

YAPAY EKONOMÍ

FABIAN MUNIESA

VakıfBank Kùltür Yayınları: 0165
İktisat: 009

**YAPAY EKONOMİ:
EKONOMİK GERÇEKLIK VE
PERFORMATİF DEĞİŞİM**
FABIAN MUNIESA

Özgün adı
*The Provoked Economy:
Economic Reality and
The Performative Turn*

Türkçesi
Bariş Arpaç

Kapak ve Sayfa Uygulama
Faruk Özcan

Kitap Editörü
Pelin Pasin Cowley

Son Okuma
Hande Kayhan

VakıfBank Kùltür Yayınları
Büyükdere Caddesi
No: 97 – Kat 4
Şişli 34394 İstanbul
Telefon: 0 212 354 5730
www.vbky.com.tr – info@vbky.com.tr
Sertifika No: 40141

© Vakıf Pazarlama San. ve Tic. A.Ş., 2022
© Fabian Muniesa, 2014

ISBN 978-625-7447-75-1

Kitabın Türkçe yayın hakları Akcalı Ajans aracılığıyla VakıfBank Kùltür Yayınları'na aittir. Tanıtım amacıyla, kaynak göstermek şartıyla yapılacak sınırlı alıntılar dışında, yayıncının yazılı izni olmaksızın hiçbir elektronik veya mekanik araçla çoğaltılamaz. Eser sahiplerinin manevi ve mali hakları saklıdır.

All Rights Reserved. Authorised translation from the English language edition published by Routledge, a member of the Taylor&Francis Group.

Baskı
Turkuvaz Haberleşme ve Yay. A. Ş.
Güzeltepe Mahallesi Mareşal Fevzi Çakmak Caddesi B Blok No: 29/1/1
Eyüpsultan İstanbul
Telefon: 0212 354 3000
Sertifika No: 46403

1. Baskı: Eylül 2022

YAPAY EKONOMİ

EKONOMİK GERÇEKLİK VE
PERFORMATİF DEĞİŞİM

FABIAN MUNIESA

TÜRKÇESİ
BARIŞ ARPAÇ



FABIAN MUNIESA

Fransa'nın mühendislik eğitimi veren en önemli okullarından biri, Mines ParisTech'te profesör olarak çalışmaktadır. Sosyoloji ve iletişim alanlarındaki lisans eğitimini 1996 yılında tamamlayan Muniesa; bilim ve teknoloji, ekonomik sosyoloji, ekonomik antropoloji ve organizasyon çalışmaları gibi alanlarda uzmanlık geliştirmiştir. Doktora çalışmasını "Algoritma Olarak Piyasalar: Paris Menkul Kıymetler Borsasında Otomatikleşen Ticaretin Sosyolojisi" başlıklı tezi ile tamamlamış ve sonrasında çalışmalarına London School of Economics'te devam etmiştir. Yazarın güncel ilgi alanları finansal kapitalizm, piyasa algoritmaları, otomasyon, nicelleme, yönetimde performans, işletme eğitimi, değerlendirme, inovasyon politikası gibi konulardır. Fabian Muniesa, tüm ilgi alanlarının birbiriyle bağlantısını *Yapay Ekonomi: Ekonomik Gerçeklik ve Performatif Değişim*'de ortaya koyduğunu belirtmektedir.

BARIŞ ARPAÇ

1997 senesinde İstanbul'da doğdu. Lisans eğitimini Hacettepe Üniversitesi İngiliz Dili ve Edebiyatı bölümünde tamamladı. Yüksek lisans eğitimine aynı üniversite ve bölümde devam etmektedir.

İÇİNDEKİLER

Teşekkür	9
Giriş	13

BİRİNCİ BÖLÜM PERFORMATİVİTE PROBLEMİ

1 Birkaç Teorik Ön Bilgi	19
Sosyal Bilimlerde Performatif Değişim	19
Postmodern Bilgide Performativite	20
Bilimde Performatif Deyim	23
Performans Olarak İfade	25
Organize Eden İşaretler	28
Görece Benzer (Pragmatist) Bir Yön	31
Dört Belirgin Felsefi Sorun	34
Betimleme Sorunu	34
Simülakrum Sorunu	38
Kıskırtma Sorunu	42
Açıklık Sorunu	44
2 Ekonomik Gerçekliğin Değerlendirilmesi	49
Ekonomik Şeylerin Oluşumu Üzerine Çalışmalar	49
Ekonomik Rasyonalizasyonun Eleştirisi	50
Ekonomik Kurumların Yorumlanması	51
Ekonominin Etkililiği	52
İmparatorluklar, Uluslar, Koloniler, Ekonomiler	53
Pazarlama Sanatı ve Çıkarım Zanaatı	54
Yönetimsel Sahneler ve Muhasebecilik Sahneleri	56
Ekonominin Antropolojisi	57
Ve Dahası	58

Ekonomizasyon Uygulamasına Karşı Ekonomik Natüralizm	59
Modern Ekonomik Mantığın Sorunu	60
Ekonomileştirme, Soyutlama, Değerleme, Kapitalize Etme	64

İKİNCİ BÖLÜM

TEMEL VAKA ÇALIŞMALARI

3 Finansal Nesnelerin Anlatılması	71
Bir Bulmaca Olarak Yatırım Bankası	72
Arka Ofis ve Neticelendirmenin Sorunu	76
Bankacılık Aracılığıyla Betimlemenin İşlenmesi	78
Tekil Nesnelere ve Yazılı Onaylar	81
Betimleme Sorunu Olarak Finansal Nesnelerin Değerlemesi	85
Teknokratik Ustalık ve Arka Ofis Karmaşası	89
4 Borsa Fiyatlarının Keşfi	93
Piyasanın Mükemmelliğini Algoritmaya Belirginleştirmek	94
Potansiyel, Reel, Sanal ve Gerçekleşen Fiyat	105
İkinci Derece Transparanlığı Sorunu	108
Belli Tür Fiyatların Kışkırtılması	113
5 Tüketici Tercihlerinin Test Edilmesi	119
Performativite ve Pazarlama Simülasyonu	120
Testi Evcilleştirmek, Piyasayı Evcilleştirmek	124
Ölçme Cihazı Olmak	128
Kışkırtma Olarak Meydana Çıkartma Deneyimi	132
Piyasa Testi Sosyolojisi	136
6 İş Değerinin Gerçekleştirilmesi	143
İş Öznesinin Hermenötiği	144
Değerleme Nesnesi ve Kapitalizasyonun Sezisi	153

7 Ekonomik Faaliyeti Göstermek	159
Performans Hedeflerinin ve Göstergelerinin Kitleleri	161
Politik veya Ekonomik Eylem	167
Bilimsel Üretimin Nicelleştirilmesi	173
Ekonomik Etkinin Gösterilmesi	177
Bir Ekonomi Devletinin Yapımı	181
Sonuç Önerisi	185
Kaynakça	191
Dizin	229

TEŞEKKÜR

Bu kitapta detaylandırıdığım fikirlerin çođu, arkadaşlarım ve meslektaşlarımla yaptığım sohbetlerde doğmuştur. Teşekkür etmek istediklerim arasında şu isimleri anmak isterim: Catherine Grandélément, Javier Lezaun, Signe Vikkelsø, Dominique Linhardt, Emmanuel Didier, Antoine Hennion, Horacio Ortiz, Liliana Doganova, Álvaro Pina-Stranger, Marc Lenglet, Niki Panourgias, Alaric Bourgoın, Véra Ehrenstein, Başak Saraç-Lesavre, Anne-Sophie Trébuchet-Breitwiller, Alexandre Mallard, Guillaume Yon, David Pontille, Martin Giraudeau, Claes-Fredrik Helgesson, David Stark, Barbara Czarniawska, Donald MacKenzie, Yuval Millo, Daniel Beunza, Talha Syed, Giuseppe Mastruzzo, Andrew Barry, Paul du Gay, Isabella Stengers, Philippe Descola, Patricia Falguières, Andres Blok, Andreas Mayer, Annie Cot, John Law, Evelyn Ruppert, Celia Lury, Noortje Marres, Ellen Hertz, Marion Fourcade, Bruno Latour ve Michel Callon. En büyük teşekkürü son iki kişiye, Michel Callon'a ve Bruno Latour'a, borçluyum. Umuyorum bu kitabı kendilerine adamamı kabul ederler.

Bu kitap, Université Paris-Dauphine'de okuduğum *Habilitation à Diriger Des Recherces* (HDR) derecemın şartlarını yerine getirmek için sunduğum makaleyi temel almaktadır. Isabelle Huault'a rehberliği ve desteği için; değerlendirme komitesindeki Philippe Lorino'ya, Paola Quattrone'ye, Ève Chiapello'ya, Hélène Rainelli'ye ve Hervé Dumez'e düşünceli eleştirileri için teşekkür ederim.

Çalışmam, *European Research Council* tarafından verilen “Starting Grant” (Hibe Antlaşması 263529, Nisan 2011’den Mart 2015’e) ile desteklenmiştir. Bu projenin değerlendirilmesi ve uygulanması için iş birliği yapan kamu yönetimi ve araştırma topluluklarına teşekkür ederim. Çalışmama ev sahipliği yapan *École des Mines de Paris*’ye ve özellikle de spekülâtif kişiliğimin potası olan *Centre de Sociologie de l’Innovation*’a teşekkürü borç bilirim. Bu çalışmanın belli bir kısmı, çeşitli kurumlara yaptığım ziyaretlerle zenginleşti. *International University College of Turin*’e (Haziran 2011’den Şubat 2012’ye), *Columbia University*’ye (Ağustos 2011) ve *Harvard Business School*’a (Nisan 2012) misafirperverlikleri ve teşvikleri için teşekkür ederim.

Kitabın ana fikirlerini açıklayan orijinal ampirik materyaller birkaç eski araştırmadan gelmektedir. Üçüncü bölüm, *London School of Economics*’te Susan V. Scott, Marceline Ducrocq-Grondin ve Dominique Chabert’in iş birliğinde gerçekleştirdiğimiz eski bir araştırma projesinden (Moving Market Research Project, Ocak 2003’ten Aralık 2003’e) birçok fikir içerir. Dördüncü bölüm ilhamını, *France Télécome* R&D tarafından desteklenen (Ocak 1999’dan Aralık 2002’ye) bir doktora araştırma projesi bağlamında geliştirilen materyallerden almaktadır. Beşinci bölümün temelleri, Anne-Sophie Trébuchet-Breitwiller ile ortaklaşa yürüttüğümüz ampirik bir araştırmamızdadır (Temmuz 2007). Altıncı bölüm, yukarıda andığım ERC “Starting Grant” tarafından desteklenen (Şubat 2010’dan Aralık 2012’ye) projenin bazı bölümlerini hazırlamak ve geliştirmek için yürütülen istikşâfi bir çalışmadan beslenmektedir. Yedinci bölüm Dominique Linhardt ile *Agence Nationale de la Recherche* tarafından desteklenen (Fon ANR-05-Blan-0391, Ocak 2006’dan Aralık 2008’e) bir araştırma projesinin bir parçası olarak yürüttüğümüz araştırmamızı yeniden değerlendirmektedir.

Ayrıca Routledge’ta “CRESC Series” editörleri olan Penny Harvey, Kevin Hetherington ve Tony Bennett’e de güven ve destekleri için ve Kara Stephenson Gehman’a da İngilizce hakkında verdiği destekler için teşekkür ederim.

GİRİŞ

Mesela, bir danışmanlık şirketinin slayt gösterisini düşünün. Bir yönetim danışmanı müşterilerine, firmalarının problemlerini açıklayan bir şema gösteriyor. Diyagram, danışmanın ispatlamaya hazır olduğu potansiyel çözümlere işaret ediyor. Fakat danışmanlığın nasıl bir iş olduğunu bilirsiniz. Geçen hafta (hatta belki de geçen gece) slayt gösterisi sürekli değişen bir taslak hâlindeydi. Danışman hâlâ diyagramın tasarımıyla, görsellerle, anahtar sözcüklerle ve kurguyla ciddiyetle uğraşıyordu. Bir noktada kendi kendine “tiyatro, tiyatro” diye fısıldıyordu. Bugünse kendisini işine oldukça adanmış görünüyor. Kendi kendine “iletişim, iletişim” diye fısıldıyor. Sonuç olarak slayt gösterisi iyi geçiyor. Doğrudur, kimi müşteri de aynı kelimeleri kendi kendilerine fısıldar. Fakat onlar firmalarının problemlerini görür, bunların sonuçlarını anlar ve stratejik çözümler için yeni fikirleri kabul ederler. Sunum son derece iyi geçer. Peki, tamamı bir kurgu değil miydi bunun?

Şimdi bir değerlendirme formülünü düşünün. Bir mali analistin, müşterisi olan özel bir öz sermaye fonunun, satın alması muhtemel (satın almayı planladığı) bir varlığın değeriyle ilgili güvenilir rakamlar elde edebilmek için veri işlemekle meşgul olduğunu hayal edin. İşin içinde biraz matematik de var. Değerlendirme formülü, hedef şirketin alacaklılarına veya sahiplerine ödemesi beklenen ücreti göstermektedir. Bu formül kabul görmüş bir yöntemdir fakat neredeyse kimse hatasız olmasını beklemeyiz. Analist bu durumun farkındadır ve o bu formülü esas olarak di-

ğer herkes kullandığı için ve bir şey kullanılması gerektiğinde bu formül ulaşılabilir durumda olduğu için kullanır. Tıpkı sizin gibi analist de verinin hatalı olabileceğinin, şirketin değerinin kesin olarak bilinemeyeceğinin ve yaptığı şeyin sadece bir deneme yanılma olduğunun farkındadır. Yine de hesaplamalar yapılır ve tamamen bunlara dayanan bir finansal karar verilir. Neye dayanan, deneme yanılmaya mı?

Son olarak bir tüketici testini düşünün. Bir ürünün piyasaya sürülmesiyle ilgili bir karar alınması gerekiyor ve pazarlama departmanı markaları için piyasa araştırması başlatıyor. Bir araştırmacı, tüketicilerin tercihlerini kavramak için bir dizi testin sonuçlarını analiz ediyor. Bu testlerin nasıl yürütüldüğünü görmüşsünüzdür: İnsanlar rast gele seçilir, ürüne maruz bırakılır ve bir anket doldurmaları istenir; kimi zaman ürün hakkındaki kişisel fikirlerini grup tartışmaları (meşhur odak grubu) sırasında sunmaları da beklenir. Araştırmacı bu rutine son derece alışkındır. Sürecin yapay doğallığına aşinadır. Kendisini hiç süpermarkette dolanırken benzer bir biçimde tercihlerini dillendirirken bulduğu oluyor mudur? Pek sanmıyorum. Yine de pazarlama raporunu, yani tüketici tercihlerinin ve gerçek piyasanın bir resmini sunuyor. Yoksa sunamıyor mu?

Bu üç örnek de (ve sizin de bulabileceğiniz diğer birçok örnek de) ortak bir sorunu paylaşır. Bu üç ölçüm aracı da (danışmanlık slayt gösterisi, değerlendirme formülü, tüketici testi) temsil ettikleri gerçeklik hakkında bir soru sorarlar. Aynı zamanda etkiledikleri gerçekliğe de bir soru yöneltmiş olurlar. Bu iki soru aynı olmasa da son derece karmaşık bir şekilde iç içe geçmiş durumdadır. Bu ölçüm araçları neye işaret eder? İşaret edişleri gerçekten gerçek midir? Peki değilse o hâlde bunlar nedir? Bir tür yalan mı? Bu bir tür oyun mu? Her şeye rağmen bu araçların ürettikleri etkiler gerçek midir? Peki bu nasıl bir gerçekliktir? Tüm bu sorular

benim “performativite sorunu” dediğim bir soruna işaret etmektedir. Bu kitap da bu sorunu çözmek için ya da en azından sorunun mantıklı bir açıklamasına katkı sunmak için bir girişimdir.

Peki bu kitap bu işi nasıl yapacak? Burada bulacağınız şeyin büyük bir kısmı, bir seri ampirik araştırma ile test edilmiş teorik bir doğanın yansımından oluşmaktadır. Bu yansıma, anlamlandırmayı bir süreç ve gerçekliği bir etki kabul eden pragmatist bir anlayış üzerine inşa edilmiştir. Böylesine bir anlayışı, kimi zaman açık bir şekilde ifade edilmiş kimi zaman da edilmemiş hâlde, ekonomik şeylerin yorumlanmasına yapılan katkılarda saptamak mümkündür. Bunları, ortak kaygılarını belirleme gayesiyle kısaca inceleyeceğim. Fakat bu yansıma, birtakım yeni kavramsal gelişmeyle de ortaya çıkabilir. Ben de ampirik araştırmamın, ilgilenmemi zorunlu kıldığı bazı kavramları (betimleme, simülakrum, açıklık ve kışkırtma) detaylandırarak buna katkı sunacağım. Burada getirilen ampirik açıklamaların hiçbiri böylesi kavramların basit uygulamaları değildir (ve olamaz). Aksine bunlar, yansıma ve kavrama için yeni bakış açıları üreten testlerdir. Fonksiyonları, ilham olmaktır ve bu fonksiyon ne okuyucudan (sizler, sadece benim karşılaştığım sorunlarla karşılaştırılabilecek sorunlarla uğraşan araştırmacılar olduğunuz için) ne de yazardan (kesinlikle sıradan bir sosyolog, profesyonel bir filozof, gözlemci bir antropolog ya da alışılmış bir kurumsal bilim insanı olmadığım için) herhangi bir disiplinde eğitim almış olmasını talep eder.

İlk bölümde ekonomik gerçeklikteki “performativite” sorununu tartışacağım. Birinci Bölüm, performativite fikrinin sosyal bilimler ve felsefeye dayanan entelektüel kökenleri üzerine bir tartışmaya ayrıldı. Burada, savunduğum belirli bir yaklaşım kavramsallaştırılmış ve böylece izah edilmiştir. Bu bölümde, kitabın geri kalanında kullanacağım analitik kelime dağarcığı ta-

nıtılacaktır. İkinci bölümde, kısa bir literatür incelemesinin yanı sıra performativiteyi ekonomik gerçeklikle bağlantısı üzerinden tartışacağım. Böylelikle, okuyucuya bu çalışmanın, “yapay ekonomi” ile uğraşırken dikkate alınması gereken büyük resmin neresinde durduğunu gösteren ipuçları verilecektir. Ayrıca bir şeyin ekonomik olduğuna işaret edildiğinde ne olmasının beklenebileceğiyle ilgili kuram da burada sunulmuştur.

İkinci Kısım’da perspektifimi ete kemiğe büründürmek için bir seri ampirik çalışmadan yararlanacağım. Bunlar; bir yatırım bankasının idari departmanlarının bir incelemesi (Üçüncü Bölüm), borsa otomasyonu üzerine tarihi bir inceleme (Dördüncü Bölüm), tüketici testinin bir etnografyası (Beşinci Bölüm), finansal değerlemenin pedagojisi üzerine bir yorum (Altıncı Bölüm) ve Fransa’daki kamu yönetimi reformu (Yedinci Bölüm) üzerine bir analizdir. Bölümler orijinal araştırmalara dayansalar da herhangi bir ampirik araştırmanın derinlemesine birer sunumu değildirler. Aksine, benim burada incelediğim soru ile ilişkili araştırmadan çıkartılabilecek entelektüel katkıları olabildiğince güçlü bir şekilde temsil ederler. Bu bölümlerin amacı kendi içlerinde bir araştırma olmak değil, entelektüel hayalgücüne ev sahipliği yapmak ve konu ile ilgili farklı sorgulamalar için öneriler sağlamaktır .

* Kitapta “provoked economy” şeklinde kullanılan bu terim kıskırtılmış kelimesi ile de karşılanabilmekle birlikte bu kelimenin farklı çağrışımları nedeniyle ve “yapay” kelimesi, içeriği daha iyi karşıladığı gerekçesiyle “yapay ekonomi” şeklindeki kullanım tercih edilmiştir, –ed.n.