

54. Dijital İletişim Bağlamında Finansal Okuryazarlık: Çocuklara ve Ebeveynlere Yönelik Dijital Uygulamalar ve Yeni Nesil Harçlık Modelleri

Şadiye KOTANLI KIZILOĞLU¹

APA: Kotanlı Kızıoğlu, Ş. (2023). Dijital İletişim Bağlamında Finansal Okuryazarlık: Çocuklara ve Ebeveynlere Yönelik Dijital Uygulamalar ve Yeni Nesil Harçlık Modelleri. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (Ö13), 922-935. DOI: 10.29000/rumelide.1379245.

Öz

Günümüzde birçok okuryazarlık çeşidi bulunmaktadır ve finansal okuryazarlık bunlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocuklara ve 18 yaş altındaki gençlere planlı harcama, tasarruf ve birikim bilinci aşılamak, parayı doğru harcama yol ve yöntemlerini öğretme, bütçe oluşturabilme vb. sağlıklı finansal alışkanlıklar kazandırma noktasında öne çıkan finansal okuryazarlık, bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimiyle birlikte dijital finansal okuryazarlığa evrilmiştir. Dijitalleşmenin de etkisiyle eski tasarruf ve birikim yöntemlerinin yerini dijital ortamlar, uygulamalar ve modeller almaya başlamış, yeni nesil harçlık sistemleri ve birikim modelleri ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda yaşadığımız dijital döneme uyumlan(dırıl)an ve ebeveynlere çocuklarına akıllı/planlı harcama ve birikim yapmanın formüllerini sunabilecek çeşitli uygulamalar hayata geçirilmiştir. Bu çalışma, dijital ebeveynlerin çocuklarına yönelik finans alışkanlığını nasıl kazandıracaklarına yönelik sunulan farklı uygulama, hizmet ve modellerin neler olduğuna odaklanmakta, geliştirilen formülleri inceleyerek kapsamlı bir analiz sunmayı amaçlamaktadır. Diğer yandan bu çalışma, finansal okuryazarlığın dijital finansal okuryazarlığa evrilmesiyle ebeveyn-çocuk ilişkisinin finansal boyutuyla nasıl bir ilişki üzerinden yürütüldüğünü ortaya koymayı amaçlayarak dijitalleşmenin finansal okuryazarlık üzerinden önemini ele almaktadır. Bu kapsamda çalışma betimsel bir inceleme çalışmasıdır ve özgün bir kapsam ve içerik sunmayı hedefleyerek ele alınan konuya ilişkin sistematik bir bütünlük kazandırmaya çalışmaktadır. Çalışmada dijital ebeveynlere sunulan dijital finansal okuryazarlıkla ilgili yeni uygulamalar/hizmetler incelenerek dijital öğrenme ortamlarına ve uygulamalarına ilişkin bir anlam çerçevesi oluşturulmaktadır. Çalışma sonucunda hem bireysel girişimcilerin hem de bankaların finansal okuryazarlık ile ilişkili olarak dijitalleştirilmiş kumbara uygulamalarını son yıllarda kullanıcılara ve müşterilere sunmasıyla birlikte dijital ortama daha fazla uyumlanma çabasının gittikçe arttığı görülmüş, Manibux, Vibox, Çocuk Bankacılığı ve Dijital Kumbara gibi örneklere rastlanılmıştır.

Anahtar kelimeler: Finansal okuryazarlık, dijital iletişim, dijital ebeveynlik, yeni nesil harçlık sistemi

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, TV ve Sinema (Gümüşhane, Türkiye), skotanli@gumushane.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2916-1807 [Araştırma makalesi, Makale kayıt tarihi: 04.09.2023- kabul tarihi: 23.10.2023; DOI: 10.29000/rumelide.1379245]

Financial Literacy In The Context Of Digital Communication: Digital Applications For Children And Parents And New Generation Allowance Models

Abstract

Today, there are many types of literacy and financial literacy is one of them. Planned spending on children and youth under 18, instilling awareness of savings and budgets, teaching the right ways and methods of spending money, creating a budget etc. financial literacy, which stands out at the point of gaining healthy financial habits has evolved into digital financial literacy with the development of information and communication technologies. With the effect of digitalization, digital environments, applications and models have started to replace old savings and budgets methods, and new generation pocket money systems and budgets models have emerged. In this context, various applications are offered to parents, which are adapted to the digital age we live in and offer their children formulas for smart spending and saving. This study focuses on the different applications, services and models offered to help digital parents gain the habit of finance for their children and aims to provide a comprehensive analysis by examining the developed formulas. On the other hand, this study aims to reveal how financial literacy evolves into digital financial literacy and how it is carried out with the financial dimension of the parent-child relationship and discusses the importance of digitalization through Financial Literacy. In this context, the study is a descriptive study and aims to present a unique scope and content and tries to bring a systematic integrity to the subject discussed. In the study, new applications/services related to digital Financial Literacy offered to digital parents are examined and a semantic framework for digital learning environments and practices is created. As a result of the study, it has been seen that the efforts to adapt to the digital environment have increased gradually, with both individual entrepreneurs and banks offering digitalized piggy bank applications in relation to Financial Literacy in recent years, and examples such as Manibux, Vibox, Child Banking and Digital Moneybox have been encountered.

Keywords: Financial literacy, digital communication, digital parenting, next generation allowance system

Giriş

Günümüz bilgi çağının önemli aktörü olan bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu ürünler ve hizmetler, çağımızın vazgeçilmez en önemli araçları hâline gelmiş, bu ürünlerden biri olan internet ise gittikçe büyük bir hızla yaygınlaşarak hayatın her alanında yer bulmaya başlamıştır. Bilindiği gibi internetin temsil ettiği bilişim devrimi dünyayı sanayi toplumundan bilgi toplumuna taşımış, bu yeni döneme “ağ toplumu”, “internet toplumu”, “bilgi toplumu”, “siber toplum” gibi kavramlar ve adlandırmalar eşliğinde farklı yorumlar getirilmiştir. Bugünün dünyasında bilgi iletişim teknolojileri ve özellikle internet, insan yaşamında her anı ve alanı dijitalize ederek bu ekosistem içinde hayatın sürdürülmesi ve içinde bulunulan/yaşanılan bu dünyanın “dijital dünya” olarak da adlandırmasına sebep olmuştur. İnternete dayalı gelişen teknolojilerle birlikte dijital dönüşümler birbirini etkileyerek gelişen ve dijitalleşen araçlar marifetiyle dijital dünyanın oluşmasını sağlamıştır. Bu dijital dünyada birey olmak belirli yetkinliklere sahip olmayı gerektirmeye başlamış, dijital ortamları etkin bir şekilde kullanmak, fırsat ve tehditlerin farkında olarak bu tehdit ve tehlikelerden korunmak, etik davranmak, bu ortamlarda içerik üretmek, yaymak, pazarlamak, paylaşmak, tüketmek, öğrenmek, yaşamak, yetenek geliştirmek ve sonuçta bunun gereğini yerine getirmek (Sağiroğlu v.d., 2000, s.3, 19) önemli ve neredeyse zorunlu hale gelmiştir. Bu gibi yetkinlik ya da diğer bir deyişle zorunlulukların iletişim ve

okuryazarlık bağlamında teknolojiyle olan bağı ve ilişkisi dikkate değer bir öneme sahiptir. Nitekim Castells'in de dikkat çektiği gibi (2005, s.100) bilgi ve enformasyon her zaman ekonomik büyümenin kritik bileşenleri olmuş, teknolojinin değerlendirilmesi ise büyük oranda toplumun kapasitesini, hayat standartlarını, bunların yanı sıra ekonomik örgütlenmenin sosyal biçimlerini belirlemiştir. Bu bağlamda 21. yüzyılın birbirinden farklı okuryazarlık türlerinden biri olan finansal okuryazarlık dijitalleşmenin etkisiyle teknolojiyle aracılanmış bir yapıya dönüştürülerek kişi, kurum ve şirketlerin farklı uygulama ve hizmetleriyle çağa uyumlandırılmaya başlamıştır.

21. yüzyılda görsel okuryazarlık, medya okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı, teknolojik okuryazarlık gibi önemli görülen okuryazarlık türleriyle birlikte dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi sanal dünyada var olabilmenin gerekli koşulları arasında değerlendirilmektedir. Bu okuryazarlık türlerinin hemen hemen hepsinin de ilgili alana ilişkin bilgiye ulaşmak, bu bilgileri anlamak, değerlendirmek, yorumlamak, analiz etmek, üretmek, iletmek vb. gibi özellikler taşıdığı bilinmektedir. Nitekim sürekli dile getirilen ortak görüş, günümüzde okuryazarlığın artık sadece okuyabilme ve yazabilmeyi değil bundan daha fazlasını ifade edebilmesidir. Başka deyişle, yazı sembollerini algılama, bunları anlamlandırma ve seslendirme ile başlayıp okuma becerilerinin etkin olarak kullanılmasını ifade eden "okuryazarlık" günümüzde etkili iletişim kurabilmenin, kültür ve kuşaklar arası bağların güçlendirilmesinin ve kültür aktarımında kopukluk yaşanmamasının en önemli sağlayıcısı olarak ifade edilmektedir. Gerekli bilgiye zamanında ve nasıl ulaşılacağını öğrenme, teknolojiyi faydalı kullanabilme, erişilen bilgiler içinden ihtiyaç duyulanların analiz edilip seçilmesi vb. üst düzey zihinsel becerilere sahip olmak 21. yüzyılın öğrenenlerinin en önemli ihtiyacı (MEB, 2023, s.4) olarak eğitim sisteminin de bir parçası haline gelmiş bulunmaktadır. Yapısı ve sahip olduğu işlevleri açısından alternatifsiz bir kurum olarak aile de eğitimin yanı sıra çocukların bakımı, büyütülmesi, yetiştirilmesi, gelecek kuşaklara kültürün ve buna bağlı olarak kültürel kimliğin aktarılması ve değerlerin kazandırılması noktasında önemli bir yere ve role sahiptir. Diğer yandan daha küçük yaşlarda parayla tanışan çocuk harcamanın ne olduğu, nasıl harcama yapması gerektiği, birikim ve tasarruf bilincine sahip olma, elde bulunan kaynakların verimli kullanımı, bilinçli tüketim, akıllı harcama, gelir ve giderler konusunda bütçe yapma bilinci kazanma vb. gibi parasal ve mali işlemlerle ilgili konuları ilk olarak aileden öğrenmekte, öğrendikleriyle alışkanlık kazanmaktadır. Gelirle ve bütçeyle ilgili bilgi sahibi olmayı ve onu etkin bir şekilde yönetebilmeyi ifade eden finansal okuryazarlık ise bireylerin gelirini akıllıca finanse edebilmesini ve doğru yatırımlara/tasarruflara yönelebilmesini sağlamasıyla eğitim alanında önemli bir yere ve öneme sahiptir. Nitekim bireylerin ekonomi, finans, bütçe, tüketim gibi konularda bilgili ve bilinçli olması, ülke ekonomisine olumlu yansıtacağı düşüncesinin yanı sıra gelişmiş toplumların bir göstergesi olarak görülmekte, değerlendirilmektedir.

Bilindiği gibi günümüz dünyasında herkesle, her zaman, her yerde iletişim kurma çağına ulaşıldığı için iletişim gerekli ve yaygın hale gelmiştir. Entegre bir şekilde eşzamanlı aktarımı garanti eden ve ses, veri, görüntü, müzik, metin, grafik ve videonun birleşimi multimedya'dır. Gelişen dijital teknolojinin baskısı ve bir dizi yenilikçi uygulamaya yönelik genel talebin artmasıyla birlikte dijital iletişimin her yönü daha fazla başarıya öncülük edecek şekilde genişlemeye devam etmekte, bu büyük bir beklenti halini almış bulunmaktadır. Ortaya çıkan trend ise düşük maliyetli, yüksek hızlı, yüksek performanslı, tamamen güvenli, son derece kişiselleştirilmiş, bağlama ve konuma duyarlı (Grami, 2015, s.11) olmasının yanı sıra zaman açısından da hızın ve anındalığın önemli ve gerekli görüldüğü multimedya uygulamalarına yöneliktir. Diğer yandan okullarda, işgücünde ve toplumda teknoloji becerilerine ve bilgisine duyulan ihtiyaç Alvin Tofler'in "Bilgi Çağı" olarak adlandırdığı çağın dijital ortamında yaşamının bariz bir uzantısı ve sonucudur. Nitekim günümüz dünyasında bilgisayarlar ve bilişim bir yaşam biçimi ve iş yapmanın temel aracı haline gelmiş bulunmaktadır. Hükümetler, okullar ve iş dünyası bir süredir belirli

teknik becerilerin edinilmesiyle ilgili sorunları çözmeye çalışırken (Sharkey ve Brandt, 2008, s.86) hemen hemen tüm alanlarda dijitalleşme yaşanmaya başlamıştır. Bu alanlardan biri de finansal konularla ilgili bilgi ve yönetimle ilişkili boyutta finansal okuryazarlık alanıdır.

Bu çalışma, dijitalleşen dünyada finansal okuryazarlığın dijitalleşen boyutuyla ebeveynlere yönelik uygulama ve hizmetlere odaklanırken, bu uygulama ya da hizmetlerin ne gibi özellikleri bünyesinde barındırdığı ve günümüz iletişim ortamındaki uygulama biçimlerini ve aktörlerini ele almaktadır. Diğer yandan çalışmada yeni yeni uygulanmaya ve kullanıcılar tarafından da kabul görmeye başlayan bu uygulama ve hizmetlerin gelecek zaman içinde ne gibi sorunlara yol açacağı, avantajları ve dezavantajlarıyla birlikte tartışılmakta, dijitalleşen dünyada ebeveynlerin çocuklarına yönelik finans alışkanlığını nasıl kazandıracaklarına yönelik sunulan farklı uygulama, hizmet ve modellerin neler olduğu sorgulanmaktadır. Çalışma bu bağlamda finansal okuryazarlığın dijital finansal okuryazarlığa evrilmesiyle ebeveyn-çocuk ilişkisinin finansal boyutuyla nasıl bir ilişki üzerinden yürütüldüğünün kurgusunu ortaya koymaya çalışmaktadır.

1. Dijital İletişim Çağında Dijital Ebeveynlik

On dokuzuncu yüzyılın ortalarında icat edilen telgraf, dijital iletişimin öncüsü olmuştur. Yetmişli yılların sonlarındaki ilk nesil cep telefonlarının son büyük analog iletişim buluşu olması gibi dijitalin de yirmi birinci yüzyıl ve sonrasında yaygın teknolojisi olduğunu artık kesin olarak söylemek mümkündür. Geçtiğimiz otuz yıldan fazla bir süre boyunca iletişim ağları, sistemleri ve cihazlarının tümü dijitalleşmiştir. Başlıca örnekler ise kablosuz ağlar, İnternet, MP3 oynatıcılar, akıllı telefonlar, HDTV, GPS, uydu TV ve radyodur. Dijital iletişim teknolojisi, isteğe bağlı kablosuz video gibi eğlence, çevrimiçi etkileşimli multimedya kursları gibi eğitim, 3 boyutlu video akışı gibi bilgi ve mobil ticaret gibi iş alanlarındaki birçok uygulama ile akıllı altyapıları ve gelişmiş son kullanıcı cihazlarını sağlamaya ve dolayısıyla gelişen dijital iletişim alanı, çağdaş yaşamımızın neredeyse tüm yönlerini etkilemeye devam etmektedir. Dijitalin temel tanımı, sonlu bir zaman aralığında (bit veya sembol süresi) ikili rakam bitleri veya sonlu bir alfabeden semboller kullanılarak bir mesajın iletilmesidir (Grami, 2015, s.12). Dijital bir iletişim ağı aynı anda birçok kullanıcıyı birbirine bağlar ve çoğu zaman kullanıcıların belirli diğer kullanıcılarla bağlantı başlatmasına olanak tanıyan aktarımı içerir (Lee ve Messerschmitt, 1988, s.4). Sosyal medya platformları bu bağlamda günümüzde en etkili dijital iletişim araçlarından biridir. Web 1.0 gibi durağan ve sabit olan eski dijital iletişim teknolojilerine göre daha dinamik ve kullanıcı üretimli içeriğe olanak veren Web 2.0 teknolojisi, günümüzde kullanıcıları internet ortamında daha aktif hale getirmiştir. Bu bağlamda “Web 2.0, internetin yeni nesil ortamlarıdır ve kullanıcı üretimli içerik, açıklık, ağ etkileri yüksek, yazılabilir, okunabilir, güncellenebilir, hızlı ve maliyetsiz olma özellikleri ile ayırt edici niteliklere sahip olan ve bir dizi ekonomik, sosyal ve teknoloji trendinin başat faktörü olan dijital iletişim teknolojileridir” (Koçyiğit ve Koçyiğit, 2018, s.21,26).

Günümüz dünyasında değişik özelliklerdeki birçok ailede farklı iletişim yöntemleri kullanılmakta, değişen çağ ve gelişen koşullarla birlikte birçok ebeveyn dijitalleşmeye uyumlanma çabasıyla iletişimin farklı boyutlarını aile içinde deneyimlemektedir. Bu türlerden biri de dijital yollarla ve teknik araçlarla gerçekleştirilen deneyimlerdir. Dostluk ve arkadaşlık ilişkilerinin bile bilgisayar ve iletişim teknolojileriyle dolaylı hale geldiği günümüzde aile içi ilişkiler de benzer bir duruma gelmeye başlamıştır. Aynı evin içindeyken evin farklı bölümlerinde bulunan aile bireyleri sesli arama yaparak ya da yazışarak birbiriyle haberleşmeye başlamıştır. Teknolojinin bu boyutta dahil olduğu insan yaşamında şüphesiz farklı kavramlar literatüre girmiştir. Örneğin artık teknolojiye hâkim ya da yabancı bireyler teknolojik bilgileriyle kıyaslanarak teknolojik yeterliliği ya da yetkinliğine göre “dijital göçmen” veya

“dijital yerli” gibi kavramlarla değerlendirilmekte, ebeveynler ise “dijital ebeveynler” olarak anılmaktadır. Nitekim teknolojinin etkisiyle yaşanan dönüşüm sadece araçlar ve araçlar üzerinde olmamış, yaşam biçimleri, iletişim alışkanlıkları, iş ve iş yapış biçimiyle birlikte hayatımıza dokunan hemen hemen her şeyle alakalı olacak şekilde yaşanmaya ve deneyimlenmeye başlamıştır. Diğer yandan dijital ortam fırsatlar sunduğu kadar riskleri de bünyesinde barındırmaktadır. Özellikle son dönemlerde ekran başında geçen sürenin artmasıyla birlikte siber zorbalık, güvenilir olmayan ağlar, şiddete karşı duyarsızlık, küfürlü ve pornografi içeren videolar, dikkat eksikliği ve dürtüsel davranışlar, oyun bağımlısı olma gibi tehditler ve olumsuzluklar çocukların dijital ortamda her an karşılaşabilecekleri içerikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu risklere ve tehlikelere karşı çocuğun farkındalık kazanması noktasında en önemli rollerin ebeveynlere ait olduğu sürekli ifade edilmektedir.

Literatür incelendiğinde “Dijital ebeveynlik” kavramının ilk kez kullanıldığı tespit edilen çalışmada Rode’un çocukların çevrimiçi güvenliği ve ebeveynlerin koruma sorumluluğu olduğunun üzerinde durduğu ve daha çok etik ve gizlilik kavramlarının bu çalışmada ön plana çıktığı görülmektedir. Klasik ebeveyn rolleriyle birlikte ebeveynlerin dijital dünyaya ilişkin rolleri bağlamında “dijital ebeveynlik” kavramı kullanılmaktadır. Rode’a göre dijital ebeveynlik rolleri, teknik bilgi ve çocukların çevrimiçi ortamda güvenliğini sağlamak için kullanılan strateji türü arasında ilişki vardır ve çocukların dijital dünyanın risklerinden en etkili biçimde korunmaları için ilk başvuracakları kişiler yine temel ebeveynlik becerilerine sahip, dijital sorumluluklarının farkında olan anne ve babaları olması gerekmektedir (Akt. Manap, 2020, s.6, 25-26). Çocukları açısından dijital teknolojilerin fırsatlarının ve risklerinin farkında olan, çocukların sorunlu kullanımlarını göz ardı etmeyen, çocuklarını dijital dünyada kontrol edebilen ve onlara olumlu rol model olabilecek şekilde ebeveynlik rolüne sahip dijital ebeveynlik (Manap, 2020, s.27) Avrupa Birliği İstihdam ve Sosyal İnovasyon Programı tarafından mali yönden desteklenen COFACE Families Europe’ın yayınlamış olduğu deklarasyonda da yer almıştır. Dijitalleşme ve yeni teknolojik gelişmelerin tüm Avrupa vatandaşlarının ve ailelerinin genel çıkarlarına hizmet etmesini sağlamayı amaçlayan COFACE Families Europe’un belirlediği 13 prensipten birisi dijital ebeveynlik olmuş ve bu prensipler içinde dördüncü sırada yer almıştır. 23 Avrupa ülkesinde 50’den fazla üye kuruluşla birlikte, milyonlarca aileyi, gönüllüyü ve profesyoneli temsil eden bir ağ olan COFACE Families Europe, dijital ebeveynliği açıkladığı dördüncü prensipte ebeveynlerin ve eğitimcilerin kilit rolünün tanınması ve desteklenmesi gerektiği belirtilerek, dijital ortamın çocukların çevrimiçi alışkanlıkları ve deneyimlerini büyük ölçüde etkileyeceği üzerinde durulmuştur. Çocukları ile çevrimiçi dünya arasında aracı görevi gören ebeveynler ilk deneyimlerinde onlara eşlik eder ve olumlu olduğu kadar olumsuz çevrimiçi deneyimleri de anlamlandırmalarına yardımcı olur. Nitekim ebeveyn/educator ile çocuklar arasında sürekli diyalog ve deneyim alışverişi, teknolojinin dengeli bir şekilde kullanılmasını sağlamak ve bağımlılıklar, siber zorbalık veya çevrimiçi taciz gibi sorunları önlemeye/çözmeye yardımcı olmak için kilit noktadadır (COFACE, 2018). Livingstone ve Ross (2020, s.11) “dijital ebeveynlik” için üç farklı tür belirlediklerini ifade etmişler ve bunları *kabullenme* (Ebeveynlerin kendileri veya çocukları için aile hayatını kolaylaştırma veya değerli mesleki beceriler ya da bazıları için “geleceğe hazır” kimlikler ve yaşam tarzları kazanmak için dijital teknolojiler öğrenme), *uyum* (Ebeveynlerin diğerlerini değil de bazı dijital uygulamaları teşvik ederek para kaybetme risklerini azaltmak için onları korumaya çalıştıkları, genellikle geçici, şimdiki veya gelecekteki fırsatları ve riskleri ölçme) *karşı koyma* (Ebeveynlerin çabalarını, en azından bazı zamanlarda, dijital teknolojinin aile hayatına durdurulamaz gibi görünen saldırısını durdurma girişimi olarak ifade ettiği yer) şeklinde ifade etmişlerdir. Görüldüğü gibi *çocukların sosyal, duygusal, psikolojik, zihinsel ve fiziksel gelişimlerini pek çok açıdan etkileyebilecek olan bu konularda ebeveynlerin çocukların dijital dünyasında iyi birer rehber olabilmesi ve teknolojinin doğru kullanım tarzlarını çocuklarına öğretebilmeleri için sahip olmaları gereken özellikler “dijital ebeveynlik” kavramını doğurmuştur.* Dijital cihazların güvenli ve verimli

kullanımıyla ilgili ebeveynlerin bilinçlenmeleri, teknolojinin olumlu taraflarından faydalanıp riskli ve zararlı taraflarının farkında olmaları konusunda çocuklarına rehber olabilmeleri ve olası olumsuzluklara karşı önlem almaları vb. konular günümüz ebeveynlerinin sorumlulukları arasına girmiş, sağlıklı nesillerin yetiştirilebilmesi konusunda önemli konulardan biri haline gelmiştir(Yay, 2019, s.11). Bu bağlamda bir yandan bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla yaygınlaştığı ve durdurulamaz bir güç haline geldiği günümüz dünyasında bebekler gözlerini açar açmaz hem tıbbi bakım amacıyla hem de fotoğraflarının çekilmesiyle dijital iletişim akışına dâhil olmakta diğer yandan çocuklar birçok şekilde dijital dünyada oyun ve eğlence amacıyla yerini almaya devam etmektedir. Dijitalleşmenin etkisi onlar büyüdükçe hayat deneyimlerini şekillendirmedeki olasılığını artırmaktadır. Dijitalleşme ile beraber sınırsız öğrenme ve sosyalleşme imkânı yakalayan çocuklar aynı zamanda görüşlerini ifade etme fırsatına sahip olmaktadır ancak dijital teknoloji ve iletişim olanakları çocukların mahremiyetini, güvenliğini, fiziksel ve ruhsal sağlığını, mutluluğunu tehdit edebilecek tarzda riskleri de bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca cinsel içerikli materyaller oluşturmak, istismara neden olabilecek içeriğe maruz kalmak veya bunları üretip yayınlamak, paylaşmak vb. işlemleri kolaylaştıran bir özelliği de bulunmaktadır. Çocukların uygunsuz ve zararlı içeriklere erişimini ve bu tarzda içeriklerin çocukların kendileri tarafından üretilmesini kolaylaştıran bilgi ve iletişim teknolojileri ile yeni iletişim kanalları çevrimiçi zorbalık için de kullanılabilir. Bu kapsamda öncelikle kaliteli çevrimiçi kaynaklara erişim, çocukların interneti nasıl kullandığı hakkında bilgiler, çocukların kendilerini çevrimiçi risklerden nasıl koruyacaklarına ilişkin bilgi düzeyleri, değişimin hızına ayak uyduramayan politikalar ve düzenleyici çerçeveler konusundaki eksikliklerin tespit edilmesi ve giderilmesi gerekli olmakta (Unicef, 2017), bu kapsamda ebeveynlerin taşıdığı rol önemli hale gelmektedir. Çocukların eğitilmesi ve özellikle bu tür konularda doğru bir şekilde yönlendirilmesinde en önemli kurum olarak görülen ailede ebeveynlerin çocuklarına iletişim araçları ile birlikte bilgi teknolojileri ve interneti bilinçli, sorumlu ve üretkenliğe yönelik kullanımı konusunda bilgiler verebilmesi, onların çocuklarına iyi bir rol model olması ve iyi dijital okuryazarlar olarak yetiştirilmeleri de son derece önemli (Sağiroğlu vd., 2000, s.42) konular olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda dijital ortamın çocuklar ve gençler başta olmak üzere tüm kullanıcılara olumlu ya da olumsuz içerikleri birlikte sunuyor olması gerçeği, özellikle eğitim söz konusu olunca çok daha dikkatli davranılması ve kullanım konusunda seçici olunması gerektiğini göstermekte, dijital okuryazarlık alanında sahip olunması gereken bilgilerin ya da deneyimlerin önemini ortaya koymaktadır.

1.1. Dijitale Evrilen Boyutuyla Finansal Okuryazarlık

Yazı sembollerini algılayabilme, anlayabilme, anlamlandırabilme ve seslendirebilme ile başlayan okuma becerilerinin etkin bir şekilde kullanılmasını ifade eden “okuryazarlık”ın kelime anlamı günümüzde oldukça genişlemiş (özellikle teknolojik araçlarla ilişkisi göz önünde bulundurulduğunda) yeni tanımlamalara ihtiyaç duyulmuştur. Hayat boyu okuryazarlık becerisini sürekli bir şekilde geliştirmek ve bu beceriyi yenilemenin bireyi ve toplumu güçlendirmekle birlikte ülkenin gücüne de katkıda bulunduğu sıkça dile getirilen bir olgudur. 21. yüzyılın öğrenme ile ilgilenenlerin en önemli ihtiyacı ise gerekli olan bilgiye zamanında ve nasıl ulaşacaklarını bilmeleri, teknolojiyi faydalı şekillerde kullanabilmeleri, eriştikleri bilgiler içinden ihtiyaçları doğrultusunda seçim yapabilmeleri gibi üst düzey zihinsel becerilere sahip olmalarıdır (MEB,2023). Çoğu insan için yeterli olan tanımda okuryazarlık, okuyup yazabilmenin koşuludur. Ancak eğitimcilerin ve eğitim politikalarını belirleyenlerin artık okuryazarlık tanımlarını sadece basılı metinlerin değil elektronik metinlerin de okunmasını ve yazılmasını içerecek şekilde genişletmeleri gerektiği giderek daha açık hale gelmiştir. Nitekim eğitimciler, çocukların daha okuryazar olmasına yardımcı olacak yeni yollar aradıkça ve elektronik teknoloji daha gelişmiş ve daha erişilebilir hale geldikçe, okuryazar olmanın ne anlama geldiğine dair

fikirler genişlemeye başlamıştır ve giderek artan bir şekilde, okuma ve yazma bir bilgisayar yardımıyla elektronik olarak yapılabilir hale gelmiştir (Reinking, 1994, s.9). Teknolojinin baş döndürücü bir hızla yenilik ve gelişmelerle insan hayatına dahil olduğu çağımızda artık okuryazarlık Reinking'in de işaret ettiği gibi bir alfabe aracılığıyla yazılı metinleri okuyabilme ve yazabilmenin yanı sıra ortam, kullanılan araç ve belirlenen amaca yönelik olarak farklı şekillerde elektronik tabanlı olarak yürütülmeye başlamış, dijital okuryazarlık, medya okuryazarlığı, görsel okuryazarlık, bilgisayar okuryazarlığı, reklam okuryazarlığı, veri okuryazarlığı, finansal okuryazarlık gibi çeşitli okuryazarlık alanları ortaya çıkmıştır.

Günümüzün iletişim teknolojileri ve araçları ile bireyler artık okuyucu yerine içerik üreticisi haline gelmiş, ürettiği içerikleri yönlendirebilecek ve beklentilerini eş zamanlı olarak paylaşabilecek tarzda özellikleriyle aktif birer kullanıcı olarak tanımlanmaya başlamıştır. Bu yüzden okuryazarlık becerilerinin genişletilmesi gerektiği düşünülmeye başlanmış, eğitim sisteminde bilimsel, modern ve yenilikçi metotların uygulanmasıyla birlikte farklı türlerde okuryazarlık becerilerinin kazanılması oldukça önemli hâle gelmiştir (MEB, 2020, s.11). Günümüzde artık ilgili alfabeyi kullanarak okuma ve yazma işlevlerini gerçekleştirmenin de ötesinde iletilen mesajı anlamayı kapsayan bir okuryazarlık geçerlidir. Bu bağlamda mesajın iletimi esnasında kullanılan araçların günümüz teknolojisine göre çeşitlilik göstermesiyle birlikte teknolojiden kopuk bir iletim süreci düşünülemez olmuştur (Uğraş, 2020, s.57). Bireylerin dijital bilgi ve iletişim kaynaklarına erişmek, bu kaynakları tanımlamak, yönetmek, değerlendirmek, analiz etmek, sentezlemek ve onlara entegre etmek, yeni bilgiler oluşturmak, medya ifadeleri oluşturmak ve başkalarıyla iletişim kurmak için dijital araçları ve ortamları uygun bir şekilde kullanma bilinci, tutumu ve yeteneği olarak tanımlanabilen Dijital okuryazarlık (Martin, 2006, s.155) kavramını finansal okuryazarlık ile birlikte ele aldığımızda 18 yaş altındaki bireylerin finans, para, bütçe vb. konularda ihtiyatlı bir şekilde hareket etme bilinci kazanmaları ve sanal ortamdaki işlemleri için dijital araç ve ortamları kullanabilme yetisinin geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Finansal okuryazarlık bu bağlamda dijital evrilen boyutuyla karşımıza çıkmakta, farklı uygulama ve modellerle hizmete sunulmaktadır.

Para, para yönetimi ve mali işler ile ilgili tüm işlemleri kapsayan ve bu anlamda çok geniş bir kavram olan finans (MEB, 2023, s.9) TDK Online Güncel Sözlük'te "Para ve para ile ilgili araçları, değerleri konu edinen iş alanı", "Mali işler" (<https://sozluk.gov.tr/>) şeklinde ifade edilmektedir. Modern topluma katılım için temel bir yaşam becerisi (OECD, 2012) olarak görülen ve değerlendirilen finansal okuryazarlık ise "Farkındalık, bilgi, beceriler, sağlam finansal kararlar almak ve nihayetinde bireysel finansal refahı elde etmek için gerekli tutum ve davranışlar" şeklinde tanımlanmakta, bir bireyin finansal olarak tedbirli bir şekilde hareket etmek için yeterli bilgiye ve yeteneğe sahip olsa bile, tutumlarının harekete geçip geçmeme kararını etkileyeceği kabul edilmektedir. Finansal okuryazarlık ve finansal kapsayıcılığın, sağlam bir finansal tüketici koruma çerçevesiyle birlikte, bireylerin güçlendirilmesi için hayati önem taşıdığı ve finansal sistemin genel istikrarına katkıda bulunabileceği dünya çapında kabul edilmektedir(OECD,2020,s.27,29). Türkiye Bankalar Birliği tarafından "*Bireylerin bütçe yapma, tasarruf, borç alma ve yatırım gibi anahtar finansal kavramlar hakkında bilgi sahibi olmaları ve bu bilgileri kararlarında kullanabilme becerisi*" şeklinde tanımlanan finansal okuryazarlığın finansal bilgi, finansal tutum/tavır ve finansal davranış olarak üç temel unsuru ile birlikte finansal kavramlarla ilgili bilgi, finansal kavramlarla ilgili iletişim kurabilme yeteneği, kişisel finans yönetimi becerisi, uygun finansal kararlar verme becerisi ve gelecekteki finansal ihtiyaçlar için planlama yapma davranışı şeklinde beş temel bileşeni bulunmaktadır. Finansal bilgi, dört işlem yapabilmeyi, enflasyonun satın alma gücünü nasıl etkilediğini anlamayı, basit ve bileşik faiz hesabı yapabilmeyi, risk ve getiri arasındaki ilişkiyi bilmeyi ve riski dağıtmanın faydalarını bilmeyi içerirken, finansal tutum uzun vadede tasarruf etmeyi, kısa vadede harcamayı tercih etmeyi, geleceği düşünerek idareli harcama

yapmayı ve paranın yalnızca harcamak için değil, saklamak için olduğunu düşünmeyi içermektedir. Finansal davranışta ise satın almadan önce düşünmek, borçları zamanında ödemek, bütçe yapmak, uzun vadeli finansal hedefler belirlemek ve hedeflere ulaşmak için çaba sarf etmek, gelirin yetersiz olduğu durumlarda borç almak (TBB) söz konusudur. Parayı yönetme, tasarruf veya birikim yapma gibi konular tüketim alışkanlıklarının hızla değiştiği günümüzde dijital teknolojilerle yeniden tanımlanmaya başlamıştır. Diğer yandan dijital yenilikler finansal hizmetleri dönüştürmüş ve bunun sonucunda tüketici davranışında ve kişisel para yönetiminde değişiklikler meydana gelmiştir. Dijital teknolojilerin yaygınlaşması bireylere, çeşitli dijital hizmetlere hızlı ve kolay erişim imkanı sağlamış, kişisel para yönetimi konusunda fırsatları ve zorlukları da beraberinde getirmiştir. Nitekim mevcut literatür dijitalleşmenin finansal ortamı çeşitli şekillerde etkilediğini göstermektedir. Finans sektöründeki dijital yenilikler, bireysel bankacılık, yatırım ve ödeme hizmetleri gibi alanları dönüştürmektedir. Finansal ortamda devam eden dijital dönüşüm, bireylerin finansal okuryazarlığında ve finansal kapasitesinde değişikliklere neden olurken, dijitalleşme, yeni finansal hizmetler ve araçlar sağlamanın yanı sıra bilgiye kolay erişim imkanı sağlamakta, bu durum kişisel para yönetimini kolaylaştırırken, kullanıcıların bilmesi gereken birçok yeni riski de beraberinde getirmektedir (Koskelainen vd., 2023). Koskelainen vd.(2023), literatür taraması sonucunda, finans ve dijitalleşmenin kesişimindeki literatürün temel olarak FinTech, dijital ortamlarda finansal davranış ve davranışsal müdahaleler şeklinde üç temaya odaklandığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu temalardan biri olan FinTech, en genel tanımıyla finansal hizmetlerin daha iyi, daha hızlı ve daha kolay verilmesi amacıyla finans ve teknolojinin bir araya gelmesidir, ya da başka deyişle, teknolojinin yardımıyla finansal hizmetleri daha kullanıcı dostu bir hale getirerek tüketicilerin finansal hizmetlere erişiminin yeni yollardan sağlanmasıdır. Son yıllarda FinTech'i gündeme getiren unsurların başında internet kullanımı ve mobil uygulamalardaki hızlı artış gelmektedir. Nitekim artık tüketiciler her yerden, kolayca erişebilecekleri, eğlenceli, hızlı ve kullanıcı dostu finansal hizmetler almayı beklemekte, tüm bu beklentileri karşılayabilmek için tüm dünya ile birlikte Türkiye'de de FinTech alanındaki çalışmalar ve rekabet her geçen gün artmaktadır. Türkiye FinTech ekosistemi oldukça rekabetçi bir ortam olsa da birlikte çalışma ve iş birliği yapma olanaklarının yakalandığı bir ekosistemdir. BKM Express, tüm bankalar ve önde gelen e-ticaret firmalarının iş birliği ile 2012'de Türkiye'de dijital cüzdan projesinin hayata geçirilmiş olması (Deloitte, 2017) örneklerden bazılarıdır. Bunun yanı sıra finansal okuryazarlık yeteneği ve bilinci kazandırabilmek için bazı uygulamalar da devreye alınabilmekte, teknoloji ve finans okuryazarlık becerilerinin kesiştiği noktada bu uygulamalar hem çocuklarına tasarruf, birikim ve para yönetimini öğretmek isteyen ebeveynlere hem de bu bilinci edinmesi için çocuklara ve gençlere yardımcı olabilmektedir. Bu uygulamalar bankalar ya da girişimciler tarafından teker teker faaliyete geçirilirken daha bilinçli bir tüketici oluşturma noktasında dijitalin sunduğu olanaklardan büyük ölçüde yararlanılmaktadır.

1.2.Finansal Okuryazarlık Kapsamında Dijital Çağın Ebeveynlerine ve Çocuklarına Özgü Uygulamalar ve Hizmetler

Dijitalleşme ve değişimin hızlı bir şekilde yaşandığı sektörlerden biri olan FinTech alanında özellikle çocuklar ve 18 yaş altındaki gençler söz konusu olduğunda birden çok uygulama ile karşılaşmak mümkündür. Çocukların harcama alışkanlıklarının ve davranışlarının disipline edilmesi ya da başka bir deyişle, bu alışkanlıkların ve davranış biçimlerinin nasıl şekilleneceğine dair geliştirilen teknolojik uygulama/hizmetler günden güne artmaktadır. Çocukların para harcama davranışlarının yeni yeni şekillenmeye başladığı dönemlerde onlara verilen harçlıklar ya da oluşturulan kumbaralar dijitale aktarılmaya başlarken birikim modelleri de çağa uygun olarak yeni bir boyut kazanmaya başlamıştır. Okul öncesi dönemden başlayarak çocuklara paranın nasıl yönetileceğinin öğretilmesi gerektiği inancı

egemendir ve bu inanç doğrultusunda onlara verilen harçlıkların parayı yönetme konusunda ilk aşama olduğu sürekli dile getirilmektedir.

Paranın nasıl harcanacağını öğretmenin en kolay yolu olarak görülen harçlık, çocuğun bağımsızlık duygusunu desteklemesinin yanı sıra, onun para biriktirmeyi ve harcamayı öğrenmesini, seçim yapmasını ve istediği şeyler için beklemesini sağlamaktadır (İşmen Gazioğlu vd., 2018, s.123). Bu kapsamda para yönetimi konusunda çocuklara yardımcı olarak onlara yön vereceği düşünülen harçlık uygulama ve hizmetleri, günümüz şartlarına uyumlandırılmış şekilde ‘dijital harçlık dönemi’ adı altında kullanıcılara sunulmaktadır. Bu uygulama ve hizmetler çocuklara harçlık toplama ve biriktirmenin ‘dijital yolu’nu sunarken, günümüzde artık birden fazla platform ve uygulama ile inovatif yaklaşımlar eşliğinde dijital uyumlandırılmış yeni nesil kumbara ve harçlık siteleri mevcuttur. Bunlar arasında bu hizmeti müşterilerine sunan tanınmış bankalar olduğu gibi bireysel anlamda farklı girişimler de söz konusudur. Örneğin bankalar çocuk bankacılığı konusunda müşterilerine geleceğe dair birikim yapmanın farklı yol ve yöntemlerini sunmaya devam etmektedir. Bu kapsamda sadece çocuklara yönelik harçlık ve kumbara gibi bilinen uygulamalardan yola çıkılarak çocuklara ve 18 yaş altındaki gençlere erken yaşta finansal okuryazarlığın nasıl olduğunu ya da olması gerektiğini öğretmeye çalışan uygulamalar arasında Manibux, Vibox ve Çocuk Bankacılığı ve Dijital Kumbara karşımıza çıkmaktadır.

1.2.1. Manibux

“Hizmet sunduğu Edu- FinTech alanında tek ve öncü marka” olan Manibux, girişimci olarak psikolojik danışman Canan Akmanoğlu Bayrak tarafından kurulmuştur. Manibux, anne, baba ve çocukların dijitalleşen para dünyasında güvenli bir şekilde harçlık verme, biriktirme ve harcama ihtiyaçlarından yola çıkarak 2016 yılında kurulmuş bir aile harçlık sistemidir (<https://manibux.com/hakkimizda/>). Türkiye’nin ilk ve tek dijital harçlık uygulaması olan (<https://www.turkiyesigorta.com.tr/turkiye-sigorta-musteri-platformu/musteri-platformu-is-ortakliklarimiz/finans/manibux/cocugumun-harclicini-dijitallestiriyorum>), dijital harçlık uygulamaları içinde ilk sıralarda bulunan ve iki yılda 25 bin kullanıcıya ulaşan dijital harçlık platformu olan Manibux (Cem, 2019) “ebeveynlerin çocuklarına anında harçlık gönderebildiği, çocukların harçlıklarını biriktirip, güvenle harçlayabildiği, ailelere finansal bilinç kazandıran bir harçlık yönetim sistemi” olarak karşımıza çıkmaktadır. Girişimini “*Edufintech girişimiyiz*” şeklinde özetleyen Bayrak, Manibux’un bir finansal ödeme aracı olmanın ötesinde çocuklara kendi paralarını yönetmeyi öğreten, aynı zamanda aile içinde finansal okuryazarlık bilincinin temellerini oluşturan bir eğitim platformu (Ergü Demiral, 2021) olarak tanımlamaktadır.

Manibux, mobil uygulama ve ona entegre çalışan ön ödemeli karttan oluşmakta, çocuklara harçlıklarını ‘özgürce yönetme’, ebeveynlere ise uygulama içerisinde çocuklarını kontrol etme ve takip olanağı sunmaktadır. 18 yaş altındaki gençlere ve çocuklara yönelik bir uygulama olan Manibux uygulaması ebeveyn tarafından cep telefonuna indirilip kurulduktan sonra çocuğun bilgileriyle birlikte bir profil oluşturulmakta ve hesaba bir ödeme aracı olarak kaydedildikten sonra çocuğa harçlık gönderme işlemi başlamaktadır. Kendine bir hesap oluşturarak çocuk profili ekleyen ebeveyn, çocuk profilinde çocuk uygulamasını aktif yaparak uygulamayı kullanabilmektedir. Çocuklar, ön ödemeli bir kart olan Manibux kartını ebeveynlerinin içerisine yükledikleri harçlık miktarı kadar kullanabilmektedir. Eksi bakiyeye düşmeyen ve borçlandırmayan Manibux kart, “ebeveynlerin kontrolünde, 18 yaş altındaki genç ve çocukların kullanımına özel ön ödemeli bir harçlık kartıdır. Çocuklara finansal okuryazarlığı uygulamalı olarak öğreten Manibux harçlık sisteminin bir parçasıdır.” Çocuklarına hızlı ve güvenli bir şekilde harçlık yollayabilen, harçlıklarını nasıl kullandıklarını ve yaptıkları işlemleri anlık olarak takip ve kontrol edebilen ebeveynler kontrollerindeki Manibux kartları ile çocuklarına bilinçli harcama yapmayı

öğretebilmekte, Manibux kumbara ile çocuklarına kendi gelecekleri için birikim yapma alışkanlığı kazanmalarına yardımcı olabilmektedir. Ayrıca ebeveynler çocuklarını anlık bildirimlerle bu uygulama ile takip edebilmekte, ihtiyaca yönelik finansal işlem yapabilmektedir. Çocuklarının tüm finansal davranışlarını haftalık ve aylık raporlamalarla takip edebilmekte, onları yönlendirebilmektedir. Ebeveynler bu uygulama ile çocuklarına erken yaşta paranın değeri ve doğru kullanımı, parayı bilinçli harcama, birikim yapma ve yardımlaşma vb. konuları uygulamalı olarak öğretebilmektedir. Manibux uygulaması harcama ve birikim için hedef oluşturma, kumbaradan para transferi, ebeveynler tarafından çocuklara sorumluluk duygularını geliştirecek tarzda görev atama, yardım kuruluşlarına bağış, çocukların yaptıkları harcamaları anında takip edebilme, düzenli olarak harçlık tanımlama, anında harçlık gönderme, akrabalarından harçlık isteme, finansal raporlama, özel kampanya ve indirim fırsatları (<https://manibux.com/sss/>) sunabilmektedir. Bu özellikleriyle Manibux, çocukların finansal okuryazarlığını geliştirmeyi amaçlayan ve Edu-FinTech alanında hizmete giren ilk dijital harçlık uygulaması olarak ebeveyn-çocuk ilişkisinin finansal boyutta sürdürülmesine olanak sağlayan bir uygulama olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.2. Vibox

Vibox, 23.04.2022 tarihinde VakıfBank tarafından “Dijital kolaylaştırır” yaklaşımıyla “birikim kültürünün küçük yaştan itibaren gelişmesini destekleyecek yeni ürün” olarak banka müşterilerinin hizmetine sunulmuş bir uygulamadır. Bir banka tarafından kullanıcıların hizmetine sunulan Vibox, “çocuklara birikim yapmanın önemini erken yaşta ve eğlenceli bir yolla deneyimleme imkânı sağlayan bir kumbara” olarak çocuklara erken yaşta finansal okuryazarlık bilincine kavuşturabileceği iddiasıyla hizmet vermektedir. Ebeveynlere ait VakıfBank Mobil üzerinden açılan bir kumbara hesabı ile entegre çalışan Vibox kumbara uygulaması ile anne babalar, çocuklarına özel bir Vibox hesabı oluşturmaktadır ve çocukları için geleceğe yönelik yatırımları ve düzenli harçlık ödemelerini havale ve EFT yoluyla bu hesaba aktarabilmektedir. Uygulamada bayram harçlığı, doğum günü ya da karne hediyesi gibi hazır mesajlar bulunmakta, diğer aile büyükleri de bu uygulama aracılığıyla çocuklarına harçlık gönderebilmektedir. Yatağını toplama, dişlerini fırçalama, ödevlerini yapma vb. eğitici görevler de bulunan uygulamada görevler ebeveyn kararıyla başlatılıp sonlandırılabilir. Çocukların görevlerini tamamlamalarıyla birlikte ebeveyn mesaj gönderen Vibox, “sektörde görevlendirme özellikleri taşıyan ilk dijital yönetilen kumbara olarak” tanımlanmaktadır. Uygulamada biriken paralar günlük vadeli ya da vadesiz olarak değerlendirilebilirken kumbaraya bağlı olarak oluşturulacak sanal banka kartı ise ebeveynin belirlediği limitler çerçevesinde çevrimiçi alışverişlerde kullanılabilir, diğer yandan kardeşlerin kumbaralarını görüntüleyebilmek için de aynı cihazı kullanabilme (https://www.vakifbank.com.tr/documents/basin_bultenleri) özelliği bulunmaktadır. Bu özellikleriyle Vibox, eğlenceli deneyimlere dönüştürülen ve ebeveyn tarafından uygulama üzerinden verilen eğitici görevlerle çocuklara finansal okuryazarlığı dijital ortamda sunan bir uygulama özelliğine sahiptir.

1.2.3. Çocuk Bankacılığı

18 yaş altındaki gençlere ve çocuklara finansal farkındalığı kazandırmak adına geliştirilen uygulamalardan bir diğeri, Halkbank tarafından hizmete sunulan ve bir mobil uygulama olan Çocuk Bankacılığı uygulamasıdır. 0-9 yaş ve 10- 18 yaşlara özgü olarak temalandırılan uygulamada eğitici içerikler ve oyunlar bulunmakta, gençler ve çocuklar karekod paylaşarak büyüklerinden dijital ortamda harçlık isteyebilmektedir. 18 yaş altındaki bireylerin finansal okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi ve birikim kültürüne sahip olmalarının önemi doğrultusunda geliştirilen bu uygulama ile gelecek dönemde geleneksel kültürün dijital ile entegre edildiği, yaş grubuna özel oyunlar, finansal okuryazarlığı artırıcı

eğitimler ile aile içi etkileŐimin artmasına yönelik eğlenceli etkinlikler ile çocuklar ve gençlerin geliŐimlerinin desteklenmesi(<https://www.dunya.com/sirketler/halkbank-cocuk-bankaciligini-hayata-geciriyor-haberi-692117>) hedeflenmektedir. Temel finansal bilgileri öğreten ve keyifli vakit geçirebilecekleri bir ocuk uygulaması(<https://www.halkbank.com.tr/tr/dijital-bankacilik/mobil-bankacilik/cocuk-bankaciligi/nedir.html>) olarak banka müşterilerine sunulan ocuk Bankacılığı'nda kumbara hesabı görüntülenebilmekte, IBAN veya Karekod (QR kod) ile harçlık istenebilmekte, kumbara hesabına ait hesap hareketleri görüntülenebilmekte ve kumbara hesabından karekod ile para çekilebilmektedir. ocuk Bankacılığı, yaş gruplarına ayırdığı çocuklara dijital ortamda finansal bilinc kazandırmayı amalarcken, bu gruplara özgü eğitici oyunlar ve içeriklerle birlikte aile içi etkileŐimleri de göz önünde bulundurmakta, finansal konuları eğlenceye dönüŐtürmeyi ve bu bağlamda finansal okuryazarlığı geliştirmeyi hedefleyen bir yapı özelliğiyle bankanın müşterilerine sunduğu bir dijital hizmet Őekli olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.4. Dijital Kumbara

GeçmiŐten günümüze çocukların kullandıkları kumbarayı dijital hale getiren bir başka uygulama ise İŞ Bankası'nın kendi banka müşterilerinin hizmetine sunduğu Dijital Kumbara'dır. Çocuklar Dijital Kumbara ile kumbaranın dijital ekranından birikimlerini takip edebilmekte, biriktirdikleri tutarı ve hedefe yaklaŐma durumunu izleyebilmektedirler. "Küçük yaştan itibaren tasarruf alışkanlığı kazanılmasında önemli rol oynayacak olan" Dijital Kumbara ile çocuklarda tasarruf bilincinin oluŐması, birikimlerin artması, okul çağlarından itibaren finansal okuryazarlığın sağlanması hedeflenmektedir. "Nesnelerin İnterneti (IoT)" kavramına uygun olarak dijitalleŐtirilen kumbara uygulaması ile çocukların eğlenceli para biriktirme deneyimini yaŐamasında ve küçük yaştan itibaren çocukların tasarruf alışkanlığı kazanmasında önemli bir rolü(<https://www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/is-bankasindan-cocuklara-dijital-kumbara>) olduğu vurgulanmaktadır. Fiziksel olarak kâğit ve madeni para atılmasının da mümkün olduğu Dijital Kumbara içindeki fiziki paralar veliye teslim edilebilmekte ya da velinin talimatı doğrultusunda bir mevduat hesabına da yatırılabilir. Dijital Kumbara uygulaması bu anlamda fiziksel paraya dönüŐtürülebilen birikim yapma, tasarruf bilinci kazanma vb. konularla ilişkili olarak finansal okuryazarlığın geliştirilmesi noktasında dijital uyumlandırılan ve yine bir banka tarafından kendi müşterilerinin hizmetine sunulan bir uygulama özelliğinde karşımıza çıkmaktadır.

2. Sonuç

Son yıllarda çocuklara ve 18 yaş altındaki gençlere finansal okuryazarlık bilinci kazandırma noktasında ne çıkan uygulama ve hizmetler, dijitalleştirilmiş bir Şekilde kullanıcıların hizmetine birer birer sunulurken geleneksel kumbaralar dijitalle aktarılarak bayramlar, karne günleri veya doğum günleri gibi özel gün ve dönemlere de uygun Şekilde bir aradalık olmasa da uzakları yakın edecek biçime ve istenilen anda harçlık alabilmenin bir aracı haline dönüŐmüŐ durumdadır. Geleceğin teknolojik araç ve yöntemlerle Őekillendiđi günümüz dünyasında finansal okuryazarlığın bir parçası haline dönüŐen dijital harçlık uygulama ve hizmetleri, gençlere ve çocuklara sadece tüketim odaklı para harcamak için değil, tasarruf etmek, bilinçli ve ihtiyaçlar doğrultusunda para harcamak, birikim yapmak gibi amaçlar doğrultusunda kullanıcılara çeşitli seçenekler sunmaya başlamıştır. Çalışmada ele alınan Manibux, Vibox, ocuk Bankacılığı ve Dijital Kumbara örneklerinde grldğu gibi finansal okuryazarlık artık dijitalle evrilen boyutuyla hem bireysel anlamda girişimcilerin hem de bankaların odağına yerleŐmiŐ durumdadır. Nitekim bu uygulamalar günümüzde çocukların evrimii dünyada çokça vakit geçirdiklerini, harcamalarını da çoğu zaman bu ortamda yaptıkları gerçeğinden hareketle dijitalle

uyumlandırılmış bir harçlık uygulaması şeklinde faaliyete geçirilmiş, çağa uyumlandırılarak sanal ortama aktarılmış ‘yeni nesil harçlık sistemleri’ dir. Yeni nesil harçlık sistemleri olarak dijitalle buluşan harçlıklar, farklı hizmet ve uygulama özellikleriyle sunulurken 18 yaş altındaki bireylere finansal okuryazarlık bilincini ve becerilerini geliştirmeyi/artırmayı amaçlayan yapısıyla dikkate değer bir özellik arz etmektedir. Diğer yandan bu uygulama ve hizmetlerin aktif olarak kullanılmaya başlaması, harçlık, kumbara uygulaması vb. gibi geleneğe dair ne varsa her şeyin dijitalle aktarılarak sanal ortamda alıcılarına ulaştırılacağı öngörülmektedir. Nitekim bu çalışmada hem bireysel girişimcilerin hem de bankaların finansal okuryazarlık ile ilişkili olarak dijitalleştirilmiş kumbara uygulamalarını son yıllarda kullanıcılara ve müşterilere sunmasıyla birlikte dijital ortama daha fazla uyumlanma çabasının gittikçe arttığı tespit edilmiştir. Örneğin çalışma kapsamında ele alınan örneklerden biri olan Manibux, 2020 yılı pandemi dönemi harcama alışkanlıklarını gösteren “Manibux 2020 Harçlık Raporu”nu yayımlamış, çocukların harcama alışkanlıkları ve türleri ile ilgili bilgiler paylaşmıştır. Türkiye genelinde 50 bin aile ve 90 bin çocuk ile oluşturulan “Manibux 2020 Harçlık Raporu”na göre kızlar, erkeklerden daha fazla harçlık almaya devam etmektedir. Rapor, 2020’nin en önemli farklılığının pandemi döneminde değişen harcama alışkanlıkları olduğuna dikkat çekerken bazı zamanlarda yüzde 80’lere ulaşan online harcamalarda klasik harçlık yerine dijital harçlığın tercih edildiği ifade edilmektedir. Rapora göre Manibux kullanıcılarının ortalama yaşı 12,5, online harcama miktarı ise %55’tir. Yaşa göre ortalama harçlık miktarları ise en düşük yaş ve miktar 8 yaş ile 9 TL, en büyük yaş ve miktar ise 17 yaş ile 102 TL’dir. Diğer yandan haftalık veya aylık olarak düzenli alınan harçlıkların oranı %41, biriktirilen harçlık oranı ise %35 (https://manibux.com/project_tag/harclik/) olarak rapora yansımıştır. Yayımlanan bu rapor, dijitalle uyumlandırılan harçlık sistemlerinin aktif şekilde kullanıldığını göstermektedir. Nitekim sonraki dönemlerde bankalar tarafından uygulamaya konulan dijital harçlık uygulamaları da bu görüşü desteklemektedir.

Pandemiyle birlikte dijital iletişim araçlarının daha fazla kullanıldığı dile getirilmekte, bu araçlarla sanal ortamda alışveriş ve tüketimin bir alışkanlığa dönüşmeye başlamasına daha fazla dikkat çekildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra son dönemlerde iletişim araçlarında yaşanan gelişmelerle birlikte akıllı telefonların daha çok hayatımıza dahil olması, sosyal medya kanalları ve bu kanallarda sürekli karşımıza çıkan ve çocukları potansiyel bir tüketici olarak gören reklamlar nedeniyle finansal okuryazarlığın tasarruf, birikim, akıllı harcama bilinci kazandırma veya bilinçli tüketici olma noktasında ne kadar önemli olduğu da aşikardır. Dijital ortamların fırsatları sunduğu kadar çeşitli riskleri de bünyesinde barındırdığı bilinmektedir. Dijitalle evrilen boyutuyla yeni nesil dijital harçlık sistemlerinin bilinçli tüketici ve finansal okuryazarlık bilinci yüksek bireyler yetiştirme potansiyeli taşımasının yanı sıra kolayca ve hızlı bir şekilde para alma, sürekli harçlık isteme, online ortamda ihtiyaç dahilinde olmayan ürün ve hizmetler için para harcama vb. gibi bilinçsiz tüketimi artıracak alışkanlıklara neden olma riskini de taşıdığı göz önünde bulundurulmalıdır. Diğer yandan özellikle bankaların son dönemlerde kumbara, harçlık vb. çocuk dünyasına ait geleneksel uygulama ve söylemlerle birlikte hizmete sunduğu uygulamalar çocuklar da dahil olmak üzere tüm bireyleri gerçekten tasarruf etme, ihtiyaç doğrultusunda ve planlı harcama, birikim yapma bilinci doğrultusunda yönlendirme amacı taşıyıp taşımadığı tartışmaya açık bir konudur. Zira banka denilince ilk akla gelen parasal konulardır ve kredi, kredi kartı borçları, faizle para alıp verme, vade borçları, taksitler gibi daha birçok konu olumsuzluklarla birlikte anılmaktadır. Müşterilerini kaybetmeme amacını taşıyan, müşteri sadakatini sağlama noktasında ürün ve hizmetlerini geliştiren bankacılık sektörü bu anlamda hizmetlerini dijitalle uyumlanmış şekilde sadece şubelerden değil, akıllı telefon, tablet, bilgisayar gibi araçlar üzerinden anında ve görüntülü sunma seçenekleriyle gerçekleştirmeye, dijital iletişim olanaklarından yararlanmaya başlamıştır. Müşteri sadakati ve bağlılığını sürdürülebilmek için çocuklar ve gençler de dahil olmak üzere tüm bireylere farklı hizmetleri sunmaya başlayan bankalar, bu anlamda dijital kanalları etkin bir şekilde kullanmaya devam

etmektedir. Bankaların bu anlamda sanal ortam üzerinden çocuklara yönelik harçlık sistemlerini zengin içeriklerle sunarak çocukları ve gençleri de müşterileri arasına katma gayretinde olduğu görülmektedir. Bu tür harçlık sistemlerini tercih eden kullanıcılarla yapılacak olan görüşmelerin, onlara uygulanacak anketlerin ya da bu konuda yürütülecek araştırmaların geleneksel anlamda birikim ve tasarruf modellerinden biri olan harçlık sisteminin dijitale evrilen boyutuyla nasıl bir yapıya dönüştüğünü ortaya koyacağı ve finansal okuryazarlığa olan katkısını ne düzeyde olduğunu tespit edecek verileri sunmaya yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda dijitale aktarılarak yeni nesil harçlık yöntemleriyle birlikte finansal okuryazarlığın bir parçası haline ge(tiri)len dijital uygulama ve hizmetlerin 18 yaş altındaki gençlere ve çocuklara finansal bilinç kazandırma noktasında ne ölçüde etkili olacağının belirsizliğini koruduğu ifade edilebilir.

Kaynakça

- Castells, M.(2005). *Enformasyon Çağı I: Ekonomi, Kültür ve Ağ Toplumunun Yükselişi*. Çeviren: Ebru Kılıç, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Cem, F. (2019). “*Dijital harçlık dönemi*”. <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2019/05/19/dijital-harclik-donemi> Erişim Tarihi:16.08.2023
- COFACE (2018). <https://coface-eu.org/wp-content/uploads/2021/12/Digitalisation-Principles-COFACE-Families-Europe.pdf> Erişim Tarihi: 14.07.2023
- Deloitte (2017). *Türkiye FinTech Ekosistemi*. <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/finance/articles/fintech-ecosystem-in-turkey.html> Erişim Tarihi:14.08.2023
- Ergü Demiral, E. (2021). “*Çocukların harçlığını düzenlemek için girişim kurdu: Manibux*”. <https://gazeteoksijen.com/yazarlar/elif-ergu-demiral/cocuklarin-harcligini-duzenlemek-icin-girisim-kurdu-manibux-54250> Erişim Tarihi: 31.08.2023
- Grami, A.(2015). *Introduction to Digital Communications*. Elsevier Academic Press.
- Koçyiğit, M., Koçyiğit, A. (2018). *Değişen ve Gelişen Dijital İletişim: Yazılabilir Web Teknolojisi (Web 2.0)*. İçinde (Veysel Çakmak, Selahattin Çavuş) *Dijital Kültür ve İletişim*. s. 19-45. Konya:Literatürk Academia Yayınları.
- Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E. , Vartiainen, T. (2023). *Financial Literacy In The Digital Age-A Research Agenda*. *Journal Of Consumer Affairs*, 57(1), 507–528.
- Lee, E.A., Messerschmitt, D. G. (1988). *Dijital iletişim*. Springer Hollanda, Dordrecht. Literacy, 1(02), 151-161.
- Livingstone, S., Ross, A. B. (2020). *Parenting for a Digital Future: How Hopes and Fears about Technology Shape Children's Lives*. Oxford University Press.Incorporated.
- Manap, A. (2020). *Anne Babalarda Dijital Ebeveynlik Farkındalığının İncelenmesi*. Doktora Tezi. İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı. Malatya
- Martin, A. (2006). *A European framework for digital literacy*. *Nordic Journal of Digital*
- MEB (2020). *Uzaktan Eğitimde Çoklu Okuryazarlık*. Öğretmen Yetiştirme ve Geliştirme Genel Müdürlüğü, Unicef
- MEB (2023). *Finansal Okuryazarlık Becerileri Etkinlik Kitabı*. Orta Öğretim Genel Müdürlüğü
- OECD (2020). *OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy*. <https://www.oecd.org/financial/education/oecd-infe-2020-international-survey-of-adult-financial-literacy.pdf>
- OECD. (2012). *Financial education in schools*. OECD Publishing.
- Reinking, D.(1994). *Electronic Literacy: Perspectives in reading research*. ERIC

- Sağiroğlu, Ş., Bülbül, H.İ., Kılıç,A. Küçükali, M. (2020). *Dijital Okuryazarlık ve Ötesi*. İçinde Sağiroğlu, Ş., Bülbül, H.İ., Kılıç,A. Küçükali, M. (Ed.), *Dijital Okuryazarlık: Araçlar, Metodolojiler, Uygulamalar ve Öneriler*.(s. 1-46). Nobel Yayıncılık.
- Sharkey, J., Brandt, D. S. (2008). *Integrating Technology Literacy and Information Literacy*. İçinde (Ed. Pier Cesare Rivoltella) *Digital Literacy: Tools and Methodologies for Information Society. Universita Cattolica del S Cuore, Italy*. IGI PUBLISHING
- Uğraş, T. (2020). *Bilgi Okuryazarlığı*. İçinde Sağiroğlu, Ş., Bülbül, H.İ., Kılıç,A. Küçükali, M. (Ed.), *Dijital Okuryazarlık: Araçlar, Metodolojiler, Uygulamalar ve Öneriler*.(s. 47-68). Nobel Yayıncılık.
- UNİCEF (2017). *Dünya Çocuklarının Durumu*. https://www.unicefturk.org/public/uploads/files/SOWC_2017_SUM_TR.pdf Erişim Tarihi:14.07.2023
- TBB , <https://foy.tbb.org.tr/finansal-okuryazarlik-nedir> Erişim Tarihi: 21.08.2023
- İşmen,G., Ayşe, E., Canel, A. N., Deniz, M. B. (2018). *Çocuk Yetiştirmede Temel Beceriler*. Ankara: Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı
- <https://manibux.com/>
- <https://shiftdelete.net/cocuklar-icin-gelistirilen-harclik-uygulamasi-manibuxa-yeni-ozellik-dijital-kumbara>
- <https://www.dunya.com/sirketler/halkbank-cocuk-bankaciligini-hayata-geciriyor-haberi-692117>
- <https://www.halkbank.com.tr/tr/dijital-bankacilik/mobil-bankacilik/cocuk-bankaciligi/nedir.html>
- <https://www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/is-bankasindan-cocuklara-dijital-kumbara>
- <https://manibux.com/hakkimizda/>
- <https://www.turkiyesigorta.com.tr/turkiye-sigorta-musteri-platformu/musteri-platformu-is-ortakliklarimiz/finans/manibux/cocugumun-harcligini-dijitallestiriyorum>
- https://www.vakifbank.com.tr/documents/basin_bultenler
- <https://www.dunya.com/sirketler/halkbank-cocuk-bankaciligini-hayata-geciriyor-haberi-692117>
- <https://www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/is-bankasindan-cocuklara-dijital-kumbara>