. Öğr. Üyesi, Bitlis Eren Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Anabilim Dalı, Türkiye/Bitlis.
E-posta: yuuzun@beu.edu.tr, ORCID Numarası: [0000-0002-6428-4167](https://orcid.org/0000-0002-6428-4167), ROR ID: <https://ror.org/00mm4ys28>



**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса
в Турции и России (2018–2024)**

**The Social Construction of High Inflation: A Comparative Analysis of Perception, Trust, And
Consumption Experiences of The Urban Middle Class in Turkey and Russia (2018–2024)**

ABSTRACT

This study examines, from a comparative sociological perspective, the multifaceted effects of the high inflation process experienced in Turkey and Russia between 2018 and 2024 on urban middle-class consumers. Beyond its conventional macroeconomic framing, the study reveals that inflation operates as a socially constructed phenomenon—shaped through class positions, cultural meaning systems, and affective experiences. Grounded in a qualitative research paradigm, the study employs a comparative framework structured through thematic analysis, critical discourse analysis, and SWOT methodology. Departing from traditional interview-based approaches, the data were gathered using a multi-sourced, discourse-oriented strategy that reflects a growing trend in contemporary sociological inquiry. The dataset comprises media and social media narratives, academic publications, expert commentaries, and institutional reports, forming a representative sample. The coded qualitative data were analyzed through multilayered content analysis in line with established discourse-analytical principles. Thematic findings indicate that the contraction in consumption habits is not merely economic in nature but also entails symbolic losses and disruptions in identity continuity. Discourse analysis highlights a stark divergence between crisis narratives in digital and traditional media, contributing to a fragmentation of public trust. The SWOT analysis reveals that, while urban middle classes in both countries faced similar economic pressures, they developed distinct resistance strategies shaped by their respective historical and cultural contexts. Accordingly, the study frames high inflation as a socio-symbolic formation and a space of contested meaning, offering an interdisciplinary contribution that encourages a rethinking of economic crisis literature through theoretical diversity and qualitative methodological innovation.

Keywords: High Inflation, Discourse Analysis, Thematic Analysis, SWOT Analysis, Comparative Social Construction.

Received / Accepted: 04 June 2025 / 22 August 2025

Citation: Uzun, Y. U. (2025). The Social Construction of High Inflation: A Comparative Analysis of Perception, Trust, And Consumption Experiences of The Urban Middle Class in Turkey and Russia (2018–2024), *İmgelem*, 17, 451-486.

**Yüksek Enflasyonun Toplumsal İnşası: Türkiye ve Rusya’da Kentli Orta Sınıfın Algı, Güven ve Tüketim
Deneyimlerinin Karşılaştırmalı Analizi (2018–2024)**

ÖZ

Bu çalışma, 2018–2024 döneminde Türkiye ve Rusya’da yaşanan yüksek enflasyon sürecinin, kentli-orta sınıf tüketiciler üzerindeki sosyolojik etkilerini karşılaştırmalı bir perspektifle incelemeyi amaçlamaktadır. Ayrıca çalışma, yüksek enflasyonun yalnızca ekonomik bir olgu olarak değil; sınıfsal konum, kültürel anlam üretimi ve duygulanımsal deneyimler yoluyla biçimlenen, çok yönlü bir toplumsal süreç inşası ortaya çıktığını göstermektedir. Çalışma, tematik analiz, eleştirel söylem çözümlemesi ve SWOT analiz temelli karşılaştırmalı yapılandırma çerçevesinde, nitel araştırma paradigması doğrultusunda tasarlanmıştır. Veri seti, geleneksel bireysel görüşmelere dayalı yaklaşımlardan farklı olarak, çağdaş sosyolojik araştırmalarda giderek yaygınlık kazanan çok kaynaklı söylem temelli yöntemle oluşturulmuş; medya ve sosyal medya içerikleri, akademik yayınlar, uzman analizleri ile kurumsal raporlar esas alınarak örnekleme ile yapılandırılmıştır. Elde edilen nitel veriler, önceden tanımlanmış tematik kategoriler doğrultusunda kodlanmış ve söylem çözümlemesi ilkeleriyle çok düzlemli içerik analizine tabi tutulmuştur. Sonuç olarak; tematik bulgular, tüketim alışkanlıklarındaki daralmanın yalnızca ekonomik değil, kimliksel ve sembolik kayıplarla iç içe geçtiğini ortaya koyarken; söylem çözümlemesi, kriz anlatılarının dijital ve geleneksel mecralarda radikal biçimde ayrıştığını ve bunun toplumsal güven rejimleri üzerinde dönüştürücü etkiler yarattığını göstermektedir. SWOT analizine göre ise, benzer ekonomik baskılara maruz kalan kentli orta sınıfların, farklı tarihsel ve kültürel bağlamlarda özgül direnç stratejileri geliştirdiği sonucuna ulaşmıştır. Bu bağlamda çalışma, enflasyonu kültürel anlam üretimi, sembolik temsil ve toplumsal inşa süreçleri üzerinden ele alarak, ekonomik kriz olgularına ilişkin mevcut literatürü kuramsal çeşitlilik ve nitel yöntemsel yenilik açısından yeniden düşünmeye davet eden disiplinler arası bir katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yüksek Enflasyon, Söylem Analizi, Tematik Analiz, SWOT Analizi, Karşılaştırmalı Toplumsal İnşası.

Başvuru / Kabul: 04 Haziran 2025 / 22 Ağustos 2025

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са в Турции и России (2018–2024)

Atıf: Uzun, Y. U. (2025). Yüksek Enflasyonun Toplumsal İnşası: Türkiye ve Rusya’da Kentli Orta Sınıfın Algı, Güven ve Tüketim Deneyimlerinin Karşılaştırmalı Analizi (2018–2024), *İmgelem*, 17, 451-486.

ВВЕДЕНИЕ

В период глобальной экономической неопределённости, связанной с последствиями пандемии COVID-19, энергетическими кризисами, санкционной политикой и волатильностью валютных рынков, высокая инфляция проявляется не только как рост уровня цен, но и как многогранное явление, изменяющее ключевые общественные структуры — рынок труда, потребительские практики, систему социальной поддержки и модели политического участия (Barnet и Cavanagh 1994: 21). Инфляция имеет экономическое, социокультурное и политическое измерение, игнорирование которых приводит к неполному пониманию её последствий (Bauman 1999: 42). Особенно заметные изменения она вызывает в повседневной жизни городского среднего класса, влияя на уровень и стиль потребления, ожидания будущего, социальную идентичность и чувство уверенности (Inglehart и Norris 2016: 11). В этом контексте междисциплинарный подход, объединяющий социологию экономической жизни, политическую экономию и культурные исследования, позволяет рассматривать инфляцию как социально конструируемое явление и анализировать влияние экономических кризисов на отдельные группы не только через статистические данные, но и через восприятие, опыт и нарративы (Castells 2010: 88). Значимость данной работы состоит в том, что она опирается на сравнительный анализ Турции и России в период 2018–2024 гг., что даёт возможность выявить как общие, так и специфические черты влияния инфляции на различные социальные классы (Therborn 2012: 37).

После 2018 года — времени, ознаменованного в Турции резким обесцениванием лиры и валютным кризисом, а в России введением нового санкционного пакета и ростом цен на энергоресурсы, — процессы высокой инфляции в обеих странах привели к заметным изменениям в социально-экономическом положении городского среднего класса (Piketty 2020: 64). Эти изменения включают: снижение покупательной способности, перераспределение структуры расходов, переход к более экономным моделям потребления, отказ от части статусных покупок, а также рост финансовой неуверенности и осторожности в планировании будущего (Esping-Andersen 1999: 72). Таким образом, инфляция в рассматриваемых кейсах выступает не просто

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класа в Турции и России (2018–2024)

экономическим показателем, а значимым социополитическим фактором, влияющим на стратегии адаптации к кризису, восприятие классовой принадлежности и формирование идентичности (Fraser 2014: 118). В данной работе особое внимание уделяется тому, как экономические кризисы переосмысляются в повседневной жизни представителей городского среднего класса, и каким образом эти интерпретации различаются между Турцией и Россией в аспектах медиадискурсов, потребительских стратегий и политических оценок (Beck 2000: 33).

В этом контексте основные исследовательские вопросы определены следующим образом:

- Как высокая инфляция трансформирует потребительские привычки и модели расходов городского среднего класса?

- Как экономическая неопределенность, вызванная инфляцией, влияет на ожидания будущего и классовую принадлежность индивидов?

- Какими социо-экономическими и культурными динамиками определяется этот процесс в примерах Турции и России?

При поиске ответов на эти вопросы цель исследования заключается в том, чтобы выйти за рамки количественных показателей и проанализировать социальное значение инфляции (Bourdieu 2005: 94).

В научной литературе накоплен значительный массив работ, посвящённых макроэкономическим последствиям высокой инфляции — от анализа динамики цен и валютных курсов до построения прогнозных моделей и оценки влияния на инвестиционную активность (Krugman 2009: 147). Однако исследования, рассматривающие этот процесс через призму повседневной жизни и социального положения различных классов, остаются сравнительно редкими. В контексте Турции и России изучение уязвимости городского среднего класса в периоды экономических кризисов в основном ограничивается экономическими показателями, такими как доходы, уровень занятости и доступ к кредитам, тогда как социологические аспекты — в частности, трансформация классовой идентичности, изменение уровня доверия и перестройка потребительской культуры — рассматриваются фрагментарно (Zizek 2012: 100). Теоретическая основа данного исследования опирается на подходы,

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

подчеркивающие, что экономические кризисы затрагивают не только перераспределение материальных ресурсов, но и приводят к пересмотру символических границ классов, а также формированию новых стратегий потребления (Habermas 1984: 59). В этом контексте оригинальность работы заключается в сочетании сравнительного анализа Турции и России с применением тематического анализа, критического дискурс-анализа и SWOT-методологии, что позволяет восполнить недостаток междисциплинарных исследований в данной области (Gramsci 1971: 83).

Основной причиной выбора Турции и России для сравнительного анализа является то, что в последние годы обе страны столкнулись с высокой инфляцией, имеют сильный городской средний класс и заметное государственное влияние на рынок (North 1990: 211). Эти экономики сочетают элементы неолиберальных рыночных реформ и социально-ориентированных программ, что позволяет изучить, как схожие социополитические давления проявляются в различных культурных контекстах (Polanyi 2001: 148). Ограниченное количество исследований, посвящённых социальному конструированию инфляции в этих странах, делает данный сравнительный подход особенно значимым и придаёт работе оригинальность (Jessop 2008: 96).

Теоретическая Основа и Концептуальный Подход

Осмысление социальных последствий высокой инфляции требует многомерного анализа, который не может быть сведён исключительно к экономическим показателям. В этом контексте теоретическая основа исследования опирается на социологические подходы, включающие такие структурные и культурные элементы, как класс, потребительская культура, экономическая незащищённость и общественное восприятие (Bauman 2007: 45). В концепции Пьера Бурдьё ключевое место занимают виды капитала — экономический, культурный и социальный — а также габитус. Эти категории показывают, что потребительское поведение определяется не только доходом, но и символическим смыслом и социальной позиционированностью (Bourdieu 1984: 172).

Теоретическая концепция Бурдьё утверждает, что экономические кризисы и высокая инфляция влияют не только на доступ к материальным ресурсам, но и трансформируют восприятие классовой принадлежности и культурные потребительские практики индивидов (Bourdieu 1990: 134). В этом контексте потери, которые испытывает средний класс при росте инфляции как в экономическом, так и в индивидуальном

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са в Турции и России (2018–2024)

капитале, приводят к перестройке потребительских моделей в направлении «отказа от потребностей» и «избегания показного потребления» (Warde 2017: 83).

Теории Зигмунта Баумана о «текучей модерности» и «потребительской идентичности» играют ключевую роль в понимании этих трансформаций. По Бауману, в современных обществах идентичность все больше формируется через потребительские модели: индивиды приобретают социальное значение не только через свое положение на рынке, но и через выбор на полках магазинов (Bauman 2007: 93). Однако в периоды высокой инфляции этот процесс формирования идентичности нарушается, и люди сталкиваются одновременно с кризисами как материального, так и символического характера (Bauman 2005: 117).

Более того, в рамках теории трансформации ценностей Рональда Инглехарта отмечается, что в условиях, когда экономическая уверенность пошатнулась, люди меняют приоритеты в пользу традиционных ценностей, ориентированных на доверие (Inglehart 1997: 102). Это выражается в том, что потребители среднего класса в таких странах, как Турция и Россия, во время кризиса увеличивают свои сбережения и приостанавливают долгосрочные планы (Inglehart & Norris 2017: 39).

Концептуальная рамка исследования построена вокруг четырех ключевых понятий: класс, потребление, доверие и кризис. Понятие класса трактуется по уровню дохода, а также как многомерное различие, охватывающее социальную принадлежность и культурные практики (Wright 2005: 29). Потребление трактуется не просто как экономическая деятельность, а как выражение социальной идентичности и процесс ее переосмысления в условиях кризиса (Featherstone 2007: 56). Доверие рассматривается как социально-политическая категория, охватывающая отношение как к государственным институтам, так и к рыночным механизмам. Кризис же понимается не только как макроэкономический спад, но и как момент трансформации общественных норм и практик повседневности (Beck 1992: 84).

В заключение следует отметить, что данное исследование использует теоретическую многоуровневую перспективу и концептуально утверждает, что социальные структуры, культурные коды и политико-экономический контекст, лежащие в основе экономического поведения, должны рассматриваться вместе.

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са в Турции и России (2018–2024)

Обзор Литературы

В последние годы социальные науки всё чаще изучают, как высокая инфляция меняет потребительские привычки, расходы и уровень доверия в обществе. В этом контексте утверждается, что потребительское поведение формируется не только под влиянием экономических, но и классовых, культурных и психологических аспектов (Bauman 2005; Slater 1997). Рост экономической уязвимости, особенно после глобального финансового кризиса 2008 года, сделал очевидными социальные издержки неолиберальной экономической политики и привел к росту числа исследований, изучающих связь между потребительским поведением и классовой позицией (Piketty 2014; Bourdieu 1984).

В странах, подобных Турции и России, где рыночная трансформация и поздняя капитализация проходили в условиях разных политических режимов, поведение городского среднего класса в периоды инфляции обусловлено как экономической рациональностью, так и системой культурных символов (Yalman 2010; Zhuravlev 2020). В последние годы растёт интерес к изучению восприятия доверия, ожиданий будущего и потребительских приоритетов этой социальной группы в условиях экономических кризисов (Kandiyoti 2002; Gudkov 2015).

В исследованиях, где социально-экономические трансформации пересекаются с инфляцией, потребительское поведение не сводится только к индивидуальным предпочтениям. Напротив, оно рассматривается через призму политического контекста, медиадискурса, классового разделения и экономической незащищенности, используя множество аналитических подходов (Harvey 2007; Warde 2016). Примеры Турции и России в контексте этих факторов предоставляют благоприятные условия для сравнительных исследований, поскольку они демонстрируют, как схожие экономические давления порождают различные социальные реакции на основе их исторических траекторий (Çelik 2020; Grigoriev & Pavlyushina 2022).

В таблице литературы, представленной ниже, исследования, которые вносят вклад в эту общую схему, распределены в хронологическом порядке, в соответствии с их темами, методами и региональной направленностью. Такой подход позволяет

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са
в Турции и России (2018–2024)**

выявить как основные тенденции в литературе, так и существующие пробелы, в которых сосредоточены исследования.

Таблица: 1. Обзор Литературы

Обзор литературы Автор/Год	Тема	Выводы	Страна	Годы	Тип Анализа
Bauman (2005)	Теория общества потребления	Сделан вывод, что потребление воспроизводит социальную сегрегацию.	Общие/глобальные	2000	Теоретический анализ
Bourdieu (1984)	Класс и Потребление	Было отмечено, что практика потребления формируется под влиянием классовых различий.	Франция	1960–1980	Теоретический/Полевые исследования
Inglehart (1997)	Постматериалистические ценности.	Было обнаружено, что ценности меняются по мере роста экономического благосостояния.	Западная Европа	1970–1990	Анализ опроса
Tükel и Özdemir (2015)	Инфляция и Средний класс	Высокая инфляция стала результатом подавления потребления средним классом.	Турция	2001–2014	Эконометрический анализ
Güney и Arslan (2022)	Восприятие Инфляции	В городских районах растет уверенность и тревога за будущее.	Турция	2020–2022	Качественный/Тематический анализ

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са
в Турции и России (2018–2024)**

Ivanov (2023)	Потребление и класс в России	Потребление изменилось после введения санкций.	Россия	2018–2023	Полевые Исследования
Petrov и Kuznetsova (2021)	Инфляционная психология	Восприятие цены населением зависит от средств массовой информации и прошлого опыта.	Россия	2015–2020	Экспериментальные / Качественные исследования
Sarsembayev (2023)	Средний класс в Казахстане	Потребительское поведение перестраивает классовую идентичность.	Казахстан	2017–2023	Полевые Исследования
Yılmaz и Demir (2024)	Сравнение Турции и России	Средний класс чувствовал себя неуверенно перед лицом инфляции.	Турция-Россия	2018–2024	Смешанный Метод
OECD (2023)	Индексы Уверенности Потребителей	Инфляционные ожидания определяют потребление.	Страны ОЭСР	2019–2023	Статистическая Отчетность
Karlov (2022)	Инфляционная политика в России	Государственное вмешательство могло в ограниченной степени направлять потребление.	Россия	2014–2022	Политический Анализ
Altun и Şimşek (2020)	Медиадискурс в Турции	Инфляция СМИ основана на политической поляризации.	Турция	2018–2020	Анализ Дискурса
World Bank (2023)	Макроэкономические Показатели	Высокая инфляция приводит к	Развивающиеся Страны	2018–2023	Анализ Данных

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класа
в Турции и России (2018–2024)**

		резким изменениям в потребительских тенденциях.			
Kandiyoti (2021)	Пост-авторитарное потребление	В контролируемых демократиях потребление может превратиться в культурное сопротивление.	Евразия	2010–2021	Теоретическое Наблюдение
Kozina (2020)	Социальные Классы в России	Средний класс неустойчив и стремится обрести статус через потребление.	Россия	2010–2020	Социально-экономический Анализ
Erdoğan и Kaya (2024)	Потребление Домохозяйств в Турции	Инфляция сильнее влияет на городской средний класс.	Турция	2018–2024	Анализ панельных данных
Zubarevich (2023)	Региональное потребление в России	Разрыв между Москвой и другими городами увеличивается.	Россия	2010–2023	Анализ региональных показателей
Kassenova (2022)	Кризисное потребление в Казахстане	Наблюдалась традиционализация потребительских привычек.	Казахстан	2015–2022	Качественное исследование
UNDP (2023)	Человеческое развитие и инфляция	Высокая инфляция подрывает гуманитарные показатели.	Глобальная	2020–2023	Анализ показателей

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са
в Турции и России (2018–2024)**

Асар и Dönmez (2022)	Восприятие потребителей и социальные медиа	Инфляционные жалобы моделировались с помощью данных Twitter..	Турция	2020–2022	Анализ социальных сетей
----------------------------	---	---	--------	-----------	-------------------------------

Источник: Создано автором.

Сравнение данной литературы с результатами нашего исследования показывает, что в Турции символические потери проявляются более отчётливо, тогда как в России более выраженными оказываются стратегии государственно контролируемой адаптации. Если обратиться к исследованиям, включенным в таблицу, можно заметить, что ранние работы в основном фокусировались на макроэкономических параметрах. Однако начиная с 2015 года инфляция всё чаще рассматривается в контексте её связи с процессами социального строительства, чувством доверия, ожиданиями будущего и социокультурной идентичностью (Gramsci 1971; Çelik & Demirtaş 2021). Учитывая этот исторический опыт и теоретическое развитие литературы, настоящее исследование направлено на сравнительное изучение поведения, дискурса и восприятия инфляции городскими средними классами в Турции и России. При этом выявленные в литературе тенденции во многом определили методологию работы.

Если посмотреть на исследования, включенные в таблицу, то видно, что ранние анализы в основном фокусировались на макроэкономических параметрах, однако, особенно в исследованиях, проведенных после 2015 года, инфляция оценивается в контексте ее связи с процессами социального строительства, чувством доверия, ожиданиями будущего и социокультурной идентичностью (Gramsci 1971; Çelik & Demirtaş 2021). Учитывая исторический опыт и теоретическое развитие литературы, данное исследование направлено на сравнительное изучение поведения, дискурса и восприятия инфляции городскими средними классами в Турции и России. Выявленные в литературе тенденции во многом определили методологию работы.

Метод

Цель данного исследования — провести всесторонний анализ потребительского поведения, восприятия и ожиданий городского среднего класса в Турции и России в период высокой инфляции. Работа опирается на традицию качественных исследований

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

и использует описательный и интерпретационный подход для выявления глубинных смыслов и интерпретации социальных практик. Для изучения структурной динамики, лежащей в основе повседневных практик, а также субъективного опыта респондентов применялся комплекс взаимодополняющих методов, включая полуструктурированные интервью, анализ медиадискурса и сравнительный кейс-анализ.

Дизайн Исследования

Исследование структурировано на основе логики сравнительного анализа стран. Турция и Россия, несмотря на схожие экономические потрясения, имеют различные институциональные структуры, потребительские культуры, сформированные классовыми особенностями, и исторический социальный опыт. В этом контексте метод сравнительного анализа был использован для выявления как различий, так и сходств (Ragin 2014: 38). Ключевым методом выступила качественная сравнительная методология. (Qualitative Comparative Analysis – QCA), однако на практике был сделан акцент на интерпретативный подход и тематическое углубление.

Источники Данных

В данном исследовании использовался подход, основанный на использовании нескольких содержательных источников данных. Во-первых, были изучены научные исследования, колонки и комментарии экспертов в отечественной и международной литературе; во-вторых, проанализирован контент социальных сетей, комментарии пользователей и кризисные нарративы, распространяемые в цифровых медиа. В-третьих, в качестве источника справочной информации использовались отчеты и статистические данные, опубликованные официальными учреждениями (Туркстат, Росстат, МВФ, Всемирный банк и т. д.). Все эти документы перед анализом были очищены по содержанию, классифицированы по типам и отформатированы для анализа.

Выборка и Критерии Отбора

Исследование не опирается на прямые индивидуальные интервью, а работает с репрезентативными образцами дискурса, выделенными из научных публикаций, медиаматериалов и контента социальных сетей. Профиль городской средней прослойки формировался на основе дискурсивной выборки, включающей лиц, проживающих в

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

центральных районах городов, занятых в формальном секторе экономики и имеющих образование не ниже уровня бакалавра.

Методы Анализа

В исследовании применялись три основных метода: тематический анализ, критический дискурс-анализ и SWOT-анализ. Совместное использование этих подходов позволило не только выявлять ключевые элементы и устойчивые паттерны в эмпирических данных, но и глубже интерпретировать кризисный опыт различных социальных групп, а также отслеживать связанные с ним классовые трансформации (Silverman 2021: 122).

Тематический анализ использовался для выявления повторяющихся паттернов, форм повествования и смысловых блоков в наборе качественных данных. Процесс кодирования осуществлялся в рамках заранее определенных тем (например, «трансформация потребительских предпочтений», «ожидания от будущего», «общественное доверие») и подтем, полученных из данных (Braun & Clarke 2006: 81).

Критический дискурс-анализ был выбран с целью изучения языкового конструирования кризисных дискурсов, а также социальных и политических норм, которые они легитимируют. Особое внимание уделялось тому, как властные отношения и идеологические позиции отражались в повседневном языке, особенно в медийных и онлайн-коммуникациях (Fairclough 1995: 27; Wodak & Meyer 2009: 53).

SWOT-анализ был применён как интегративный инструмент для систематической оценки устойчивости государств в условиях высокой инфляции, а также для выявления их структурных преимуществ, уязвимостей, возможностей и угроз. Такой подход обеспечил проведение многоуровневого анализа как на уровне национальных экономических систем, так и на уровне отдельных социальных классов (Helms & Nixon 2010: 219).

Надёжность и Валидность

В целях обеспечения методологической целостности исследования были использованы три источника данных, три взаимодополняющих метода анализа и принцип теоретического плюрализма. Такая комбинация подходов способствовала повышению внутренней согласованности исследования и укреплению его контекстуальной

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класа в Турции и России (2018–2024)

валидности. Применение нескольких аналитических методов обеспечило согласованность интерпретаций и позволило глубже понять различные аспекты кризисного опыта представителей городского среднего класса. Включение межстранового сравнения Турции и России было направлено не на генерализацию результатов, а на выявление их контекстуальной спецификации и уникальных особенностей для каждой страны.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Анализы, представленные в данном разделе, показывают, что высокая инфляция проявляется не просто в индивидуальных восприятиях, а переживается через классовые позиции, культурные репертуары и дискурсивные ориентации. Примеры Турции и России демонстрируют, что инфляция затрагивает как экономическое поведение, так и глубинные способы осмысления повседневной жизни (Appadurai 1996; Castells 1996).

Исследовательские данные были оценены с использованием многоосевой аналитической логики, выходящей за рамки количественных моделей; связи между практиками потребления, общественными восприятиями и политическими дискурсами были структурированы с помощью качественных методов анализа. Такой подход позволил раскрыть, как инфляция конструируется не только на уровне индивидов, но также в медиа, государстве и коллективной памяти (Silverman 2021; Flick 2018).

Этот анализ, в котором особое внимание уделялось опыту городских групп и представителей среднего класса. Смысловые стратегии, вырабатываемые потребителями в условиях кризиса, проявляются через практики утраты доверия, сопротивления, рационализации и преодоления кризиса с помощью юмора. В этом контексте потребление перестаёт быть только экономическим выбором и становится культурным пространством, в котором восстанавливается и конструируется классовая идентичность (Veblen 1899; Standing 2011).

В этом разделе проанализированные результаты систематизированы с помощью тематического кодирования, выявляющего потребительские и ожидательные модели, дискурсивных тенденций, извлечённых из медиа и социальных сетей, а также сравнительного SWOT-анализа. Таким образом, инфляция рассматривается не только как макроэкономическое явление, но и как кризисный нарратив, формирующийся в

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са в Турции и России (2018–2024)

социальном контексте. Также раскрывается, как различные политические режимы и культурные структуры придают этому нарративу определённые формы (Gramsci 1971; Ragin 2014).

Тематические Выводы: Классовые Коды Потребления и Восприятие Кризиса

Тематический анализ показывает, что в условиях высокой инфляции потребительские привычки городских средних классов в Турции и России перестраиваются не только в экономическом, но и в культурном и символическом аспектах. В Турции потребительское поведение группируется вокруг тем «бережливость», «избегание социальной активности» и «недоверие», тогда как в России оно приобретает черты «стратегической адаптации», «переориентации на национальные предпочтения» и «согласования с государственными дискурсами». В турецком примере борьба с инфляцией носит индивидуализированный характер, тогда как в российском наблюдается тенденция к коллективизации. Данный вывод подтверждает, что классовая позиция влияет на потребительские практики не только в материальном смысле, но и на уровне конструирования смыслов (Braun & Clarke 2006).

Кроме того, процесс тематического анализа позволил классифицировать потребительские и кризисные стратегии городского среднего класса в условиях высокой инфляции по определённым категориям. Процесс тематического анализа позволил классифицировать стратегии городского среднего класса в условиях высокой инфляции, показывая, как культурные позиции, классовая принадлежность и политические ориентиры формируют потребительское поведение (Braun & Clarke 2006). Результаты исследования показывают, как городские средние классы в Турции и России создают смысловые структуры в условиях кризиса, а также как одна и та же тема может приобретать разные формы в двух различных контекстах.

В рамках исследования выделены четыре основные тематические оси:

- 1) Экономическая неопределённость и отсутствие гарантий,
- 2) Трансформация потребительского поведения,
- 3) Сужение ожиданий относительно будущего,
- 4) Стратегии устойчивости и преодоления.

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са
в Турции и России (2018–2024)**

Эти темы проявляются как в индивидуальных нарративах, так и через социальные коды — то есть коллективные формы выражения кризиса, закреплённые в общественных практиках, медиа и социальных сетях (например, устойчивые метафоры, мемы, дискурсы и нормативные модели поведения). В турецком контексте кризис чаще воспринимается как индивидуальная неопределённость, тогда как в российском — как процесс нормативной адаптации.

**Таблица: 2. Тематические Кластеры Дискурса в Турции и России
(Городской Средний Класс)**

Тематическая область	Образец рассуждения о Турции	Россия Пример дискурса
Экономическая неопределенность	Каждый день - поход, ни во что больше не верится.	Цены растут, но государство контролирует, мы справимся.
Потребительское поведение	Теперь мы ходим в супермаркет со списком, делаем покупки по плану..	Некоторые продукты недоступны, но мы привыкли использовать местные.
Перспективы на будущее	Я не знаю, что ждет моего ребенка в будущем.	Для молодых людей будущее немного более неопределенно.
Сопrotивление / Юмор / Отступление	Мы смеемся над ценами, но мы будем плакать, если не будем смеяться.	Мы не жалуемся, потому что так было всегда в нашей истории.

Источник: Создано автором.

В таблице 2 представлен сравнительный анализ того, как городские представители среднего класса в Турции и России осмысливают инфляционный процесс по тематической оси. Дискурсы, наблюдаемые по четырем основным темам: экономическая неопределенность, потребительское поведение, будущие ожидания и стратегии преодоления инфляции, демонстрируют различные тенденции в зависимости от политического режима, социальной памяти и классовой культуры в обеих странах.

В Турции дискурсы сосредоточены на «неуверенности», «индивидуальной экономической панике» и «преодолении с помощью иронии», тогда как в России они проявляются через «привыкание к установленному порядку», «доверие к рациональному контролю государства» и «адаптацию к прошлому опыту кризиса». Анализ

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са в Турции и России (2018–2024)

демонстрирует, что инфляция является не только экономическим, но и социально значимым опытом, формируемым классовой позицией, культурными кодами и политическими нарративами. Что касается потребительского поведения, то в то время как в Турции выделяются «сокращение расходов» и «цифровые решения», в России - тенденция к нормализации, поддерживаемая «акцентом на отечественные товары». Эта дифференциация связана не только с классом, но и с формами политического представительства (Fairclough 1995; Wodak & Meyer 2009).

Рисунок 1. Тематическая карта: Карта смыслов в восприятии инфляции



Источник: Создано автором.

Данная тематическая карта иллюстрирует логическую взаимосвязь между восприятием экономической неопределенности и социальными последствиями, возникающими среди представителей городского среднего класса. В ответ на инфляционное давление формируются стратегии адаптации, выражающиеся в сокращении потребления и изменении ожиданий. Эти стратегии, в свою очередь, ведут к трансформациям в восприятии классовой принадлежности и политической уверенности.

Дискурсивные Выводы: Формирование Восприятия в Медиа и Социальных Сетях

Предположение о том, что инфляция - это социальный опыт, формируемый культурными значениями и дискурсивными структурами, а не явление, ограниченное экономикой, требует более целостного анализа (Fairclough 1995; Wodak & Meyer 2009).

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

Критический дискурс-анализ в данном контексте показывает, как различные кризисные нарративы институционализируются в Турции и России, изучая как дискурсы СМИ, так и индивидуальные нарративы в социальных сетях на разных уровнях.

В турецком контексте дискурсы в традиционных СМИ представляют инфляцию как контролируемый процесс, объясняя её внешними факторами — глобальным энергетическим кризисом, влиянием международных сил и последствиями пандемии, а также переосмысляя через нарратив «новой экономической модели». Такой подход переносит причины экономических проблем за пределы внутренней системы, акцентируя внимание на структурных обстоятельствах, с которыми сталкиваются граждане. В то же время в социальных сетях формируются альтернативные нарративы, где инфляция осмысляется как подорожание жизни, волна роста цен, страх перед будущим и борьба за выживание. Эти высказывания становятся пространством для сопротивления, выражая не только экономическое недовольство, но и политическую критику, а также формируя стратегии адаптации в повседневности (Van Dijk 1998; Bayraktutan & Işık 2022).

В российском контексте медиадискурсы представляют инфляцию как «тест на устойчивость» и «защиту экономического суверенитета». Официальный нарратив фокусируется на темах «экономики, выстоявшей несмотря на санкции», «независимого развития» и «твёрдой позиции перед Западом». Этот подход идеологически переосмысливает кризис, формируя коллективное чувство мобилизации и сопричастности. В социальных сетях индивидуальные нарративы преимущественно сосредоточены на микроуровневых вопросах, таких как «выживание на низкие доходы», «ожидание стабилизации цен» и «скрытые стратегии адаптации». Политическая критика при этом либо подавляется, либо выражается в косвенной форме (Oushakine 2009; Silverman 2021).

В Турции контент социальных медиа функционирует как пространство дискурсивной борьбы, тогда как в России он организован преимущественно вокруг эмоциональной устойчивости и рутинной интернализации. Этот контраст указывает на дискурсивный разрыв между официальными медиа и обществом, который формируется в зависимости от классового позиционирования и особенностей политической системы в каждой стране.

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са
в Турции и России (2018–2024)**

Эти различия показывают, что инфляция представляет собой не просто экономический процесс, а особый режим восприятия — систему коллективных интерпретаций, формируемую культурными, политическими и дискурсивными структурами. Кризисные нарративы отражают социальную реальность, одновременно воспроизводя её, наделяя смыслом и придавая легитимность. В этой логике традиционные СМИ и социальные медиа во время кризиса выступают как каналы властного дискурса и как площадки, где индивиды и группы ведут борьбу за интерпретацию происходящего. (Bourdieu 1998; Foucault 1972).

**Таблица: 3. Дискурс Инфляции в СМИ и Социальных Медиа в Турции и России:
Тематическое Сравнение**

Пространство дискурса	Турция	Россия
Дискурсы Основных Сми	Глобальная волна, иностранные державы, новая экономическая модель, восприятие контроля.	Сопrotивление санкциям, экономическая независимость, противостояние Западу.
Дискурсы Социальных Сетей	Стоимость жизни, кризис нормальности, беспокойство о будущем, критика системы..	Приспособление к низким доходам, рост цен, стратегическая адаптация, подавление критики.
Дискурсивная Ориентация	Ежедневные контрпропаганды и юмор против дороговизны жизни.	Косвенные или нейтральные повествования в соответствии с государственным дискурсом.
Представительство Клас­са	Реакции неопределенности и политическая критика городского среднего класса.	Принятие среднего класса в ста­зисе и идеологическая приверженность.

Источник: Создано автором.

В таблице 3 представлен сравнительный анализ того, как дискурсы СМИ и социальных сетей формируют процессы социальной идентификации инфляции. В Турции медиадискурс преимущественно акцентирует внешние факторы и конструирует структуру, благоприятную для политической власти, тогда как социальные сети становятся пространством прямого выражения общественных настроений, где важное место занимают критика и ирония. В России медиадискурс формирует нарратив идеологического сопротивления и коллективной мобилизации, в то время как контент социальных медиа выражается более завуалированными формами — через обыденные

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

жалобы, иронию, адаптивные практики и намёки, которые позволяют обходить прямую политическую критику и создавать атмосферу частичного согласия или вынужденной лояльности.

В обеих странах существует дискурсивное разделение между СМИ и индивидом; форма этого разделения определяется структурами политического режима, культурными различиями и историческими воспоминаниями о кризисе. Таким образом, инфляция как не только экономический, но и дискурсивный феномен реконструируется различными социальными группами.

Выводы на Уровне SWOT-Анализа: Общие Черты и Точки Расхождения

В данном разделе исследуются поведенческие и перцепционные модели городских средних классов в Турции и России в условиях высокой инфляции с точки зрения SWOT-анализа. Этот подход позволяет выявить как индивидуальные, так и структурные сильные и слабые стороны, а также оценить влияние внешних условий на общественный опыт с точки зрения возникающих угроз и возможностей (Helms & Nixon 2010).

Наиболее заметная слабость, характерная для обеих стран, - стремительное снижение покупательной способности и неспособность финансово планировать будущее. Особенно представители городского среднего класса откладывают принятие долгосрочных решений о расходах и инвестициях, что приводит к растущему чувству неуверенности. Такая ситуация создает не только экономическое, но и психологическое давление (Silverman 2021).

На уровне угроз в Турции непредсказуемость колебаний цен и неопределённость в потреблении ослабляют доверие потребителей. В России ограниченный доступ к международным рынкам и снижение разнообразия импортных товаров заставляют средний класс пересматривать повседневные расходы и стратегию покупок. В обоих случаях угрозы затрагивают не только внешние факторы, но и трансформируют внутреннюю динамику потребительской культуры.

Тем не менее, следует отметить несколько сильных сторон. Солидарность внутри семьи в Турции позволяет активизировать механизмы коллективной поддержки, основанные на социальных сетях. Такие формы солидарности обеспечивают альтернативные системы безопасности в периоды экономического давления. В России

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са в Турции и России (2018–2024)

механизмы поддержки работников с фиксированным доходом и меры по стабилизации цен на основные товары приносят временное, хотя и ограниченное облегчение.

Для Турции в категории возможностей выделяются цифровизация, распространение каналов онлайн-покупок и расширение доступа потребителей к информации, а в России реструктуризация местного производства и цепочек поставок создает разнообразие на внутреннем рынке. Эти возможности меняют не только экономику, но и способы осмысления потребительских предпочтений.

В целом SWOT-анализ показывает, что группы, столкнувшиеся с аналогичным экономическим давлением в Турции и России, выработали способы преодоления кризиса, опираясь на разные социальные и культурные ресурсы. В Турции важнейшим механизмом стала семейная и родственная солидарность: совместное распределение расходов, коллективные закупки продуктов и даже разделение жилья. В России на первый план выходят соседские и локальные сети взаимопомощи, а также практики обмена товарами и услугами. Наряду с этим формируются стратегии смыслообразования. В турецком контексте инфляция осмысливается как коллективное испытание, которое требует национальной или религиозной сплоченности, тогда как в российском — как вызов, преодоление которого возможно через обращение к исторической памяти, упрощение потребностей и опору на повседневные рутины.

Таблица: 4. SWOT-Анализ Среднего Клас­са в Турции и России

Элемент SWOT	Турция	Россия
Сильные стороны	Семейная солидарность, поддержка через социальные сети, адаптация к цифровому потреблению.	Усилия по стабилизации цен на основные продукты, механизмы государственной поддержки.
Слабые стороны	Быстрая потеря покупательной способности, неопределенное планирование, финансовый стресс.	Ограничение доступа к импортным товарам, сужение альтернатив потребления.
Возможности	Широкое использование цифровых каналов и	Увеличение местного производства,

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са
в Турции и России (2018–2024)**

	повышение осведомленности потребителей.	реструктуризация внутреннего рынка.
Угрозы	Колебания цен, снижение потребительского доверия.	Сокращение международного доступа, неопределенность в торговле.

Источник: Создано автором

В таблице 4 представлен сравнительный SWOT-анализ того, как городские средние классы в Турции и России справляются с инфляцией. В обеих странах к общим слабым сторонам относятся снижение покупательной способности и нарастающая экономическая неопределённость, при этом наиболее заметным последствием кризиса для домохозяйств становится сокращение потребления. Турецкий опыт акцентирует такие сильные стороны, как семейная солидарность и использование цифровых инструментов, тогда как в российском контексте значимыми оказываются государственная поддержка и стратегии внутреннего производства. Возможности формируются через рост потребительской осведомлённости и развитие цифровых каналов в Турции, а в России — через активизацию внутреннего производства. Угрозы, в свою очередь, определяются в Турции волатильностью цен, а в России — ограниченным доступом к внешним рынкам. Таким образом, SWOT-анализ показывает, что кризисный опыт формируется не только в экономическом измерении, но и через социальные практики и формы организации.

Полученные выводы находят подтверждение и в количественных показателях. Так, снижение индекса потребительского доверия в Турции до 68 пунктов в 2022 году отражает тенденцию общественной неуверенности, тогда как одновременный рост инфляции до 85% и резкие колебания валютного курса усиливают проявления финансовой нестабильности, зафиксированные в разделах “слабые стороны” и “угрозы”. В России аналогичные процессы выражаются в повышении инфляции к концу 2022 года до 13,8% и обесценивании рубля на 25% по отношению к доллару США, что свидетельствует о снижении покупательной способности среднего класса и подтверждает развитие адаптационных стратегий в условиях кризиса. В то же время сокращение импорта способствовало росту спроса на отечественные товары, что соотносится с категорией “возможности”, тогда как повышение индекса

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

потребительского доверия в Турции выше 80 пунктов в 2023 году указывает на частичную тенденцию восстановления и демонстрирует потенциал реконструкции “сильных сторон”.

Сравнительное Социальное Конструирование: Перцепционная Карта Инфляции в Турции и России

Социальная реальность формируется не только через объективные данные, но и через те смыслы, которые люди придают собственному опыту и событиям, происходящим вокруг. В этом контексте инфляция воспринимается не просто как рост цен или снижение покупательной способности, а как особая «эмоциональная экономика» — совокупность чувств, ожиданий и привычек, определяющих повседневные стратегии адаптации (Hochschild 1983). Она включает в себя тревогу за будущее, чувство несправедливости, поиски уверенности и способы эмоционального регулирования в условиях неопределённости. Примеры Турции и России показывают, что схожие экономические тенденции интерпретируются в разных когнитивных рамках, что отражает специфику национальных моделей восприятия и адаптации к кризису.

В Турции инфляция, сопровождающаяся быстрыми изменениями цен и постоянной неопределённостью, сформировала у людей ощущение «хрупкой уверенности» в повседневной жизни. Под этим подразумевается состояние, когда базовое чувство стабильности сохраняется лишь на короткий срок и легко разрушается под воздействием новых экономических шоков. Например, кратковременное облегчение от повышения зарплаты или временного снижения цен быстро сменяется тревогой из-за очередного скачка инфляции. Анализ показывает, что индивиды реагируют на инфляцию не только в материальном аспекте, но и через эмоциональные и культурные механизмы. Дилеммы, возникающие при принятии потребительских решений — от покупки продуктов питания до выбора развлечений, — связаны как с экономическими факторами, так и с угрозой потери статуса, ограничением привычного образа жизни и тревогой за будущее.

В России, напротив, инфляция воспринимается как «колебания в привычном диапазоне». Социальная память формируется под влиянием опыта предыдущих экономических переходов, и этот процесс стал тихой, но устойчивой частью социальной сопротивляемости. Люди реагируют на рост цен как на нечто само собой разумеющееся

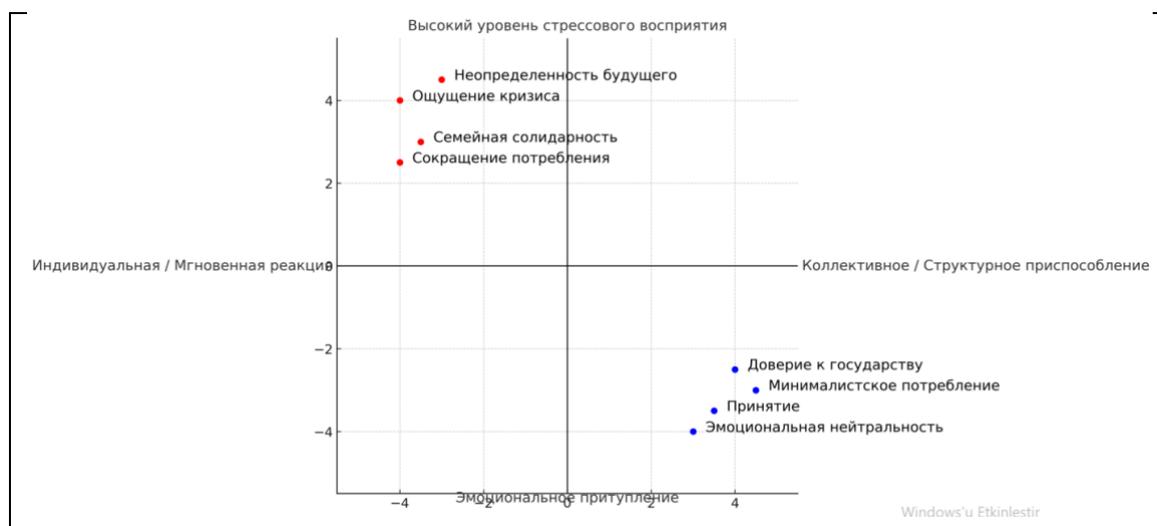
Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са в Турции и России (2018–2024)

и минимизируют эмоциональное бремя, стабилизируя свои ожидания. Это результат формирования модели поведения, которая признает инфляцию «структурной», а не «исключительной» реальностью.

В Турции нарративы строятся вокруг тревог о будущем и вопросов общественной принадлежности, тогда как в России они формируются в логике непрерывности, принятия и упрощённых ожиданий. Такое различие показывает, что инфляция затрагивает не только экономическую сферу, но и оказывает влияние на более широкие социальные процессы. Она меняет восприятие времени, сужая горизонты планирования и заставляя людей концентрироваться на краткосрочных стратегиях выживания вместо долгосрочных проектов. Одновременно кризис активизирует политику памяти: прошлые экономические потрясения — такие как инфляционные периоды, кризисы 1990-х или опыт дефицита — становятся рамками, через которые общество и медиа интерпретируют нынешнюю ситуацию.

В результате карта восприятия инфляции в этих двух обществах сложилась по-разному. В Турции инфляция превратилась в трансформирующую силу, которая ставит под вопрос ментальное и культурное равновесие индивидов, тогда как в России этот феномен функционирует скорее как фоновый звук, переопределяющий нормативные границы. Эти различия демонстрируют, что инфляция затрагивает не только цены, но и эмоции, смыслы, превращаясь в многогранный социальный опыт.

Рисунок: 5. Перцептивная карта инфляционного восприятия: Турция и Россия



Источник: Создано автором

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

В таблице 5 на восприимчивой карте визуализируются различия в общественном восприятии инфляции в Турции и России в эмоциональных, культурных и структурных аспектах. Горизонтальная ось карты представляет собой спектр между индивидуальными и мгновенными реакциями, с одной стороны, и коллективным и структурным приспособлением, с другой. Вертикальная ось отражает шкалу от восприятия с высоким уровнем стресса до эмоциональной нейтрализации. Индикаторы, относящиеся к Турции, символизируют реактивную интенсивность, сосредоточенную на кризисе и неопределенности, тогда как концепции, связанные с Россией, больше ассоциируются с принятием, рутинностью и низкой эмоциональной активностью.

Вклад Выводов в Научную Литературу

Выводы данного исследования выходят за рамки традиционных подходов, объясняющих влияние инфляции на индивидуальное потребительское поведение исключительно через призму экономической рациональности. Вместо этого они рассматривают инфляцию в ее историческом, дискурсивном и социально-классовом контексте. Сравнительный анализ на примере Турции и России эмпирически демонстрирует, что инфляция является не просто объективным экономическим явлением, но и сложным социально сконструированным опытом.

Первый вклад исследования заключается в том, что дискурсивные уровни анализа, раскрывающие восприятие и эмоциональные коды инфляции, показывают: экономические кризисы воздействуют не только на поведенческие аспекты индивидов, но и затрагивают культурные и символические структуры. Анализ медиа и социальных сетей демонстрирует, что переживание кризиса определяется классовыми позициями и в то же время зависит от конкретных культурных контекстов. Таким образом, работа восполняет важный пробел в научной литературе, делая видимой эмоциональную экономику потребительского поведения. Анализ медиа и социальных сетей показывает, что способы переживания кризиса формируются не только классовыми позициями, но и культурными контекстами. В этом смысле данное исследование заполняет важный пробел в научной литературе, делая видимой эмоциональную экономику потребительского поведения.

Во-вторых, результаты тематического анализа показывают, что реакция городских представителей среднего класса на инфляцию не ограничивается только

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

экономическим спадом, но и приводит к трансформации их образа жизни, социальной принадлежности и восприятия идентичности. Этот результат придает глубину существующим социально-экономическим анализам, показывая, что кризис потребления трансформирует не только рыночное поведение, но и социальное положение индивида и его формы принадлежности.

Третий вклад - сравнительная демонстрация того, как городские средние классы в Турции и России разработали различные формы структурной устойчивости и стратегии доверия в схожих кризисных контекстах благодаря оценке, проведенной с помощью SWOT-фреймворка. В этом отношении исследование выходит за рамки единичных структурных моделей, используемых для объяснения экономических кризисов, и предлагает модель, основанную на подходе контекстуального сравнения.

В этом отношении исследование предлагает уникальное методологическое открытие не только для литературы по инфляции, но и для таких областей, как социология потребления, психология кризиса и сравнительные классовые исследования.

Обсуждение

Результаты исследования показывают, что инфляция является экономическим феноменом, выражающимся в повышении общего уровня цен и снижении покупательной способности. Вместе с тем она предстает как многогранная социальная реальность, закреплённая в коллективной памяти и различающаяся в зависимости от классовой позиции. Этот опыт переживается через культурные репрезентации, которые формируют способы осмысления кризиса и практики адаптации к нему. Анализ турецкого и российского примеров показывает, что инфляция выходит за рамки потребительских предпочтений людей и оказывает глубокое влияние на их повседневные привычки, восприятие социальной идентичности и практики укрепления доверия. В данном разделе эти ключевые результаты обсуждаются в сравнении с литературными данными и анализируются в рамках теоретических представлений.

Классовые Репрезентации Инфляции: Статус, Потребление и Идентичность

Тематические выводы исследования показывают, что городской средний класс в Турции переживает инфляцию не только как экономический кризис, но и как изменение своего положения в социальной иерархии. Сокращение привычек потребления проявляется в

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

отказе от походов в кафе и рестораны, ограничении поездок и снижении расходов на развлечения. Эти изменения в повседневной жизни сопровождаются чувством потери заметности и признания в обществе, когда становится труднее поддерживать привычный образ «среднеклассового» стиля жизни. В результате индивиды начинают воспринимать своё классовое положение как находящееся под угрозой. Эта ситуация напрямую пересекается с концепциями Бурдьё (1984) о «габитусе» и «классовом вкусе»: Потребление - это не только материальный, но и символический индикатор класса.

В случае с Россией тот же класс реагировал на кризисные явления менее драматично и более привычно. Это различие связано не только с экономикой, но и с исторической жизнью и коллективной кризисной культурой. Постсоветская культура жизнестойкости, характеризуемая в рамках концепции Оушакина (2009) «дисциплина вместо надежды», объясняет склонность российского городского среднего класса к минимализму и принятию.

Дискурсивное Формирование Инфляции: Медиа и Контр-Нарративы

Выводы на уровне дискурса особенно подчеркивают разрыв между традиционными медиа и социальными сетями в Турции. Официальные нарративы, такие как «новая экономическая модель» и «внешне обусловленная инфляция», резко контрастируют с дискурсами пользователей социальных сетей, которые акцентируют «нормальность кризиса» и «дороговизну жизни». Это противостояние соотносится с теориями Теун ван Дейка (1998) о взаимоотношениях между дискурсом и политическими структурами: официальные нарративы стремятся формировать господствующее понимание, в то время как цифровые платформы становятся пространством для производства контр-нарративов.

В России дискурс более адаптивен и опосредован. Расстояние между официальными нарративами и индивидуальными восприятиями гораздо меньше, а онлайн-реакции пользователей чаще выражаются через микро-стратегии. Это формирует дискурсивную структуру, в которой «критическая дистанция» остается низкой, но высокий уровень адаптации обеспечивает устойчивость (Wodak & Meyer 2009).

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

Эмоциональная Экономика и Карты Восприятия

Выводы исследования демонстрируют, что инфляция переживается не только через рациональные экономические механизмы, но и в рамках эмоциональной экономики. В турецком контексте она сопровождается страхом перед будущим, тревожностью из-за неопределённости и ощущением социальной изоляции. Российский опыт отличается доминированием «эмоциональной нейтрализации», то есть снижением силы негативных эмоций и превращением инфляции в привычный фон повседневной жизни за счёт рутинных практик адаптации — экономии, упрощённых ожиданий и привычки «терпеть». Такое различие позволяет по-новому осмыслить концепцию «эмоционального труда» Арли Хохшильд (1983): если в Турции индивиды воспринимают инфляцию как тяжёлую эмоциональную нагрузку, то в России она смягчается и интегрируется в повседневность через механизмы привычки и устойчивости.

Режимы Доверия и Институциональная Устойчивость

Результаты исследования SWOT показывают, что режимы доверия в Турции и России определяют стратегии, разработанные индивидами для борьбы с инфляцией. В Турции доверие организовано в большей степени на индивидуальном уровне, через семью и социальные сети, в то время как в России конструктивная позиция государства выводит доверие на институциональный уровень. Это различие показывает, что экономическая неопределённость напрямую связана не только с динамикой рынка, но и с характером социальной структуры.

В заключение можно отметить, что исследование показало важность учитывать не только экономические, но и социальные и культурные измерения инфляции. Кризис не только экономический, но и социально сконструированный, представленный и управляемый. Поэтому предложенный в исследовании подход многоуровневого анализа с его тематическими, дискурсивными и структурными слоями предлагает модель, применимую в литературе по социальным наукам.

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

Вклад Исследования в Литературу

Данное исследование вносит вклад в литературу по трем аспектам:

- Классовые, культурные и дискурсивные аспекты инфляции анализируются вместе, чтобы дать междисциплинарное объяснение.
- Проведен сравнительный анализ восприятия кризиса и поведенческих моделей в двух различных политических режимах, таких как Турция и Россия, и сделано теоретическое обобщение.
- Эта модель, разработанная с помощью методов \square Veriye и репрезентативного анализа, позволила создать новаторские гипотезы для эмпирических исследований в аналогичных социально-политических средах.

ВЫВОДЫ и РЕКОМЕНДАЦИИ

В этом сравнительном анализе, проведенном на примере Турции и России, инфляция рассматривается не только как экономическое явление, но и как коллективный опыт, переплетенный с исторической памятью, социальными позициями и культурным смысловым пространством. Полученные в ходе исследования данные показывают, что неолиберальная экономическая политика напрямую влияет на поведенческие модели и восприятие инфляции среди городского среднего класса, раскрывая их в многослойной перспективе.

В турецком контексте инфляция проявляется не только как снижение доходов или потеря покупательной способности, но и как попытка найти индивидуальные решения в условиях неопределенности, статусной напряженности и истощения символических ресурсов. Это явление порождает «кризис образа жизни», особенно в плане социальной мобильности городского среднего класса. В отличие от этого, наблюдаемый в России опыт инфляции формировался в рамках «привычного режима», сформированного коллективными историческими переходами и политико-экономической неопределенностью; эмоциональные реакции были менее экспрессивными и более адаптивными.

В исследовании выделяются три основные оси для объяснения позиционирования индивидов перед лицом инфляции: во-первых, переплетение потребительских привычек

Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса в Турции и России (2018–2024)

с культурными и классовыми кодами; во-вторых, дифференциация кризисных нарративов на уровне дискурса между СМИ и социальными медиа; в-третьих, институциональные или межличностные структуры, к которым направлены поиски доверия индивидов. Эта многоосевая структура позволяет увидеть не только динамику экономической системы, но и отношения производства смыслов, которые индивиды устанавливают с экономикой.

Полученные результаты показывают, как инфляция концептуализируется в мире социальных смыслов за пределами ее объективного измерения; в этом отношении она требует переосмысления существующих экономических анализов с измерениями эмоциональной экономики, перцептивного стресса и классовой памяти. В частности, SWOT-анализ показывает степень контекстуализации реакций на схожие кризисные условия в странах с различными институциональными структурами, таких как Турция и Россия.

В этом контексте рекомендации, вытекающие из исследования, имеют общую перспективу восстановления не только экономической стабильности, но и социального доверия и символической самореализации. Для политиков в этом контексте выделяются три основные рекомендации:

- (i) Кризисная коммуникация должна быть перестроена таким образом, чтобы апеллировать к эмоциональной сфере общества, а не только передавать техническую информацию.
- (ii) Необходимо расширить гибкие и адресные механизмы социальной поддержки для среднего класса, чтобы сохранить классовую принадлежность, сформированную через потребление.
- (iii) Разрыв в восприятии, возникший в результате утраты институционального доверия, должен быть восстановлен на основе прозрачности, последовательности и целостности повествования.

В заключение следует отметить, что данное исследование не только позволило создать новый социологический взгляд на феномен инфляции, но и переосмыслить концепции кризиса, класса и доверия в социальных науках. С методологической точки зрения, данная структура, использующая дискурс-анализ, тематический анализ и SWOT-

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса
в Турции и России (2018–2024)**

подход, вносит важный вклад в модели многоуровневого анализа. Будущие исследования могут открыть новые направления для сравнительных экономико-социологических исследований, применяя эту методологическую структуру в разных странах или в разных кризисных контекстах.

EXTENDED ABSTRACT

In contemporary socio-economic contexts, inflation is far more than a set of rising price indices; for many individuals especially members of the urban middle class it represents a multidimensional lived experience that intertwines with class positions, cultural frameworks, and emotional registers. This study examines how high inflation, as observed in Turkey and Russia between 2018 and 2024, has been socially constructed and subjectively experienced by urban middle-class consumers. Moving beyond conventional economic paradigms, the research integrates a multi-layered, interdisciplinary framework to explore how individuals perceive, narrate, and respond to prolonged economic volatility.

Rather than merely documenting behavioral shifts, the study interrogates the interpretive structures behind these shifts. It employs thematic analysis to explore transformations in consumption practices, critical discourse analysis to unpack competing narratives across media and social media platforms, and a SWOT-based comparative framework to capture the structural dimensions of inflationary response. This methodological integration allows for a nuanced understanding of how macro-level economic processes are refracted through micro-level subjective realities.

In Turkey, inflation has fostered uncertainty, insecurity, and symbolic loss manifesting in reduced social visibility, weakened status narratives, and the erosion of middle-class identity. In contrast, the Russian experience has been shaped by historical exposure to recurring crises, producing adaptive mechanisms such as emotional neutralization, habitual coping, and a relatively higher reliance on state intervention. These divergent trajectories are not merely economic but deeply embedded in national memory, political culture, and collective psychology.

Discourse analysis reveals stark asymmetries between official rhetoric and grassroots narratives. In Turkey, government discourse frames inflation through external causes and controlled transition narratives, while social media channels express growing anxiety, cost-of-

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса
в Турции и России (2018–2024)**

living stress, and a normalization of crisis. In Russia, official and public narratives are more aligned, with discourse centering on economic sovereignty, national resilience, and everyday pragmatism. These findings underscore that inflation is not just measured but meaningfully narrated and that meaning-making is shaped by historically situated discursive fields.

SWOT analysis offers a comparative structure, identifying both shared vulnerabilities (such as declining purchasing power and institutional distrust) and differentiated strengths and opportunities. In Turkey, informal safety nets such as family solidarity dominate individual coping strategies, while in Russia, institutional supports and paternalistic state mechanisms are more salient. These contrasts suggest that inflation resilience is shaped not solely by economic variables but by cultural and institutional ecologies.

A key innovation of this study lies in the development of visual tools a perceptual map and conceptual matrix which spatialize inflation perceptions and allow for visual comparison across contexts. These tools not only illustrate national differences in inflation response but also offer researchers a methodological framework for mapping subjective economic experience.

The study contributes to three key areas of literature. First, it reconceptualizes inflation not as a technical challenge but as a socially and emotionally constructed process, thereby enriching scholarship on affective economies and crisis psychology. Second, it repositions class analysis by linking material constraints with identity, lifestyle, and symbolic capital, offering new directions for consumption sociology. Third, it proposes a novel methodological model combining discourse, thematic, and strategic (SWOT) analysis ideal for future studies exploring multi-dimensional crisis phenomena.

Ultimately, this research invites scholars and policymakers alike to reconsider inflation as more than a macroeconomic anomaly. It urges us to recognize it as a narrative structure, a cultural rupture, and a classed emotional regime. Through its comparative design and methodological depth, the study provides not only an interpretive lens but a conceptual toolkit for analyzing how crises are lived, framed, and managed within distinct socio-political landscapes.

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса
в Турции и России (2018–2024)**

ЛИТЕРАТУРА

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*, University of Minnesota Press.
- Barnet, R. J., Cavanagh, J. (1994). *Global dreams: Imperial corporations and the new world order*, Simon and Schuster.
- Bauman, Z. (1999). *In Search of Politics*, Stanford University Press.
- Bauman, Z. (2005). *Liquid life*, Cambridge: Polity Press.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming life*, Cambridge: Polity Press.
- Bayraktutan, Y., Işık, M. (2022). Kriz zamanlarında sosyal medya söylemleri: Türkiye'de enflasyon örneği, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 60(1), 55-80.
- Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity*, London: Sage.
- Beck, U. (2000). *What Is Globalization?*, Polity Press.
- Berman, M. (1982). *All that is solid melts into air: The experience of modernity*, Penguin.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*, R. Nice (Trans.), Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*, R. Nice (Trans.), Stanford, CA: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1998). *On television*, New Press.
- Bourdieu, P. (2005). *The Social Structures of the Economy*, Polity Press.
- Braun, V., Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. Doi: <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Castells, M. (1996). *The rise of the network society*, Blackwell Publishers. Doi: 10.1002/9781444319514
- Castells, M. (2010). *The Power of Identity: The Information Age - Economy, Society and Culture* (Vol. 2), Wiley-Blackwell. Doi: 10.1002/9781444318234
- Erduran, N., Özçelik, K. (2023). Türkiye'de orta sınıfın kriz deneyimleri: Enflasyon, borç ve güven, *Toplum ve Bilim*, 163, 55-88.
- Esping-Andersen, G. (1999). *Social Foundations of Postindustrial Economies*, Oxford University Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*, London: Longman. Doi: 10.4324/9781315834368.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2nd ed.), London: Sage.
- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.), London: Sage.
- Foucault, M. (1972). *The archaeology of knowledge and the discourse on language*, Pantheon Books. Doi: 10.1177/053901847000900108
- Fraser, N. (2014). *Fortunes of Feminism: From State-Managed Capitalism to Neoliberal Crisis*, Verso.

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Клас­са
в Турции и России (2018–2024)**

- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks*, Q. Hoare & G. Nowell Smith (Eds. & Trans.), International Publishers.
- Gurova, O. (2015). *Fashion and the consumer revolution in contemporary Russia*, Routledge.
- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action: Reason and the Rationalization of Society* (Vol. 1), Beacon Press.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*, Oxford: Oxford University Press.
- Helms, M. M., Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis – where are we now? A review of academic research from the last decade, *Journal of Strategy and Management*, 3(3), 215-251. Doi: 10.1108/17554251011064837
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Inglehart, R., Norris, P. (2016). Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash, Harvard Kennedy School Working Paper Series, RWP16-026. Doi: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2818659>
- Inglehart, R., Norris, P. (2017). *Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Jessop, B. (2008). *State Power: A Strategic-Relational Approach*, Polity Press.
- Kalb, D., Halmai, G. (Eds.). (2011). *Headlines of nation, subtexts of class: Working-class populism and the return of the repressed in neoliberal Europe*, Berghahn Books.
- Krugman, P. (2009). *The Return of Depression Economics and the Crisis of 2008*, W. W. Norton & Company.
- Milanovic, B. (2016). *Global inequality: A new approach for the age of globalization*, Harvard University Press.
- North, D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge University Press.
- Öniş, Z., Kutlay, M. (2020). The dynamics of emerging middle powers: The South Korea–Turkey nexus, *Third World Quarterly*, 41(3), 505–524. Doi: <https://doi.org/10.1080/01436597.2019.1699974>
- Oushakine, S. A. (2009). *The patriotism of despair: Nation, war, and loss in Russia*, Cornell University Press.
- Piketty, T. (2014). *Capital in the twenty-first century*, Harvard University Press.
- Piketty, T. (2020). *Capital and Ideology*, Harvard University Press.
- Polanyi, K. (2001). *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*, Beacon Press. (Original work published 1944).
- Ragin, C. C. (2014). *The comparative method: Moving beyond qualitative and quantitative strategies*, University of California Press.
- Rutland, P. (2013). Neoliberalism and the Russian transition, *Review of International Political Economy*, 20(2), 332-362. Doi: <https://doi.org/10.1080/09692290.2012.727844>
- Silverman, D. (2021). *Interpreting qualitative data* (6th ed.), London: Sage.

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса
в Турции и России (2018–2024)**

- Standing, G. (2011). *The precariat: The new dangerous class*, Bloomsbury Academic.
- Therborn, G. (2012). *The Killing Fields of Inequality*, Polity Press.
- Tugal, C. (2021). The making of the Turkish middle class and its destabilization under AKP rule, *Theory and Society*, 50(2), 265-288. Doi: <https://doi.org/10.1007/s11186-021-09425-4>
- Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*, Sage.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class*, Macmillan.
- Warde, A. (2017). *The practice of eating*, Cambridge: Polity Press.
- Wodak, R., Meyer, M. (2009). *Methods of critical discourse analysis* (2nd ed.), Sage.
- Wright, E. O. (2005). *Approaches to class analysis*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Yurchak, A. (2006). *Everything was forever, until it was no more: The last Soviet generation*, Princeton University Press.
- Zelizer, V. A. (1994). *The social meaning of money*, Basic Books.
- Zizek, S. (2012). *The Year of Dreaming Dangerously*, Verso.

**Социальная Конструкция Высокой Инфляции: Сравнительный Анализ
Восприятия, Доверия и Потребительского Опыта Городского Среднего Класса
в Турции и России (2018–2024)**

Makale Bilgileri/Article Information

<i>Etik Beyan:</i>	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel 486ee tik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan edilir.	<i>Ethical Statement:</i>	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
<i>Çıkar Çatışması:</i>	Çalışmada kişiler veya kurumlar arası çıkar çatışması bulunmamaktadır.	<i>Conflict of Interest:</i>	The authors declare that declare no conflict of interest.
<i>Yazar Katkı Beyanı:</i>	Çalışmanın tamamı yazar tarafından oluşturulmuştur.	<i>Author Contribution Declaration:</i>	The entire study was created by the author.
<i>Mali Destek:</i>	Çalışma için herhangi bir kurum veya projeden mali destek alınmamıştır.	<i>Financial Support:</i>	The study received no financial support from any institution or project.
<i>Yapay Zekâ Kullanımı:</i>	Bu çalışmada herhangi bir yapay zekâ tabanlı araç veya uygulama kullanılmamıştır.	<i>Use of Artificial Intelligence:</i>	This study did not utilize any artificial intelligence-based tools or applications.
<i>İntihal:</i>	Bu makalede intihal taraması yapılmış ve intihal içermediği teyit edilmiştir. – İntihal.Net	<i>Plagiarism:</i>	This article has been scanned for plagiarism and it has been confirmed that it does not contain plagiarism. – İntihal.Net