



ENFLASYONUN SOSYAL AĞLARDA İNŞASI: AKTÖR-AĞ TEORİSİ (AAT) BAĞLAMINDA İKTİSADİ GÖSTERGELERİN TOPLUMSAL KURGUSU

Uğur DOLGUN*

Öz

Bu çalışma, enflasyonu kurumlar, ölçüm protokolleri ve dijital dolaşımın kesişiminde kurulan sosyoteknik bir düzenek olarak ele almaktadır. TÜİK ile ENAG arasındaki ayrışma, Aktör-Ağ Teorisi (AAT) çerçevesinde analiz edilerek; hem nicel verilerin üretilmesi, dolaşıma sokulması ve iktisadi davranışa yansımaları arasındaki bağların açıklığa kavuşturulması hem de göstergelerin yönetimine ilişkin ilke ile tasarım önerilerinin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Çalışmada kuramsal çerçeveye dayalı nitel araştırma deseni benimsenmiştir: Bu kapsamda, TÜİK ve ENAG'ın metodolojik metinleri ile bültenleri incelenmiş; ulusal basın ve sosyal ağlarda enflasyon verisi etrafında yoğunlaşan belli materyaller içerik analiziyle değerlendirilmiş; elde edilen bulgular resmî serilerle karşılaştırmalı okuma ve tutarlılık denetimleri yoluyla çapraz doğrulamaya tabi tutulmuştur. Bulgular, endeksin kamuya açıklandıktan sonra sosyal ağlar ve medya aracılığıyla beklenti oluşumunu etkilediğini; sözleşme hükümleri, fiyatlandırma kararları ve para politikası iletişimde temel referans noktası olarak kullanıldığını; ayrıca ücret pazarlıklarında belirgin bir yönlendirici etki yarattığını göstermektedir. Farklı ağ kurgularının ölçüm düzeyini, oynaklığı ve tepki hızını değiştirdiği; bunun da beklentilerin oluşumunu ve gelir dağılımına yansıyan sonuçları doğrudan etkilediği saptanmıştır. Bu çerçevede özellikle şu alanlara yoğunlaşmıştır: AAT ve performatiflik tartışmalarını birleştiren analitik yaklaşım; doküman incelemesini basın ve sosyal ağ içerikleriyle bütünleştiren metot; kapsam, harcama ağırlıklarının

* Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, ugurdolgun@yahoo.com, ORCID: 0000-0003-4898-1007

kaynağı, basit endeks yöntemi, örneklem kurallarına ilişkin üstveri şeffaflığı ve buna eşlik eden kısa etki değerlendirmesi; sosyal veri takibine dayalı iletişim düzeni. Bir arada ele alındığında, bu unsurlar güvenilirliği kişilerden yeniden üretilebilir süreçlere kaydırır ve karşılaştırılabilir, denetlenebilir ve politika yapımı açısından anlamlı enflasyon göstergelerini destekler.

Anahtar Kelimeler: Aktör-Ağ Teorisi (AAT), Bruna Latour, Enflasyon, İktisadi Göstergeler, TÜİK-ENAG.

JEL Kodu: E31, E37.

Constructing Inflation as a Networked Reality: An Actor-Network Theory (ANT) Approach to Economic Indicators

Abstract

This article treats inflation as a socio-technical arrangement formed at the intersection of institutions, measurement protocols and digital circulation. Focusing on the divergence between TÜİK and ENAG- it uses Actor-Network Theory (ANT) to clarify how quantitative indicators are produced, mobilised and taken up in economic behaviour, and to develop principles for the governance of indicators. A theory-informed qualitative design is employed. Methodological texts and bulletins issued by TÜİK and ENAG are examined through document analysis; national press and social-media content clustered around release periods is analysed using discourse and content analysis; and the resulting evidence is triangulated against official series via comparative reading and consistency checks. The analysis shows that, once released, the index diffuses through news and social platforms into expectation formation; it functions as a benchmark in contract indexation, pricing decisions and monetary-policy communication, and thereby acts as an anchor in wage bargaining. Alternative network configurations alter the measured level, volatility and responsiveness, which in turn shape expectations and have distributional consequences for income. The article contributes, first, an analytical synthesis that connects ANT with debates on performativity; second, a corpus strategy that integrates documentary sources with media traces; and third, a governance package: granular methodological transparency (scope, sources of expenditure weights, elementary aggregation formula - arithmetic or geometric mean- sampling and revision rules), a concise impact brief issued alongside each release, and a

communication regime grounded in systematic monitoring of social-media signals. Taken together, these elements relocate credibility from persons to reproducible processes and support comparable, auditable and policy-relevant inflation indicators.

Keywords: Actor-Network Theory (ANT), Bruna Latour, Inflation, Economic Indicators, TUIK-ENAG.

JEL Codes: E31, E37.

1. GİRİŞ

Modern toplumların -özellikle kriz dönemlerinde- en sık sorgulanan gerçeklik üreticilerinin başında iktisadi göstergeler yer alır. İktisadi hayat yanında kamuoyu için de kritik önemdeki enflasyon oranlarıysa, Merkez Bankası yahut Devlet İstatistik Enstitüsü gibi kurumların teknik hesaplamalarındaki herhangi bir niceliksel veri olmaktan ziyade; bireylerin gündelik algı dünyasına, medyanın gündem inşasına, siyasetin söylem mühendisliğine, vs. yön veren çok boyutlu bir epistemik araçtır (Porter, 1995: 76). Bu bağlamda, enflasyonun ‘ölçülen’ bir değişkenden öte ‘inşa edilen’ bir olgu olduğunun kabulü, modern iktisadi aklın temellerine yönelik eleştirel okumaları da beraberinde getirir.

Enflasyonun teknik bir gösterge olarak iktisadi gerçekliği çoğu kez tarafsız biçimde yansıtmaması, bu olgunun ardındaki sosyoekonomik ve siyasal düzeneklerin sistematik çözümlemesini gerektirir. İktisadi krizler ile belirsizliklerin küresel ölçekte olağanlaştığı çağdaş kapitalist düzende Türkiye istisna teşkil etmediğinden (Bozdağlıoğlu & Yılmaz, 2017: 2), bu durum göstergelerin hem iktisadi işlevlerini hem de bunların derlenmesini, hesaplanmasını ve ilanını gerçekleştiren -resmî istatistik kurumları ile bağımsız araştırma grupları, perakende zincirlerinin ürün grubu yöneticileri ile ödeme hizmeti sağlayıcısı POS ağları, e-ticaret platformları ile fiyat karşılaştırma ve takip servisleri, sendikalar ile işveren birlikleri, ekonomi gazetecileri gibi- aktörlerin etkileşimlerini ayrıntılı biçimde incelemeye elverişli bir çerçeve kurar. Bu koşullarda Türkiye İstatistik Kurumu’nun (TÜİK) açıkladığı yıllık enflasyon oranları ile Enflasyon Araştırma Grubu (ENAG) gibi bağımsız oluşumların sunduğu alternatif veriler arasındaki uyumsuzluk, metodolojik farklılıklar yanında göstergelerin dayandığı parametre tercihleri ve hesaplama esaslarına ilişkin derin bir ontolojik ayrışmayı açığa çıkarır.

Bu çalışma iktisat ve sosyoloji disiplinlerindeki yerleşik sınırların ötesine adım atıp, iktisadi göstergelerin doğasını

Bruno Latour'un Aktör-Ağ Teorisi (AAT) üzerinden ele almaktadır. Latour (2021: 70) toplumsal yapı ile toplumsal gerçekliği, insan özneler ile -teknolojik aygıtlar, ölçüm ve kayıt düzenekleri, veri işleme sistemleri gibi- insan-dışı unsurların geçici uzlaşılarla oluşturduğu dinamik ağ yapıları üzerinden kavramsallaştırır. Bu zeminde iktisadi göstergeler, ekonominin* durumu hakkında bilgi sağlayan araçlar oldukları kadar, iktisadi düzenin yapısal sınırlarını çizen, aktörlerin konumlarını belirleyen ve iktisadi gerçekliği örgütleyen kurucu unsurlar olarak değerlendirilmelidir. Dolayısıyla bu perspektif, iktisadi göstergeleri epistemolojik olduğu kadar ontolojik düzeyde de yeniden düşünme hususunda bir çağrıdır. Enflasyon oranıysa teknik bir ölçüm olmaktan çıkıp kurumlar, medya, tüketiciler, algoritmalar, vb. arasında örülen çok katmanlı bir inşa sürecinin içinden geçerek anlam kazanan dinamik bir göstergedir (MacKenzie, 2006: 19-22).

İktisadi göstergelere duyulan güven, modern ulus devletlerin meşruiyet inşasının merkezinde yer alır. Porter'ın (1995: 80) ifadesiyle sayısal veriler, demokratik hesap verebilirlik ve uzmanlaşmış teknik otorite arasındaki gerilimi düzenleyen bir "güven rejimi" temin ederler. Ancak bu güven, söz konusu verilerden çok onların temsil ettiği uzmanlık temelli otoritelere duyulan inanca yöneliktir. Espeland ile Stevens (2008: 412), niceliksel gerçekliğin bilgi üretimi yanında normatif sistemler inşa ettiğinin altını çizer; bu açıdan enflasyon oranları, teknik verisel ifadeler olmanın haricinde kamu maaş zamları ve işçi ücretleri, faiz politikaları, yatırım stratejileri, vb. gibi çok sayıda kararın zeminini oluşturan yargısal mimaridir. Dolayısıyla bu, iktisadi göstergelerin etik ve siyasi bir inşayı nasıl mümkün kıldığını da tartışmaya açar.

Burada enflasyonun AAT bağlamında analizi iki temel epistemik öncüle dayandırılmaktadır. İlki, Latour'un (2021: 102-118) ontolojik üretim kavramsallaştırmasıdır. Buradan hareketle enflasyon oranları durağan ve nesnel gerçekliğe indirgenemeyen, çok aktörlü bir üretim süreci sonucunda oluşan göstergelerdir. Bu süreçte iktisatçılar ve istatistikçilerle birlikte, -mal ve hizmet kalemleri, tablolar, endeksler, diyagramlar, anketler, yasa ve yönetmelikler, bilişim teknolojileri gibi- insan-dışı özneler de etkin rol üstlenir.

* *Ekonomi*, gündelik hayattaki pratik eylemleri kapsayan ticari işlemler ile üretim-tüketim faaliyetleri anlamında kullanılmaktadır. *İktisat* ise, kuramsal içerikli bilimsel bir disipline ait adlandırmadır ve ekonomik eylemi açıklama/yorumlama amaçlı tezleri kapsadığından iktisat biliminin karşılığı olarak tercih edilmiştir.

İkincisi, enflasyon göstergelerinin performatif etkisiyle ilgilidir. Sayısal veriler mevcut durumu yansıtmakla sınırlı kalmayıp, iktisadi kararlar ile siyasal tutumları da şekillendirme gücüne sahiptir. MacKenzie'nin (2006: 19) "*kamera değil motor*" metaforu*, enflasyon göstergelerinin iktisadi gerçekliği temsili bir kayıt olmaktan çıkarp performatif biçimde kurduğunu vurgular.

Bu noktada enflasyon iktisadi gerçekliğin pasif yansıması olmaktan çıkarak, karmaşık bir ağı hem aktif hem de geçici sabitleyicisine dönüşür. AAT yaklaşımı, göstergenin kurulumuna katılan insan ve insan-dışı varlıkları, ağların istikrar kazanma ve dolaşıma girme süreçleriyle birlikte inceler. Espeland ile Stevens'in (2008: 409) niceliksel verilere bakmanın tek başına yeterli olmayıp onları mümkün kılan kurumsal-teknik süreçlerin de sorgulanması gerektiğini vurgulayan değerlendirmesi, toplumsal gerçekliğin -yani ölçüm ve sınıflandırma düzenlerinin- nasıl yapılandırıldığına odaklanır. Söz konusu düzenlerde, enflasyon verilerinin hangi kurumsal, teknik ve söylemsel aygıtlar aracılığıyla inşa edildiği; bu inşa sürecine hangi aktörlerin dahil olduğu; niceliksel göstergelerin nasıl 'meşruiyet rejimi'ne dönüştüğü ve enflasyon verilerinin farklı toplumsal ağlar içinde farklı içerimlerle nasıl 'gerçek' olarak sunulduğu soruları kendini gösterir. Bunlara verilen yanıtlar da iktisadi göstergelerin neden bu kadar güçlü toplumsal etkiler doğurduğuna ışık tutar. Kısacası enflasyon, teknik bir veri olmanın dışında piyasa davranışlarını şekillendiren, toplumsal algıyı dönüştüren ve siyasi kararları yönlendiren bir gerçeklik üreticisidir. Nesnel veriler ile teknik hesaplamalara dayanması gereken iktisadi göstergelerin sosyoteknik ilişkiler aracılığıyla oluştu(ruldu)ğunu savunan AAT de, bu çok boyutlu yapının çözümlemesindeki en ideal kuramsal araçların başında gelir.

Tüm bunlar ışığında şunu özellikle belirtmek gerekir ki, ülkemizdeki çalışmalarda enflasyon tartışmaları çoğu zaman teknik yöntemler ve makro sonuçlarla sınırlı kalmakta; gösterge üretiminin sosyoteknik dolaşımı, kurumsal iletişim ritimleri ve toplumsal meşruiyetin birlikte modellendiği bütünleşik çalışmalar göz ardı edilmektedir. Bu çalışma, AAT temelli 'gösterge yönetişi' yaklaşımını, olay pencereli korpus

* MacKenzie'nin "*An Engine, Not a Camera: How Financial Models Shape Markets*" kitabının ardından yaygın bir teorik imgeye dönüşen ve literatüre dahil olan bu metafor, finansal modellerin piyasayı sadece *gözlemleyen/ yansıtan* (kamera) değil, aynı zamanda *şekillendiren/ oluşturan* (motor) yapılar olduğuna vurgu yapar. Bu nedenle cümlede, iktisadi göstergelerin 'temsil etmenin' haricinde 'ürettiği' iddiası öne çıkmaktadır.

analiziyle birleştirmek suretiyle dolaşım motiflerini, meşruiyet iddialarının performatif etkilerini ve politika yapımına aktarılabilir araç setlerini ortaya koymayı hedeflemiştir.

2. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışmada, enflasyon göstergelerinin kamusal alanda nasıl dolaşıma girdiğinin ve işlevsel güvenin üretilme ve dönüştürülme süreçlerinin incelenmesi noktasında, olay penceresi (± 3 gün) yaklaşımıyla tasarlanmış karma yöntemli korpus analizi tercih edilmiştir. Veri kaynakları açısından, TÜİK ve ENAG tarafından 2021-2025 yılları arasında yayınlanan aylık bültenler ve yöntem notları; bu bültenlerin yayınlandığı süreçteki X (Twitter) ile YouTube'daki kamusal paylaşımlar; ulusal çevrimiçi medya haberleri; sendika ve meslek örgütlerinin bülten sonrası müzakere ve ücret endeksleme açıklamaları temel alınmıştır. Örneklem, “TÜİK”, “ENAG”, “enflasyon”, “#TÜFE”, “#gerçekenflasyon”, “endeks”, “sepet” gibi anahtar sözcükler ve etiketlerle derlenen başlangıç veri havuzunun yinelenmelerden arındırılması ve otomatik hesap ile istenmeyen içerik (bot/spam) filtrelerinden geçirilmesiyle oluşturulmuştur. Çalışmaya özellikle alışveriş fişi, grafik ya da etiketli görsel gibi somut kanıt içeren, bültenle doğrudan ilişkili ve kurum/medya/uzman/kullanıcı hesaplarından gelen içerikler dahil edilmiş; otomatik hesap etkinlikleri ile istenmeyen içerik (spam), koordineli sahte davranış niteliği taşıyan yeniden paylaşımlar ile platform kurallarını ihlal eden diğer paylaşımlar hariç tutulmuştur. Kodlama şeması; içerik türü, atıfta bulunulan seri -TÜİK, ENAG-, talep alanı -ücret pazarlığı, sözleşme endeksleme, politika yorumu-, meşruiyet iddiası -destek, ret, ikame-, sunum biçimi -fiş, etiket, grafik, haber- ve duygu tonu değişkenlerini kapsamaktadır. Analitik strateji; betimsel zaman çizgisi ile tepe noktası analizini, içerik kümelenmesi ile *n-gram*/anahtar ifade temelli kavramsal eş-oluşum haritalarını, “bülten → sosyal medya → medya → sendika” yönlü dolaşım motiflerinin izlenmesini ve kurumsal iletişim ritmi ile şeffaflık notları arasındaki etkileşimin incelenmesini içermektedir. Etik ve veri yönetimi kapsamında, sadece kamusal veriler kullanılmış ve kişisel veri niteliği taşıyan bilgiler maskelenmiştir. Sınırlılıklar, platform seçiciliği ve erişilebilirlik yanlışlıkları, doğrulanamayan görsel/fiş iddiaları ve kullanıcı demografisine ilişkin belirsizliklerdir; bu riskler resmi seri belgeleri ve basın arşivleriyle yapılan çapraz doğrulama yoluyla azaltılmıştır.

3. TEORİK ÇERÇEVE: AAT VE İKTİSADİ GÖSTERGELERİN SOSYOTEKNİK DOĞASI

İktisadi göstergeler, ekonomik yapının işleyişine ilişkin tarafsız ve nesnel bilgi sağladıkları düşünülen istatistiksel araçlar olarak görülür. Ancak literatürdeki bazı kuramsal yönelimler, iktisadi göstergeleri pasif yansımalar olarak görmekten uzaklaşarak, iktisadi gerçekliği kuran ve geçici biçimde sabitleyen sosyoteknik düzenekler olarak değerlendirmiştir. Benzer şekilde AAT de klasik yapısalcı ya da bireyci yaklaşımlardan ayrılarak, toplumsal düzeni ne durağan şemalara indirger ne de insan aktörlerin niyetleriyle sınırlandırır; -daha önce belirtildiği üzere- toplumsal gerçekliği, insan ve insan-dışı unsurların ilişki ağları üzerinden açıklar.

İktisadi göstergeler, bir yandan teknik ölçüm aygıtlarının tarafsız bilgi üretimine hizmet eden basit araçlarken diğer yandan da siyasal otoriteyi pekiştiren, ekonomik davranışları yönlendiren ve toplumsal algıları dönüştüren etkin aktörlerdir. Enflasyon bunun en çarpıcı örneklerinden biridir; yüzeyde basit bir yüzdelik oran biçiminde görünse de, ardında çok katmanlı hesaplama metotları, kurumsal normlar, medyatik temsiller ile kamuoyu söylemleri, tüketici davranışları gibi geniş bir düzenekler bütünü işler. Latour'un (2021: 102-118) ontolojik üretim kavramsallaştırması ışığında düşünüldüğünde enflasyon oranı, sabit bir iktisadi gerçekliği temsil eden durağan bir veri kümesi olmaktan çıkıp, çok sayıda unsurun etkileşimleri içinde geçici olarak stabilize edilen bir gerçeklik formu halini alır. Bu noktada AAT'nin en özgün katkılarından olan çok parçalı birleşik yapı, göstergelerin oluşumunu anlamak açısından kritik önem taşır; çünkü göstergeler ne iktisatçılar tarafından masa başında tek başına formüle edilir ne de devlet kurumlarının yazılım sistemlerinde otomatik biçimde belirir. Onların oluşumu, ampirik veriler ile algoritmik süreçlerin, kurumsal geleneklerle medya pratiklerinin, bireysel algılarla teknik cihazların ve siyasal stratejilerle iktisadi aktörlerin bir araya geldiği geniş ve dinamik bir ağda gerçekleşir. Enflasyon oranı da bu ağın karmaşıklığında şekillenen ve aktörlerin etkileşimiyle belli bir süre için stabilize edilen, ancak yeniden yapılandırılmaya da açık bir çıktı niteliği taşır. Bu kavrayış, Latour'un bilimsel bilgiye dair temel tezine referansta bulunur. Bilgi, laboratuvarında pasif biçimde keşfedilen bir nesne değildir; aksine pratikler, düzenekler ve ilişkiler aracılığıyla üretilen bir süreçtir (Latour, 1987: 236). Dolayısıyla işsizlik oranı, büyüme verisi ya da enflasyon göstergesi gibi ölçütler, ölçüm cihazlarının ya da teknik hesaplama metotlarının basit sonuçları olarak kalmaz; yazılım protokollerinden anket tasarımlarına, medya temsillerinden

tüketici davranışlarına, kurumsal stratejilerden siyasal otoritenin yönelimlerine kadar uzanan insan ve insan-dışı unsurların etkileşimleri içinde inşa edilir. Latour'un (2021: 112) ontolojik üretim vurgusu, bu karmaşık örüntüyü işaret eder; göstergeler, verili bir gerçekliğin pasif temsillerinden ziyade, belli bir gerçekliği mümkün kılan ve toplumsal düzenin sınırlarını yeniden çizen üretim pratikleridir.

Callon'un (1998: 23-29) geliştirdiği hesaplamalara dayalı ilişkisellik yaklaşımı, ekonomik kararlar ile ölçümlerin sabit rasyonalite kalıplarına dayanan soyutlamalardan çok, aktörlerin karşılıklı konumlanmaları ve ilişkiyel yoğunlukları aracılığıyla gerçekleştiğini ileri sürer. Bu perspektif, zaman zaman TÜİK'in enflasyon oranı hesaplama süreçlerinde görülebilmektedir[†]. Hesaplamalar, koşullar gereği teknik bir prosedürün ifadesi olmaktan uzak düşebilmektedir; yazılım protokollerinden fiyat endekslerine, ağırlık katsayılarından alandaki araştırmacıların tercihlerine yahut kurumsal öznelliklere kadar pek çok unsurun eklemlendiği bir ağ düzenidir söz konusu olan. Aynı veri, farklı ağ konfigürasyonlarında farklı biçimlere bürünebilir; bu nedenle göstergenin kendisi kadar onu üreten ilişkiyel yapı da analizin parçasıdır. Callon'un kullandığı çerçeveleme ve ağ kurma ayrımları bu noktada açıklayıcıdır: Enflasyon gibi göstergeler belirli çerçeveler içinde anlam kazanır ve bunlar teknik hesaplamaların yanı sıra politik tercihler, kültürel kodlar ve söylemsel pratikler tarafından biçimlendirilir. Enflasyon sepetine hangi ürünlerin dahil edileceği, ağırlık katsayılarının nasıl saptanacağı yahut hangi fiyatların referans alınacağı gibi görünürde teknik kararlar, aslında göstergenin sınırlarını

[†]Bu çalışma Türkiye örneğine odaklanmaktadır. Ancak benzeri durumlara uluslararası alanda da rastlamak fazlasıyla mümkündür; göstergelere yönelik güven erozyonu ve istatistiksel meşruiyetin aşınması, farklı bağlamlarda benzer biçimde ortaya çıkmaktadır. Arjantin'de INDEC (2007–2015) tartışmaları, resmî serilerin güvenilirliğini zedeleyerek alternatif göstergeleri meşrulaştırmıştır; Birleşik Krallık'ta RPI→CPIH dönüşümü ücret ve sözleşme endekslemeleri üzerinden metodoloji-politika etkileşimini görünür kılmıştır; ABD'de 'chained CPI' (C-CPI-U) sosyo-ekonomik endekslemelerde 'teknik ayar'ın siyasal tartışmaya dönüşme dinamiklerini açığa çıkarmıştır; Hindistan'da kırsal/kentsel CPI ayrımı ile sepet güncellemeleri, mekânsal heterojenliğin veri kabulü üzerindeki etkisini göstermiştir. Bu örnekler, gösterge güveninin ağırlık merkezini formüsel tercihlerden ziyade kurumsal özerklik ile açıklığa, bu çerçevenin iletişim ritmi ve karşılaştırılabilirlik araçlarıyla sürdürüldüğü bir yönetim pratiğine işaret eder. Çalışmamız bu bulguları denetime açık çoklu gösterge setleri yaklaşımıyla; seriler arası eşdeğerlik katsayıları ve bültenlere yönelik kısa etki değerlendirme notları üzerinden kurumsal iletişim pratiğine aktarılabilir bir çerçeveye yerleştirmektedir.

belirler ve onu bir tür ‘gerçeklik üreticisi’ konumuna taşır. Bu yaklaşım, toplumsal olguların yanı sıra iktisat gibi teknik alanların da yeniden okunmasına imkân verir. Callon’un (1998: 22) kuramında piyasa, bireysel tercihlerin pasif yansıması olmaktan çıkıp; teknik aygıtların, sınıflandırma sistemlerinin, ölçüm protokollerinin ve hesaplama algoritmalarının birlikte işlediği ilişkisel bir ağ yapısına dönüşür. Dolayısıyla iktisadi göstergeler, kendi başına anlam taşıyan nesneler olmanın aksine, teknik düzenlemeler ile toplumsal uzlaşmaların geçici birleşimlerinden doğan kararlılıklardır.

Bu konuyla ilişkilendirebileceğimiz bir diğer çalışma, Mitchell’in (2002: 209-243) enerji altyapılarına ilişkin ayrıntılı çözümlemelerinden elde edilen bulgulardır. Burada, iktisadi göstergelerin teknik ölçüm aygıtı tanımına indirgenemeyeceği; toplumsal düzenin sınırlarını belirleyen ve iktisadi ilişkilerin yönünü tayin eden örgütleyici çerçeveler olarak işlev gördükleri ortaya konur. Enerji sistemlerinin maddi ve kurumsal örgütlenişine odaklanan bu teori, göstergelerin pasif yansımalar olarak görmeyip onların toplumsal alanın düzenlenmesinde etkin rol üstlenen düzenekler olduğunu vurgular. Aynı bakış açısı, enflasyon oranı örneğinde de açık biçimde kendini dışa vurur. Enflasyon oranı, yüzeyde fiyat artışlarını ölçen bir veri gibi görünse de pek çok süreci etkileyen normatif bir kuvvet üretir. Bu nedenle, enflasyon oranı betimleyici ve ölçümsel işlevle sınırlanmaz; düzenleyici, yönlendirici ve performatif bir aygıt niteliği kazanır. İktisadi göstergeler bu işlevler aracılığıyla teknik hesaplamanın ürünü olma sınırını aşarak toplumsal düzenin kurucu unsurlarına dönüşür ve iktisadi karar süreçlerinin işleyişini biçimlendiren organizasyonel yapılar halinde toplumsal gerçeklikte yerini alırlar.

MacKenzie’nin (2006: 12-21) “*kamera değil motor*” metaforu da iktisadi göstergelerin toplumsal işlevini anlamak açısından son derece kritiktir. Bu yaklaşım, göstergelerin dışarıdan gözlem yapan tarafsız araçlar gibi düşünülmesini geçersiz kılar; aksine, onların piyasanın ve ekonominin bizzat içine yerleşerek davranışları yönlendiren, kurumları harekete geçiren ve toplumsal gerçekliği dönüştüren kurucu düzenekler olduğunu iddia eder. Bu çerçevede enflasyon oranı, sadece fiyat hareketlerinin kaydı olarak görülmez; ücret pazarlıklarının seyrini belirleyen, faiz politikalarının çerçevesini tayin eden, yatırım kararlarının mantığını dönüştüren, tüketici beklentilerini yönlendiren ve medyanın gündemini biçimlendiren normatif bir güce dönüşür. Bu gücün kaynağı, - sepete alınacak ürünlerin seçimi, ağırlık katsayılarının hesaplanma metodu, esas alınacak fiyatların belirlenmesi, veri

toplama usulleri, işleme yazılım altyapıları ve nihayet kamuoyuna aktarımın görsel-dilsel formları gibi- göstergelyi oluşturan çok katmanlı teknik, kurumsal ve kültürel düzenlemelerdir. Böylelikle enflasyon oranı, geçmişin pasif bir kaydı olmaktan çıkarak geleceğin ekonomik davranışlarını yönlendiren, toplumsal düzeni şekillendiren, hatta iktisadi alanın sınırlarını yeniden kuran bir güç odağı haline gelir. MacKenzie'nin performativite ayrımında* belirttiği gibi göstergeler, kimi bağlamlarda sadece başvuru noktası işlevi görürken, kimi bağlamlarda iktisadi süreçlere doğrudan etki eder, kimi bağlamlardaysa öngörülerini gerçekliğe dönüştürecek bir döngü yaratarak toplumsal düzeni yeniden inşa eder. Enflasyon oranlarının iktisadi ve siyasal sistemde oynadığı rol, bu döngünün en somut ifadesidir; açıklanan her yüzde, pazarlık masalarından tüketim tercihlerine ve siyasal karar mekanizmalarından gündelik hayatın beklenti yönetimlerine kadar uzanan geniş bir alanı harekete geçirir. Bu nedenle iktisadi göstergeler, ekonomik sistemin arka planında duran basit hesaplamalar olarak görülmemelidir; toplumsal ilişkilerin yönünü tayin eden, iktisadi gerçekliği kuran ve yeniden üreten kolektif aygıtlardır.

* MacKenzie (2006: 17-21) eserinde, İngiliz felsefeci J. L. Austin'in 'dilini, sadece dünyayı betimlemekle sınırlı kalmayıp eyleme de hayat verdiği' tezine dayanan "söz edimleri kuramı"ndan hareketle performativity (edimsellik) kavramını kuramına uyarlamıştır:

Generic Performativity (Genel Edimsellik): Bir ekonomik model ya da gösterge, fiilen kullanıma girdiği anda edimsel hale gelir; örneğin enflasyon oranı açıklandığında, tek başına var olan bir veri olmaktan çıkar ve aktörlerin gündemine girerek onların anlayış ve davranışlarına yön verir.

Effective Performativity (Etkili Edimsellik): Bir model ya da göstergenin gündelik pratiklerde yer almakla sınırlı kalmayıp ekonomik sonuçları somut biçimde dönüştürdüğü durumlarda ortaya çıkar; enflasyon verilerinin kamuoyuna açıklanmasının ardından tüketici harcamalarının hızlanması bu düzeye örnektir.

Barnesian Performativity: Sosyolog S. Barry Barnes'e atıfla geliştirdiği bu görüşte, bir model ya da gösterge aktörlerin davranışlarını öylesine derinden etkiler ki, sonuçlar giderek modelin veya göstergenin öngördüğü değerlere yaklaşır; örneğin, Black-Scholes opsiyon fiyatlama modelinin finansal piyasalarda benimsenmesiyle fiyatların zamanla bu modelin öngördüğü düzeylere yaklaşması gibi.

Counterperformativity (Karşı Edimsellik): Bir model veya gösterge uygulamaya sokulduğunda beklenen sonuçları üretmek yerine onları boşa çıkarabilir ve süreci ters yönde etkiler; örneğin enflasyon beklentilerinin duyuruluş biçimi, tüketici davranışlarını dengelemek yerine daha da istikrarsızlaştırdığında bu durum ortaya çıkar.

Espeland ile Stevens (2008: 409-413), niceliksel verilerin toplumsal etkilerini beş boyutta tartışır: emek ve örgütlenme pratikleri, tepkisellik, disipline edici mekanizmalar, çoğul otorite ve estetik. Bunlar enflasyon özelinde incelendiğinde ise şu sonuçlar ortaya çıkar: Birincisi, açıklanan enflasyon oranlarının arkasında büyük bir kurumsal emek ve örgütlenme vardır. Sepete dahil edilecek ürünlerin çeşitliliği, fiyatların hangi bölgelerden ve ne sıklıkta toplanacağı, bu verilerin ne tür yazılım altyapılarında işleneceği ve hangi uzmanların metodolojiyi belirleyeceği gibi süreçler, enflasyonist göstergelerin teknik olduğu kadar kurumsal bir üretim olduğunun da ispatıdır. İkincisi, açıklanan enflasyon oranları sadece fiyat endekslerindeki dalgalanmaları yansıtmaz; ayrıca tüketici ve yatırımcı davranışlarını da etkiler. Yüksek enflasyon beklentisinin tüketici taleplerini öne çekerek harcamaları hızlandırması, aynı zamanda enflasyonu fiilen artıran geri besleme döngüleri yaratır. Üçüncüsü, enflasyon oranları piyasa aktörleri üzerinde düzenleyici ve disipline edici işleve sahiptir. Merkez Bankası faiz politikalarını enflasyon oranına göre ayarlar; hükümet, bütçe disiplini bu göstergenin sınırları içinde kurar; sendikalar, ücret taleplerini enflasyon verisi üzerinden meşrulaştırır. Dolayısıyla enflasyon oranları hem hane halkını hem de kurumları belli davranış kalıplarına zorlar. Dördüncüsü, açıklanan enflasyon oranları farklı aktörler tarafından farklı amaçlarla kullanılır. Hükümet için bu oranlar ekonomik istikrarın göstergesi olabilirken, muhalefet için kriz kanıtı haline gelebilir; işverenler düşük enflasyon oranını ücret artışlarını sınırlamak için, sendikalar da yüksek enflasyonu ücret taleplerini artırmak için referans alabilirler. Bu nedenle, tek bir sayısal veri, çok sayıdaki piyasa aktörünün ve kamu otoritesinin temel argümanına dönüşebilir. Beşincisi de, enflasyon oranlarının kamuoyuna sunulmuş biçimi ikna gücünü belirler. Grafikler, tablolar veya medyadaki manşetler, niceliksel verilerin çıplak halinden çok daha güçlü etki yaratır. Örneğin %60 gibi bir oran tek başına sadece bir veriyken, kırmızı oklarla yükselişi gösteren bir grafik veya “tarihi rekor” manşeti, toplumsal algıyı çok farklı yönlere çekebilir. Sayısal veriler, bu görsel-estetik araçlarla hem duygusal hem de siyasal bir güce kavuşur. Görüldüğü gibi, niceliksel göstergeler sıradan ölçüm araçları değildir; ölçtükleri alanları dönüştürerek toplumsal düzen üzerinde normatif etkiler üretirler. Bu bağlamda sayısal veriler, kapsam, hesaplama metotları, algoritmik ağırlıklar ve kurumsal prosedürlere dair alınan kararlarla inşa edilen ve normatif bir anlamsallık yüklenen sosyoteknik yapılardır. Chun ve Sauder’ın (2022: 835-871) çalışması ise, bu tartışmayı sistematik hale getirerek ‘sayısallaştırma mantığı’ kavramını ön plana çıkarır ve

sayısal düşünme biçimlerinin kurumsallaşma süreçlerini analiz eder. Bu bakış açısından, TÜİK ile ENAG arasındaki ayrışma teknik bir metot farkı olarak görülmez; her iki kurumun dahil olduğu birbirinden bağımsız sosyoteknik ağlar, kendilerine özgü veri seçimi ve hesaplama yöntemleri aracılığıyla, rakamsal farklılıkların ötesine geçen, birbiriyle uyumsuz ekonomik gerçeklikler inşa eder.

3.1. TÜİK-ENAG Ayrışmasının Sosyoteknik Temeli

Tüketici Fiyat Endeksi'nin (TÜFE) “nasıl” ölçüldüğü sorusu, Latour'un ontolojik üretim fikrinin -aktörlerin bir araya gelerek “gerçeklikleri” kurmaları durumunun- sunduğu perspektifle değerlendirildiğinde, enflasyon göstergesinin a priori ve doğal bir “veri” olmayıp heterojen bir ağın ürünü olarak kavranması gerekliliğini açığa çıkarır.

Enflasyon söz konusu olduğunda TÜFE'nin nasıl hesaplandığı sorusuna dair tartışma, özellikle TÜİK ve ENAG tarafından açıklanan veriler arasındaki farklılıklar üzerinden zaman zaman gündem olmuştur. Bu tartışmaların odağındaki kurum olan TÜİK, yayımladığı metodoloji dokümanlarında endeksin örnekleme çerçevesi, ağırlıklandırma ve sınıflandırmaya ilişkin olarak aldığı kararları, istatistiki dayanaklarla gerekçelendirir. TÜFE hesaplama metodolojisi, hane halkı bütçe anketlerinden elde edilen ağırlıklarla, tanımlı mal ve hizmet sepeti üzerinden, belirlenmiş sıklıkta ve kapsamda derlenen fiyatlarla oluşturulmaktadır (TÜİK, 2024: 3-6). Bu metinler, “ölçüm” denilen şeyin aslında çok sayıda idari, teknik ve bilişsel tercihle icra edildiğini, yani göstergenin bir sosyoteknik cihazlar bütününe yaslandığını gösterir. Alternatif bir ölçüm projesi olan ENAG/E-TÜFE'nin akademik dayanakları ise, yüksek frekanslı -günlük/saatlik- fiyat verilerini web üzerinden veri madenciliği ve algoritmik veri işleme teknikleriyle birleştirir. TÜFE'nin resmi sınıflandırma ve ağırlıklandırma mantığı esas alınırken, kalite izleme yerine “büyük sayılar yasası” ilkesine dayanan yoğun örnekleme ve alt endekslerde geometrik ortalama gibi metodolojik yaklaşımlar yoluyla ayrışma ortaya çıkar; bu yaklaşım, farklı veri kaynaklarına ve işlem adımlarına dayanmanın yanı sıra, enflasyonu da başka bir ağ kurgusu içinde yeniden var eder (Gençer & Ulusoy, 2021: 176-179). Sosyoteknik okuma, bu iki rejimin -TÜİK ve ENAG- “sonuçları” haricinde, sonuçlara götüren cihazlar demetini de karşılaştırmayı gerektirir. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı'nın (TEPAV) farklı tüketici enflasyonu göstergelerinin -resmi TÜFE, özel kapsamlı endeksler, bölgesel göstergeler- nasıl ayrıştığını gösteren

politika notu, sepetteki kapsam ve metod farklarının ölçülen enflasyonda anlamlı sapmalar doğurabileceğini ortaya koymaktadır (Ekinci & Saka, 2023: 2-3). Buradaki kritik bulgu, göstergelerin ağ içindeki yer değiştirmelere -örneklem, frekans, ağırlık- duyarlı olduğunu ve bu yüzden “tekil” bir enflasyon gerçekliğinden söz etmenin kuramsal olarak problemli kaldığını öne çıkarır. Kısacası, esas olarak enflasyonun ontolojik bağlamı -bir ‘gerçeklik’ olarak var edilişinin koşulları- öne çıkar; çünkü gerçeklik tek ve sabit bir zemine indirgenemez, farklı bağlamlarda yürütülen işlemlerle sürekli yeniden üretilir.

Enflasyona ait rakamlar dışarıdan bakıldığında genellikle objektif bir ‘veri’ izlenimi verir. Ancak, Latour ve Woolgar (2023: 53-65) bilimsel bir olgunun pasifçe keşfedilen nesnel bir veri olmadığını; aksine, maddi düzenekler ve yazılı araçlar* vasıtasıyla sosyal ve teknik bir süreç içerisinde aktif olarak inşa edildiğini ileri sürerler. Bu perspektiften bakıldığında, enflasyon verileri de bu türden bir inşa sürecinin ürünü olarak karşımıza çıkar. TÜFE’nin hesaplanması bu bilimsel üretim sürecine UYGUN bir yapısalılık sergiler. TÜFE, ekonomistler, istatistikçiler, COICOP sınıflandırması, sabit harcama sepeti, ağırlıklandırma katsayıları, anket protokolleri ve veri işleme algoritmalarının istikrarlı şekilde birbirine kenetlendiği heterojen bir sosyoteknik ağın kaçınılmaz ve zorunlu çıktısıdır. Bu ağın istikrarı, TÜFE’yi tartışılmaz bir sosyal ‘gerçeklik’ statüsüne taşır. Bu perspektif, TÜİK ve ENAG arasındaki

* *Maddi Düzenekler (Material Apparatus)*: Bilim insanı deney yaparak “gerçeğe” ulaşamaz, onu kendi ürünü olan süreçler ve araçlar aracılığıyla görünür kılar. Bunlar da, laboratuvarlardaki test tüpleri, mikroskoplar ve deney setleri gibi materyalledir. Bunu enflasyon konusuna adapte ettiğimizde, söz konusu materyallerin yerini fiyat derlemesi esnasında kullanılan elektronik ve dijital donanımlar; toplanan verilerin işlendiği, depolandığı ve nihai endeks değerlerinin hesaplandığı yüksek işlem gücüne sahip -bilgisayar ve sunucu gibi- fiziki altyapılar; mağazalarda fiyat etiketlerini okuyan -barkod okuyucuları ile kasa sistemleri gibi- ölçüm ve kayıt cihazları alır.

Yazılı Araçlar (Inscription Devices): Bir olgunun kaydedilebilir, taşınabilir ve dağıtılabilir kılınmasını sağlayan enstrümanlardır. Laboratuvar ortamında çizelgeler, grafikler, formüller ve yazılım arayüzleri şeklinde tezahür eden bu araçlar, enflasyon ölçümü gibi bir bağlama taşındığında daha somut ve kurumsal bir form kazanırlar. Bu bağlamda, söz konusu araçlar; sepete dahil edilecek ürünlerin belirlenmesi, bu ürünlerin hangi pazarlardan, hangi fiyatla ve ne zaman toplanacağına dair kılavuzluk eden fiyat derleme formları ve protokolleri; ham fiyat verilerini işleyerek onları metodolojik kurallar -ağırlıklandırma, sepet tanımı vb.- çerçevesinde tek bir endeks sayısına indirgeyen algoritmalar ve yazılım paketleri; nihai olarak da üretilen aylık enflasyon verilerini, sepet bileşenlerini ve metodolojik çerçeveyi belgeleyen kamuya açık raporlar ve istatistiki yayınlar olarak karşımıza çıkar.

ayrışmayı, enflasyonun özünde yatan bir gerçekliğin keşfinden kaynaklanan anlaşmazlık olarak görmez; aksine bu ayrışma, her bir kurumun enflasyonu kurmak için kullandığı kurucu pratiklerdeki -sepet tasarımı, veri toplama protokolleri, algoritmik işlemler- belirleyici farklılıkların doğrudan bir yansımasıdır. Farklı ‘laboratuvar’ ortamları ve metodolojik tercihler, rekabet halindeki farklı enflasyon gerçekliklerinin ortaya çıkmasına olanak tanır*. Enflasyon rakamları da iktisadi bir durumun basit yansıması olmaktan çıkıp özgül ölçüm ve hesaplama pratiklerinin performatif bir sonucu olarak kendini inşa eder. TÜİK-ENAG tartışması, bu bağlamda hangi verinin “doğru” olduğu ikilemini aşarak, montaj hattı mantığıyla işleyen bir sistemde verinin ontolojik üretim sürecine ve bu sürecin iktisat politikaları üzerindeki performatif etkilerine odaklanır. Buradan hareketle, iki kurum aynı “gerçekliği” gözlemleyen tarafsız aktörler olmaktan çok, farklı gerçeklikleri inşa eden iki ayrı ontolojik üretim atölyesi olarak konumlanır. Dolayısıyla, enflasyon veya TÜFE benzeri göstergeler, iktisadi gerçekliği yansıtan pasif “temsiller” değil; aksine, onu belirli materyaller, kuramlar ve prosedürler aracılığıyla aktif olarak kuran yapılar olarak anlaşılmalıdır. Bu durum, özünde derin bir metodolojik ayrışmanın tezahürüdür.

Özetle, günümüz iktisadi düzeninde tartışmanın eksenini, klasikleşen “kaynakların dağılımı” meselesinden değerin ve iktisadi gerçekliğin hangi ölçüm araçlarıyla ve nasıl tasarlanıp denetlendiği sorunsalına kaymıştır. Latour’un yaklaşımı, iktisadi çözümlemenin geleceğinin sadece modellere ve denklemlere değil; bu formülleri üreten, dolaşıma sokan ve meşrulaştıran karmaşık sosyoteknik ağların çözülmesine dayandığını gösterir. Enflasyonun inşa edilişi, iktisadi gerçekliğin bizzat kendisinin metodolojik ve kuramsal bir tartışma alanına dönüştüğünü çarpıcı biçimde ortaya koyar; bu çerçevede iktisadi göstergelerin “nesnel veri”nin ötesinde, belirli varsayımlar ve ölçüm tercihleri tarafından biçimlendiği açıktır. Bu perspektiften hareketle, TÜİK-ENAG ayrışmasını “tek doğru” varsayımına indirgemek yerine, kapsam, örneklem,

* Bu farklılığı bir diğer anlatımla şöyle açıklamak da mümkündür: TÜİK’in Laspeyres Fiyat Endeksi’ne dayalı TÜFE tasarımı, COICOP, -yıl boyunca sabit tutulan- sepet/harcama ağırlıkları ve fiyat tespit yöntemi omurgayı oluşturur; aylık bültenler ile metodolojik açıklamalar da bu omurganın kamuya açık yüzüdür. Bu durum, “Nisan 2023 Tüketici Fiyat Endeksi” gibi bültenlerde açıkça görülebilir. ENAG cephesinde ise, e-ticaret platformu fiyat verileri ve yerinde veri toplama yoluyla yüksek frekanslı veriler elde edilir; bunlar Laspeyres yöntemiyle endekslenir, günlük zaman serisi üzerinden aylık oran hesaplanır; böylece veri toplama, hesaplama ve raporlama süreçlerinden oluşan ayrı bir iş akışı kurulmuş olur.

ağırlıklandırma ve iletişim ritmi gibi ağ konfigürasyonlarını birlikte izleyen bir okuma denenmektedir; çalışma, bu yaklaşımı üç düzlemde somutlaştırma uğraşındadır: ANT ile performatiflik tartışmalarını birleştiren ayrıntılı analitik şema; belge, medya ve sosyal ağ izlerini aynı korpus içinde buluşturan yöntemsel düzenek; uygulamaya dönük yönetim paketi olarak açık yöntem belgelemesi, her bültenle yayımlanan kısa etki değerlendirme notları ve seriler arası eşdeğerlik/dönüşüm tabloları.

3.2. TÜİK-ENAG Enflasyonunun Beklenti ve Sözleşme Kanalları

Ontolojik üretim süreci ile göstergelerin performatif etkisi, son derece paralel bir ilişkiselliğe sahiptir. MacKenzie'nin (2006: 24) modellerin ve göstergelerin dünyayı sadece betimlemediği, aynı zamanda davranışları yönlendirerek sonuçları maddi biçimde dönüştürdüğü yönündeki 'kamera değil motor' metaforuyla formüle edilen tezi; enflasyon bağlamında, finansal modellerin piyasaları tanımlamaktan çok icra ederek şekillendirdiği savına uzanır ve TÜİK ile ENAG tarafından üretilen rakamların toplumsal etkilerini kavramsallaştırmak için eleştirel bir analitik çerçeve sağlar. Bu iki kurumun ürettiği farklı enflasyon oranları, iktisadi aktörlerin beklentilerini, kararlarını ve davranışlarını şekillendirerek 'kendilerini doğrulayan kehanetlere' dönüşme potansiyeli taşır. Örneğin, devletin memur ve emekli maaşlarının artışlarında, kira kontratlarında ve bazı vergi düzenlemelerinde TÜİK'in enflasyon oranını referans alması, bu rakamı milyonlarca insanın hayatını doğrudan etkileyen performatif bir ağıta dönüştürür. Bu rakam, söz konusu koşullarda betimleyici konumdan çıkıp performatif bir aktöre dönüşür; yasal ve ekonomik sonuçlar doğurur, bölüşüm ilişkilerinin iç mantığını kalibre eder (Yeldan, Köse & Boratav, 2023: 9-11).

Performatiflik, göstergelerin kurucu etkisini belirginleştirir. Enflasyon oranlarının ilanı, bir yandan ücret pazarlıklarında endeksleme, fiyatlama kararlarına yön veren sinyaller ve para politikası iletişiminde beklenti yönetimini harekete geçirirken, diğer yandan da eşzamanlı olarak kısa vadeli tepkiler ve metnin sunum mimarisi -dili, başlık seçimi, grafik ölçekleri, bülten akışı, vb.- üzerinden karar süreçlerine aktarılır. (Espeland & Stevens, 2008: 409-413). Para politikası açısından resmi enflasyon rakamları, merkez bankalarının toplum nezdindeki kredibilite ve meşruiyetlerini pekiştirmek için kullanılan temel araçlardır; bu niceliksel veriler ile istatistikler, "bilimsel" ve

“tarafsız” bir görünüm sergilemeyi hedeflerler. Ancak enflasyon sepetinin oluşumundaki metodolojik tercihler ve kapsam dışı bırakılan veriler, enflasyon beklentileri ile politika kararlarını yönlendirme amacı taşıyan siyasi bir nitelik barındırır (Porter,1995: 8-10). Örneğin, 5 Kasım tarihinde duyurulan 2018 Ekim dönemine ait %25,24’lük TÜFE oranı, hem bu verinin resmî bültenden ana akım medyaya “15 yılın zirvesi” söylemiyle taşınması hem de piyasa ile hane halkının beklenti oluşumunda referans alınması gibi sonuçları doğurmuştur (TÜİK, 2018; Cumhuriyet, 2018). 3 Ocak 2022 tarihinde Aralık 2021 dönemine ilişkin yıllık TÜFE oranının %36,08 olarak ilan edilmesi ve aynı gün ENAG’ın yıllık artışı %82,81 olarak açıklaması, farklı ölçüm yaklaşımlarının ücret ayarlamaları ile beklenti yönetimi etrafındaki kamuoyu tartışmalarını nasıl şekillendirdiğini açık biçimde göstermektedir. (TÜİK, 2022; Cumhuriyet, 2022). Bu bulgular enflasyon göstergelerinin sadece durum tespiti yapmayıp, ücret belirlemede nominal çıpa olarak kullanıldığını ve beklenti oluşumunda da ortak referans işlevi gördüğünü göstermektedir.

Görüldüğü üzere bu karşılaştırmalar, göstergelerin ontolojik yerleşimi kadar performatif sonuçlarının da bağlamsal olduğunu gösterir. TÜİK’in endeks kapsamında, harcama ağırlıkları, fiyat derleme düzeni, duyuru takvimi ve revizyon ilkeleri kurumsal bir ölçüm çerçevesi tesis eder; ENAG ise, yüksek frekanslı veri derleme ile hesaplama/ güncelleme tercihleri üzerinden parametreleri değiştirerek alternatif bir seri üretir*.

4. ENFLASYON GÖSTERGELERİNE AİT GERÇEKLİĞİN SOSYAL MEDYADA ÇEVİRİMİÇİ MÜZAKERESİ

AAT temelli çerçeve ışığında değerlendirildiğinde, TÜİK ile ENAG’ın kamuoyuna sunduğu alternatif enflasyon serileri, aynı mal ve hizmet sepetini temel alsalar da, enflasyon olgusuna ilişkin birbirinden radikal biçimde ayrışan iki farklı niceliksel gerçeklik ve toplumsal algı inşa ederler. Bu epistemolojik ayrışma, enflasyonun toplumsal ve siyasal alanda sürekli bir müzakere konusu olmasının temel nedenini oluşturur.

* Üçüncü bölüm özelinde, metodoloji açısından şunu bir kez daha hatırlatmak yerinde olacaktır: Çevrimiçi örneklerin bir kısmı kullanıcı kaynaklı/yerel içeriklere dayanmaktadır; görsel alışveriş fişleri ile mikro-sepet paylaşımlarının doğrulanabilirliği değişkendir. Algoritmik sıralama ve koordineli kampanyalar belli açılardan yanlılık üretebilecek karakteristikler içerebilir. Bu nedenle örnekler illüstratif olarak değerlendirilmiş; resmî seri belgeleri ve basın arşivleriyle sistematik çapraz kontrol uygulanmıştır.

Bu müzakerelerin en görünür olduğu yerlerin başında sosyal medya gelir. Önceki yıllarda enflasyon oranlarının açıklandığı esnada #GerçekEnflasyon gibi etiketlemelerle taraftar bulan bazı paylaşımlar, kullanıcıların kendi ‘kanıtlarını’ dolaşıma soktukları bir veri kültürüne hayat vermişti. Geçmiş dönemlere ait market fişlerinin bugünkü fiyatlarla karşılaştırmalı olarak yeniden dolaşıma sokulması, sepetteki gramaj ve fiyat değişimlerinin paylaşılması yahut etiket görselleri ile mikro-sepet karşılaştırmaları, söz konusu dinamiğin tipik tezahürleridir. Nitekim 21 Haziran 2023’te sosyal medyada yayılan ve bir market fişinin dokuz yıl içinde dokuz kat arttığını gösteren zincir paylaşım kısa sürede gündem olmuş; akabinde basında aynı içerik “*Sosyal medya o market fişini konuşuyor! 9 yılda 9 kat arttı: Abur cubur sepetindeki değişimi gözler önüne serdi*” başlığıyla yer bulmuştu (Onedio, 2023). Bir yıl sonra, 24 Kasım 2024’te, yerel basında 2014 tarihli başka bir satış fişi üzerinden gıda kalemlerindeki farklar yeniden gündem olmuştu. Aynı örüntü, 2021 tarihli bir satış fişinin, 28 Ocak 2025’te güncel fiyatlarla karşılaştırılmasının ardından “*2021 yılından kalan market fişi sosyal medyada gündem oldu*” başlığıyla haberleştirilerek yinelenmişti (Haber Aydın, 2025). Başka bir haberdeyse, 2015 tarihli 100 TL’lik sepetin 2025’te 1.935 TL’ye çıktığını hesaplayan bir paylaşım yer almıştır. (Sabır Gazetesi, 2025) Bu örnekler, sosyal medyada gündelik hayat deneyiminin -metodolojik titizlikleri aynı olmasa da- alışveriş fişlerinin, faturaların ve makbuzların görselleri üzerinden sayısal göstergelere dönüştürülerek sık sık dolaşıma sokulduğunu gösteriyor.

Bunlar, sosyal medyadaki bireysel paylaşımlarla sınırlı kalmamıştır. Sendikalar ve meslek örgütleri, toplu sözleşme müzakereleri esnasında zaman zaman “gerçek enflasyonun dikkate alınması” talebiyle etiket kampanyaları düzenlemiştir. Bu bağlamda, Türkiye Kamu-Sen’in 2021 yaz aylarındaki Twitter etkinlikleri, “gerçekleşen enflasyon” vurgusunu kolektif pazarlık söylemine taşıyan kayda değer erken örnekler arasında yer alır (Türk Kültür Sanat Sen, 2021).

Kamuoyundaki güven ayrışmasını görünür kılan ampirik bulgular oldukça belirgindir. Metropoll’in Haziran 2022 tarihli araştırması, katılımcıların kayda değer bölümünün ENAG’a enflasyon verileri konusunda TÜİK’ten daha yüksek güven atfettiğini göstermiştir; bu, hangi istatistik serisine itibar edileceğine ilişkin tartışmanın teknik boyut haricinde siyasal, psikolojik ve kurumsal meşruiyet katmanları da taşıdığını açığa çıkarmaktadır (Gazete Duvar, 2022). AAT temelli analitik çerçeve, enflasyon göstergelerini sıradan bir niceliksel ölçüm olmanın ötesine taşır ve endeksleme pratikleri, fiyatlandırma

sinyalleri, sözlü yönlendirme politikaları kanalıyla iktisadi aktörlerin karar alma süreçlerini yapılandıran kurumsal araçlar olarak konumlandırır. Bu bağlamda benimsenen istatistiksel seri, ücret pazarlıklarından fiyatlama mekanizmalarına dek uzanan temel iktisadi karar süreçlerinin yapılanmasında belirleyici olan bilişsel ve kurumsal referans çerçevesinin temelini teşkil eder. Bu epistemolojik gerilim alanında anaakım medya, resmî bültenler ile sosyal medyada yayılan alternatif veri ve eleştiriler arasında bağlantı kanalı işlevi üstlenmiştir: 5 Temmuz 2023'te yayımlanan bir haber, TÜİK'in aylık enflasyon verileri bülteninin ardından sosyal medyada yükselen eleştirileri derleyerek, "resmî bülten → sosyal medya çözümlemeleri → yeni itirazlar" şeklinde özetlenebilecek bir tartışma döngüsünün kurumsallaşmakta olduğuna dair ampirik kanıtlara işaret etmektedir (Onedio, 2023). BBC Türkçe'nin "*TÜİK verileri neden tartışılıyor?*" başlıklı videosu ise, sosyal medya tepkileri ile uzman görüşlerini aynı kurgu içinde buluşturmak suretiyle metodolojik tartışmaları görünür kılarken, "hissedilen enflasyon" ile "resmî enflasyon" arasındaki algı farkının büyüdüğünü ortaya koymaktadır. YouTube ekosisteminde de, haber kanalları ile bağımsız içerik üreticileri her ay TÜİK ile ENAG oranlarını grafik karşılaştırmalarıyla yan yana getirmekte ve bu ayrışmanın fiyatlama, ücret ayarlamaları ve tüketim kararları üzerindeki muhtemel etkilerini tartışmaktadır (Gerçek Haber, tarihsiz).

Yüksek enflasyon dönemleri, enflasyon verilerinin toplumsal dolaşım hızını artırır ve hangi istatistiklerin referans alınacağına dair tercihlerin keskinleşmesine neden olur. Örneğin, 2024 baharında yıllık enflasyonun %70'e yaklaştığı koşullarda, ENAG'ın yüksek frekanslı E-TÜFE bültenleri sosyal medyada yoğun şekilde alıntılanmıştır. Bu iki göstergeli -TÜİK-ENAG- yapı, sosyal platformlarda taraflılık eğilimlerini ve algısal pekiştirme döngülerini beslemiştir. Aynı süreç, sendikalar ve meslek örgütlerinin toplu sözleşme müzakerelerinde "gerçek enflasyonun dikkate alınması" talebiyle etiket kampanyaları düzenlemesine de zemin hazırlamıştır. Nihayetinde bu mücadele alanı, piyasa aktörleri ile hane halkları nezdinde nominal çıpa işlevi görececek serinin seçimini kritik hale getirmiştir. Anlaşılabacağı üzere mesele, basit bir veri uyumsuzluğundan ziyade güven, kabul ve referans seçimleri üzerinden işleyen performatif bir alanın oluşumudur. Bu alanın çözümlenmesi ise, ölçüm düzeneklerinin teknik mimarisi -kapsam, ağırlıklar, derleme yöntemi, takvim, revizyon- ile dolaşımın kurumsal örgütlenmesinin birlikte ele alınmasını gerektirir. Ayrıca, hangi başvuru noktalarının -resmî bülten, alternatif seri, uzman yorumu, vs- hangi bağlamlarda öne

çıktığını ve bu tercihlerin beklenti oluşumu ile sözleşme dinamiklerine nasıl aktarıldığını sistematik biçimde izlemek de analizin bir diğer kritik boyutunu oluşturur.

Nihayetinde, sosyal medyadaki bu örnekler ve tartışmalar belli sonuçlara işaret eder. İlk olarak, sosyal medya gündelik fiyat deneyimini görünür kılan gayri resmi bir fiyat izleme ortamı sunar; etiket görselleri, alışveriş sepeti karşılaştırmaları ve bu tür fotoğraflar, TÜİK'in TÜFE göstergesine duyulan güvenin zayıfladığı dönemlerde alternatif bir referans noktası işlevi görür. İkinci olarak, bu alternatif göstergeler, ücret pazarlıkları ile sözleşme metnilerindeki endeksleme uygulamalarını etkiler ve algılanan enflasyon üzerinden beklenti oluşumuna -dolayısıyla gelir dağılımı dengelerine- nüfuz eder. Üçüncüsü, enflasyonun -grafikler, etiketler, fişler gibi araçlarla- görsel anlatımı, teknik raporların erişemediği bir hızda yayılma kapasitesine sahiptir; haber mecralarıysa, bu akışı derleyip çoğaltarak mevcut dolaşımı daha da güçlendirir. Görüleceği gibi enflasyon, ölçülebilen bir oran olmanın ötesinde, toplumsal dolaşımda yeniden inşa edilen bir olgu halini alır. Tartışmalar artık 'hangi seri' sorusunu aşarak 'hangi ağ tasarımı hangi davranışı tetikliyor?' sorusuna yönelir. Para politikası literatürü, beklentilerin çapalanması ile algılanan-beklenen enflasyon arasındaki ilişkiye dair ampirik bulgular sunar. Bunlar, merkez bankası iletişim stratejilerinin ve endeksleme kararlarının ekonomik koordinasyonu doğrudan etkilediğini kanıtlar niteliktedir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Enflasyonun ölçümü ve temsili üzerine yürütülen bu sorgulama, iktisadi bir göstergeyi merkezine alarak iktidar ve bilgi arasındaki kurucu ilişkiyi sorgulayan bir okuma pratiği önermektedir. AAT bu okumanın odağına insan unsuruyla birlikte saha ölçümleri ile kayıt düzeneklerini, hesaplama ve ayarlama bileşenlerini, tüketim sepetlerini, alışveriş fişlerini, vs. koyarak, iktisadi gerçekliğin kuruluşuna dair bütünlüklü ve ilişkiyel bir analitik çerçeve sağlar. Ancak ulaşılan sonuç, metodolojik bir çeşitlilikten çok daha fazlasına işaret etmektedir. Enflasyon, 21. yüzyılın "hakikat sonrası çağ"ında*,

* *Hakikat Sonrası Çağ*: Oxford Sözlüğü 2016 yılında "hakikat sonrası" (*post-truth*) kavramını yılın sözcüğü seçmiş olsa da, kavramın teorik kökeni 2004 yılına, Amerikalı yazar Ralph Keyes'e uzanır. Keyes, 'Hakikat Sonrası Çağ' ifadesini kitabının kapağına taşıyarak, doğruluk ve dürüstlüğü sabit normlar olmaktan çıkıp 'esnetilebilir' hale geldiğini; gündelik aldatma, abartı ve 'yarı-doğru'ların ise medya, siyaset, iş dünyası ve akademide olağanlaştığını savunmuştur. Keyes'in tasvir ettiği bu ortam, kamu söyleminde güven

hakikatin nasıl üretildiğine, kimler tarafından kontrol edildiğine ve ne şekilde müzakere edildiğine dair bir epistemolojik savaş alanıdır*.

Metin boyunca vurgulandığı üzere enflasyon, “ölçülmüş bir oran” olmaktan çıkıp “işletilen bir düzenek” haline dönüşmekte ve tartışmanın odağı niceliksel verilerin teknik doğruluklarından öte hangi bilgi rejiminin iktisadi koordinasyonu daha öngörülebilir, adil ve hesap verebilir kıldığı meselesine kaymaktadır. Niceliksel göstergelerin durağan yansıması olmaktan çok; verilerin derlenme usulleriyle başlayan, kategorik düzenleme ve bilişsel süzgeçlerden geçerek istatistiksel gerçekliğe dönüşen, zamansal ve söylemsel ritimlerle kamusal alana taşınan, nihai aşamada da iktisadi davranış kalıplarıyla toplumsal tahayyülleri şekillendiren çok katmanlı bir kurucu işlemin ürünüdür. Bu noktada, enflasyonun ontolojik üretim mantığı içinde kavranmasının doğurduğu kurumsal, toplumsal, iktisadi ve epistemik sonuçlar, soyut bir tartışma yahut genel bir tekrar yerine somut bulgular halinde tartıya konulabilecek bir çerçevede ifade edilmelidir:

İlk olarak, enflasyon tartışmasının seyrettiği zemin, verinin üretimi ile dolaşıma sokulması arasındaki makasın giderek açıldığı bir ortamda şekillenmektedir. Bu mesafe, ölçüm tekniklerinin ayrıntılarından ziyade, toplumsal güvenin hangi temeller üzerine inşa edildiği sorusunu öne çıkarmaktadır. Güveni belli bir rakam ya da belli bir kuruma devrederek tesis etmeye yönelik yaklaşımlar, kısa vadede geçici bir istikrar sağlayabilse de orta vadede aynı güvensizlik döngüsünü yeniden üretirler. Daha sürdürülebilir bir çerçeve, güvenin bireylere veya kurumsal otoritelere yüklenmesi yerine, izlenebilir ve hesap verebilir süreçlerin bütününe dayanmasıyla mümkündür. Bu çerçevede, yayımlanan her enflasyon verisi setinin amaçları, kapsamı, dayandığı varsayımlar, belirlediği eşik değerler ve izlediği revizyon mantığı açık biçimde görünür kılınmadıkça, tartışma kaçınılmaz olarak ‘hangi kurum?’ sorusuna sıkışacak ve ölçümün toplumsal güven ile ekonomik koordinasyon üzerindeki işlevi gölgede kalacaktır.

İkinci olarak, enflasyon verilerinin sosyal medyada oluşturduğu gündem ve görünürlük, bir zafiyetten ziyade erken

erozyonu yaratır; gerçek, iletişim ve imaj yönetiminin hizmetinde araçsallaşır. En kötüsü ise, iyi bir yalanın çoğu zaman çıplak gerçeklikten daha çekici ve kabul edilebilir görülmeye başlanmasıdır.

* Burada epistemolojik savaş alanı ile kastedilen, verinin üretimi, dolaşımı ve otorite iddialarının çakıştığı; yöntem, temsil ve meşruiyet pazarlıklarının yoğunlaştığı tartışma zemini.

uyarı mekanizması olarak değerlendirilmelidir. Alışveriş fişleri ile fiyat etiketleri gibi görselleri yahut mikro-sepet karşılaştırmalarını görmezden gelmek, endekse kurulan sosyoekonomik ilişkinin gerçekliğini inkar etmek anlamına gelir. Bu veri akışı, metodolojik heterojenliğine ve zaman zaman ölçüm hatalarına rağmen, kurumsal aktörler ile politika yapımcılar için hız ve duyarlılık anlamına gelmekte; kamu kurumlarının erişemediği ayrıntılı veri düzeyinde, hane halkının fiyat algısı ve yaşam maliyetine ilişkin deneyimlerini görünür kılmaktadır. Kurumsal stratejinin amacı, bu akışla rekabete girmek yerine onu eşzamanlı olarak anlamlandırmak olmalıdır; yüksek etkileşimli kalemler için katkı hesaplamaları, tedarik ve kalite göstergeleri yahut veri setindeki olağan dışı fiyat hareketlerinin gecikmeksizin paylaşılması, bilgi dolaşımını savunma düzeyinden çıkarıp ekonomik karar mekanizmalarına entegre eder.

Üçüncü olarak, TÜİK ile ENAG arasındaki ayrışma, ölçümlere ve metodolojiye dayalı güvenilirlik tartışmaları arasında sıkışmak yerine, enflasyon göstergelerinin tasarım ve kullanım amaçlarının sosyoekonomik etkilerini değerlendirmek için son derece uygun bir zemindir. Elde edilen veriler, farklı hesaplama yöntemlerinin ürünü olmanın ötesinde, çeşitli iktisadi uygulamalar ile toplumsal beklenti perspektiflerine işaret eder. Kısa vadeli fiyat hareketlerini izlemek, sözleşmelerde ya da düzenleyici çerçevede endeksin resmi referans olarak kullanılmasından farklı bir çözümleme derinliği gerektirir. Ülke çapında tek bir endeks üzerinden hanehalkı deneyimlerini temsil etmek, iletişim düzeyinde tekil bir anlatı üzerinden beklentilerin kurulmasıyla aynı şey değildir. Bu nedenle enflasyon için amaçlara göre farklılaştırılmış gösterge setlerinin benimsenmesi stratejik önemdedir. Bunlar: politika hedeflemelerinde kullanılacak birincil göstergeler, sözleşme ve düzenleyici çerçeve için resmi olarak tanımlanmış göstergeler, izleme ve duyarlılık ölçümleri için tamamlayıcı göstergeler olabilir. Bu çoğulluk keyfi müdahalelere imkan tanımadan - karşılaştırılabilirlik ve ölçülebilirlik ilkeleri çerçevesinde- tartışmaların dağınıklığını artırmanın aksine sistematik bir düzene kavuşturur.

Dördüncü olarak, enflasyon verisinin davranışlara yansıma kanalları -ücret pazarlıkları, kira endekslemeleri, kamu tarafından belirlenen fiyatlar, para politikası iletişimi, vs- yayınlanan teknik rapordan ayrıştırılamaz ve raporun kurgusu bu kanalları besler. Bu nedenle her açıklamanın kısa bir 'etki notu' ile desteklenmesi gerekir; ilgili dönemdeki temel harcama gruplarının katkıları, belirsizlik kaynakları, tipik sözleşmelere olası yansımalar gibi... Böyle bir not, yayımlanan veriyi sıradan

istatistiki bir veri olmaktan çıkararak, karar süreçlerine yönelik bir destek aracına dönüştürür. İktisadi koordinasyon gereksinimi nicel verilerle sınırlı olmayıp, onların anlamlandırılmasını sağlayan bütüncül bir çerçeveyi de zorunlu kılar.

Beşinci olarak, enflasyon tartışmasının etik boyutu göz ardı edilmemelidir. Sosyal ağlarda paylaşılan her veri parçası, beraberinde bağlamdan kopma, yanlış yorumlanma ve yanıltıcı genellemelere yol açma gibi birçok ihtimali barındırır. Benzer biçimde, resmi açıklamalar da nesnellik iddiasının ardına sığınarak bir kısım belirsizlikleri örtbas etmemelidir. Bu nedenle şeffaflık, tek taraflı bir yükümlülüğten öte karşılıklı bir sorumluluk alanıdır. Kurumlar açısından bu, kullanılan veri setlerinin kapsamının, sınırlarının ve düzeltme gerekçelerinin açık biçimde belirtilmesini gerektirirken; kamusal aktörler açısından da, dolaşıma sokulan gözlemlerin ya da bulguların asgari doğrulama süreçlerinden geçirilmesi anlamlarına gelir. Böylelikle enflasyonun ölçüm ve temsil süreçleri hem teknik bir prosedür hem de tarafların ortak sorumluluk bilinciyle kurduğu güven rejiminin parçası haline gelir.

Sonuç olarak, enflasyona dair önerilen yaklaşım, ne onu tartışmasız bir hakikat nesnesi haline getiren bir fetişizme ne de bütünüyle değersizleştiren bir inkara yaslanmaktadır; daha dengeli bir zemin olarak denetlenebilir çoğulluk* anlayışı öne çıkarılmaktadır. Bu anlayış, ölçümün tasarım ilkeleri ile kamusal dolaşım biçimlerini ve toplumsal davranışlara uzanan etkilerini ortak bir çerçevede buluşturur. Böylelikle enflasyona dair tartışma, kişi ya da kurumların itibarı yerine süreçlerin şeffaflığı ve ilkelerin tutarlılığı etrafında yürütülebilir. Toplumsal güvenin tesisi, belli başlı verilerin ‘nihai hakikat’ olarak sunulması yerine, bu sayıların oluşturulmasında kullanılan metotların, amaçlar bağlamında işlevsellik düzeylerinin ve karar kanallarına nüfuz biçimlerinin şeffaflaştırılmasına bağlıdır. Bu tür bir kurumsal düzenleme, yaşanan güvensizlikleri yatıştırmakla kalmayıp; gelecekteki belirsizlikleri de -karşılaştırılabilirlik, izlenebilirlik ve hesap verebilirlik ilkeleri çerçevesinde- yönetilebilir kılacaktır. Nihayetinde enflasyonun toplumsal geleceği, özellikle ölçümlerin etik zeminine ve şeffaflığın kurumsal siyasetle ne ölçüde bütünleştiğine bağlıdır.

* Denetlenebilir Çoğulluk: Tek, nihai bir seri yerine, amaç-odaklı birden fazla serinin karşılaştırılabilirlik anahtarları ile birlikte yürütülmesi.

Etik Beyanı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara uyulduğunu beyan ederim. Aksi bir durumun tespiti halinde Akademik İzdüşüm Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazarına aittir.

Destek ve Teşekkür: Bu araştırmanın hazırlanmasında herhangi bir kurumdan destek alınmamıştır.

Katkı Oranı Beyanı: Araştırmanın tüm süreci makalenin beyan edilen tek yazarı tarafından gerçekleştirilmiştir.

KAYNAKÇA

- BBC Türkçe (YouTube). (Tarihsiz). *TÜİK verileri neden tartışılıyor?*
<https://www.youtube.com/watch?v=Lyx6FrX08I>
- Bozdağlıoğlu, E. & Yılmaz, M. (2017). Türkiye’de Enflasyon ve Döviz Kuru İlişkisi: 1994-2014 Yılları Arası Bir İnceleme. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 2(3), 1-20.
- Callon, M. (1998). Introduction: The embeddedness of economic markets in economics. In M. Callon (Ed.), *The laws of the markets* (1-57). Oxford: Blackwell.
- Chun, H. & Sauder, M. (2022). The logic of quantification: Institutionalizing numerical thinking. *Theory and Society*, 51(2), 335-370. doi.org/10.1007/s11186-021-09453-1
- Cumhuriyet Gazetesi. (5 Kasım 2018). *Enflasyon son 15 yılın zirvesinde*.
<https://data.cumhuriyet.com.tr/haber/enflasyon-son-15-yilin-zirvesinde-1131582>
- Cumhuriyet Gazetesi. (3 Ocak 2022). *ENAG: 12 aylık enflasyon artışı yüzde 82,81 oldu*.
<https://www.cumhuriyet.com.tr/ekonomi/enag-12-aylik-enflasyon-artisi-yuzde-8281-oldu-1897290>
- Ekinci, M. F. & Saka, O. (2023). *Farklı tüketici enflasyonu göstergeleri arasındaki farkların arkasındaki olası sebepler*. TEPAV Politika Notu.
- Enflasyon Araştırma Grubu [ENAG]. (Tarihsiz). *ENAGrup E-TÜFE*. Erişim tarihi 3 Eylül 2025, <https://enagrup.org>

- Enflasyon Araştırma Grubu [ENAG]. (Tarihsiz). *Metodoloji*. Erişim tarihi: 28 Ağustos 2025, <https://enagrup.org/?p=metodoloji>
- Espeland, W. N. & Stevens, M. L. (2008). A sociology of quantification. *European Journal of Sociology / Archives Européennes de Sociologie*, 49(3), 401-436. doi.org/10.1017/S0003975609000150
- Gazete Duvar. (7 Temmuz 2022). *Anket sonucu: Halkın yüzde 69'u TÜİK'in enflasyon rakamına inanmıyor*. <https://www.gazeteduvar.com.tr/anket-sonucu-halkin-yuzde-69u-tuikin-enflasyon-rakamina-inanmiyor-galeri-1572152>
- Gençer, S. & Ulusoy, V. (2021). Dinamik ve yüksek frekanslı fiyat endeksi: Türkiye'nin günlük ve saatlik bazda enflasyon hesaplaması. *Maliye ve Finans Yazıları*, Özel Sayı 2, 173-190. doi.org/10.33203/mfy.846065
- Gerçek Haber. (Tarihsiz). *TÜİK enflasyon verileri ENAG'ın yarısı! Remzi Özdemir: Merkez Bankası 2024'ü kapattı 2025'e bakıyor!* (YouTube-Video). Erişim tarihi 3 Eylül 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=IfAWdQR9tOs>
- Haber Aydın. (28 Ocak 2025). *2021 yılından kalan market fişi sosyal medyada gündem oldu*. <https://www.haberaydin.com>
- Keyes, R. (2017). *Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma*, İstanbul: Delidolu Yayınları.
- Latour, B. (1987). *Science in action: How to follow scientists and engineers through society*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Latour, B. (2021). *Nesnelerin kaldıraç gücü: ANT ve sosyal kuram* (A. Berktaş, Çev.). İstanbul: Heretik Yayınları.
- Latour, B. & Woolgar, S. (2023). *Laboratuvar Hayatı: Bilimsel Olguların İnşası* (Ü. Tatlıcan, Çev.). İstanbul: Phoenix Yayınevi.
- MacKenzie, D. (2006). *An engine, not a camera: How financial models shape markets*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Mitchell, T. (2002). *Rule of experts: Egypt, techno-politics, modernity*. Berkeley: University of California Press.
- Onedio. (5 Temmuz 2023). *TÜİK'in hesabı sosyal medyada mercek altında*. <https://onedio.com/haber/enflasyon-detaylarini-ekonomistler-inceledi-tuik-in-hesabi-sosyal->

medyada-mercek-altinda-
1158413?utm_source=chatgpt.com

- Porter, T. M. (1995). *Trust in numbers: The pursuit of objectivity in science and public life*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Sabır Gazetesi. (27 Ağustos 2025). *100 liralık sepet 10 yılda 1.935 TL'ye çıktı*. <https://www.sabirgazetesi.com/100-liralik-sepet-10-yilda-1935-tlye-cikti>
- Türk Kültür Sanat Sen. (2021, 18 Ağustos). *Yüzleri güldürecek yeni bir teklif bekliyoruz*. <https://www.tkss.org.tr/yuzleri-guldurecek-yeni-bir-teklif-bekliyoruz-411.html>
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (5 Kasım 2018). *Tüketici Fiyat Endeksi Ekim 2018*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Ekim-2018-27767>
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (3 Ocak 2022). *Tüketici Fiyat Endeksi Aralık 2021*. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Aralik-2021-45789>
- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (19 Mayıs 2024). *Tüketici fiyat endeksi (TÜFE) yöntemsel açıklama*. TÜİK Veri Portalı.
- Yeldan, A. E., Köse, A. H., & Boratav, K. (2023). Türkiye'de derinleşen yapısal kriz eğilimi ve kâr itilimli enflasyonun dinamikleri. *İktisat ve Toplum*, (158), 8-30.

CONSTRUCTING INFLATION AS A NETWORKED REALITY: AN ACTOR-NETWORK THEORY (ANT) APPROACH TO ECONOMIC INDICATORS

Extended Summary

This study reframes inflation as a socio-technical arrangement forged at the intersection of institutions, measurement protocols, and digital circulation. Although TÜİK and ENAG observe the same price universe, their choices regarding basket coverage, sources of expenditure weights, collection frequency, computational flow, and modes of public communication assemble distinct measurement regimes. Actor–Network Theory (ANT) is employed to make this assembly visible: indicators acquire authority not by virtue of an intrinsic essence but through the coordinated work of human and non-human intermediaries; statistical offices, software pipelines, classification schemes, media narratives, and user practices. The analysis shows that monthly releases enter a bulletin - newsroom- social media circuit and, within that circuit, the inflation figure operates less as a static record and more as a coordination device shaping expectations, contract clauses, pricing calendars, and policy communication. To govern this circuit, the article advances a program built around auditable plurality, methodological clarity, and concise impact briefs.

Aim:

The article seeks to explain the TÜİK–ENAG divergence within an ANT framework and to clarify how the production and circulation of inflation data link to economic behaviour. It does so by (i) rendering the heterogenous networks behind indicator construction analytically explicit, (ii) tracing performative pathways -expectations, indexation in wage bargaining and contracts, and monetary-policy communication- and (iii) proposing principles that relocate credibility from persons and offices to reproducible processes.

Method(s):

A qualitative research design grounded in the theoretical framework is adopted. Document analysis is conducted on TÜİK and ENAG methodological texts and bulletins. Discourse and content analysis are applied to national press coverage and social-media material clustered around release periods. Evidence is then cross-checked against official series through

comparative reading and consistency tests. This triangulated strategy brings data production, circulation, and reception onto a single analytical plane and allows the study to follow how an indicator is made, mobilised, and used.

Findings:

Differences in basket scope, sources of weights, elementary aggregation (arithmetic versus geometric means), sampling practice, and revision rules do not merely produce numerical discrepancies; they alter the level, volatility, and responsiveness of the series. Those alterations feed into expectation formation and propagate to wage bargaining, indexation clauses, and pricing decisions. Once the index is made public, its referential power is amplified by media headlines and social-media amplification. In periods of weak institutional trust, user-generated artefacts -till receipts, shelf labels, and household “micro-basket” comparisons- emerge as alternative reference points. While methodologically uneven, these traces carry high frequency and granularity, and thus constitute an early-warning signal that institutions can monitor and explain in real time. Overall, the TÜİK-ENAG controversy is better framed not as a duel over a single “true” value, but as a question of fitness-for-purpose: which design serves which use—policy targeting, legal indexation, or high-frequency monitoring.

Conclusion and Discussion:

The study recasts inflation from a measured outcome to an operated indicator system and draws three policy-oriented principles. First, *auditable plurality*: develop differentiated indicator sets tailored to distinct uses -policy targeting, contractual indexation, and rapid tracking-paired with explicit comparability tools (conversion keys and tolerance bands) so that coexistence does not devolve into arbitrariness. Second, *methodological clarity*: publish a standing methodological dossier that is regularly updated and easy to audit, detailing scope, sources of expenditure weights, elementary formulas, sampling and revision rules, and the handling of quality change; where feasible, open code and processing steps to independent replication. Third, *synchronous communication*: issue a short impact brief with each release that explains item contributions, sources of volatility, and likely implications for standard contracts; complement this with systematic monitoring of salient social-media signals so that institutional explanations meet public narratives in the same cycle rather than after the fact.

Taken together, these proposals move credibility from authority claims to traceable procedures and make inflation indicators comparable, inspectable, and policy-relevant. They also acknowledge that social-media circulation is not mere noise but a channel through which lived price experience is expressed and negotiated. By designing for that channel -rather than designing around it- statistical institutions can align measurement with public understanding and economic coordination. The practical upshot is a governance regime in which disagreement over numbers is replaced by transparent rules about uses, limitations, and conversions, and in which the link between measurement and behaviour is visible, discussable, and ultimately accountable.