

Çocukların Ekonomiyle İlgili Kavramlara Yönelik Algılarının Yaşlara Göre İncelenmesi

The Study of Children's Understanding of Economic Causation According to Age Differences

Pınar Bayhan*, Arzu Yükselen** ve Bahar K. Kaysılı***
Hacettepe Üniversitesi

Öz

Çocuklar aile çevrelerinde tüketici olarak ekonomik aktivitelerin içindedirler. Dahası oyunlarında ve sosyal yaşamlarında sıklıkla ekonomiye yönelik kavramları kullanırlar. Her ne kadar çocuklar birçok etkinlikte ekonomik kavramları kullansalar da onların ekonomiye ilişkin kavramları nasıl algıladıklarına yönelik çok az şey bilinmektedir. Bu araştırmada 6, 8 ve 10 yaş grubu 240 çocuğun ekonomi ile ilgili kavramları nasıl algıladıkları 9 hikâye sunularak değerlendirilmiştir. Hikâyeler Siegler and Thompson (1998)'un yaptığı benzer bir çalışmadan alınarak kültürel olarak uyarlanmıştır. Veriler hikâyelere verilen cevaplara göre toplanmıştır. Hikâyeler üç ayrı deney şeklinde düzenlenmiştir. Birinci deneyde talep, miktar, motivasyon, ahlak ve reklam değişkenleri; ikinci deneyde ahlakın ekonomik durum üzerindeki etkisi; üçüncü deneyde ise alım gücü, tutumluluk, pahalı-ucuz değişkenleri ele alınmıştır. Çocukların bu hikâyelerdeki bu değişkenlerle ilgili durumları verdikleri cevaplar değerlendirilmiştir. Sonuçlar yaş gruplarına göre değerlendirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Ekonomik algı, para biriktirme, ekonomik tutum, harçlık

Abstract

Children engage in many activities as consumers within the family. Children often use economic concepts in their social lives and drama activities. Although children use economic causation in their activities, our knowledge on children's economic understanding is yet insufficient. Concerning children's economic understanding, the participants (240 children, 6, 8 and 10 years old) were presented 9 stories. These stories were taken from a similar study produced by Siegler and Thompson (1998) and were adapted by taking some cultural characteristics into account. The data collected was the answers of students' questions about the stories. Three experiments were performed: in the first experiment each story involved four variables; demand, supply, motivation and advertisement, in the second experiment variables were the effect of morality on the economic situation and in the third experiment affording, saving money, inexpensive and expensive were the variables. The results were examined according to variations such as age differences and were processed statistically.

Key Words: Economic understanding, saving money, economic attitudes, pocket money

Summary

Purpose: Children engage in many activities as consumers in their family environment. Furthermore, children often use economic concepts in their social lives and drama activities. Although children use economic causation in their activities, we know fewer things about children's economic understanding. This study aims to investigate children's understanding of concepts related to economy according to age differences.

* Prof. Dr. Pınar Bayhan, Hacettepe Üniversitesi, Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Bölümü, Ankara. pinarsan2002@yahoo.com

** Öğr. Gör. Dr. Arzu Yükselen, Hacettepe Üniversitesi, Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Bölümü, Ankara. aipek@hacettepe.edu.tr

*** Arş. Gör. Bahar Keçeli-Kaysılı, Hacettepe Üniversitesi, Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Bölümü, Ankara. kecelikaysili@yahoo.co.uk

Method: Concerning the economic understanding of 6, 8 and 10 years old children, the participants (240 children, 120 male, 120 female) were presented 9 stories. The stories were taken from a similar study produced by Siegler and Thompson (1998) and were reviewed by considering cultural characteristics. The stories were about a salesperson working at a bookstand. Each story involved a change in one of nine variables: (a) demand, (b) supply, (c) motivation, (d) morality, (e) packaging, (f) afford, (g) saving money, (h) inexpensive, (i) expensive. Three experiments were performed to examine the development of understanding of functional relations in economics by children. In the first experiment, we investigated 6, 8 and 10 year olds' reasoning about how sales of a bookstand would be affected by changes in variables which were demand for the product, supply of the product, motivation of the salesperson to sell the books, morality of the salesperson's behavior in unrelated situations and wrapping the books. Three ways in which sales can be related to the other factors were (a) changes in demand and supply affect sales directly (b) changes in motivation and morality either do not affect sales or affect them indirectly (c) packaging the books can increase or decrease sales. In the second experiment, children were presented morality stories similar to those used in the first experiment. Unlike that experiment, a sales outcome was specified in each story. To clarify the meaning of morality given in the first experiment, same children heard the stories ending with an effect outcome and null effect. In the third experiment, same children were presented stories about afford, saving money, inexpensive and expensive situations to examine the relations in economics.

Children were told that they would hear several stories about kids who sold books in summer, followed by questions about the stories. In the stories presented to girls, book sellers were told to be girls; in the version told to boys, all were told to be boys. After the instructions were given, the stories were presented to the children and they were asked whether they thought the child sold more, less or the same amount of book as usual during that day. Then, they were asked why they thought the change would have that effect. Children's' ratings of the hypothetical explanations were converted to numerical scores (2=really smart, 1= kind of smart, 0= not so smart at all)

The experimenter (researcher) read the stories to each child and recorded their responses. Black and white copies of pictures about the stories were also presented during the story-tell. The figures depicted book sellers and book stands.

Results: The statistical analyses were performed using Kruskal-Wallis variance analysis and Mann - Whitney U test. Kruskal Wallis variance analysis was used in the statistical analysis of the concepts related to economy and age variables for parameters with significant differences and Mann Whitney U test was used for double comparisons, for which $p < 0.05$ was considered to be significant.

There were significant age differences in the third experiment between 6-8 years and 8-10 year olds. In the first experiment, mean scores in demand and motivation variables were greater than supply, morality and packaging variables.

Conclusion: The literature often reveals age related, qualitative changes in children's economic ideas. Economic thinking constitutes an aspect of cognition and therefore depends on more general developmental changes in the cognitive system; in that sense, some gradual changes occur in child's understanding of the economic world (Roland-Lévy, 1990). In this study, age differences (between 6-8 and 6-10) support this idea. The results show that concept development related to economy meet criteria for cognitive developmental stage. Furthermore, the cultural environment, society and experiences also influence the child's knowledge and understanding of economy. If children are to become economically and financially literate adults, economics need to become a part of the school curriculum. Beginning from the first grade, it is proposed that economic concepts may be a part of the curriculum. Hence, knowledge about spending, saving and investing need to be taught in the curriculum.

Giriş

Çocuklar genellikle tüketici olarak ekonomiye yönelik pek çok aktivitenin içinde yer almaktadırlar. Aile yaşantısı içinde de çocuklar talep ve beklentileri doğrultusunda anne-babalarının onlara verdikleri tepkiler aracılığı ile doğrudan ekonomiye yönelik kavramları öğrenmeye başlarlar. Çocukların aktivitelerinde ekonomi çok önemli olmasına rağmen, ekonomik düşüncenin gelişimiyle ilgili çok az şey

bilinmektedir. Çocuklar, anne-babaların aile ile ilgili kararlarında geçmişe göre daha fazla yer almaya başlamışlardır ve çocukların cep harçlıkları da ekonomik harcamaların önemli bir göstergesidir.

Çocukların ekonomik alışverişleri anlamalarıyla ilgili yapılan araştırmalar iki ana bakışa göre uyarlanmıştır. Psikologlar ve sosyologlar, çocukların ekonomik kavramlara yönelik algılarını yaşla ilgili gelişimsel teorilerle ilişkilendirmişlerdir. Ekonomistler ise ekonomik bakış açısının ölçümlerine odaklanmışlardır. Antropologlar ve sosyologlar, yetişkinlerin ekonomik alışverişleri ile ilgili olan araştırmalarda ekonomik olmayan faktörleri incelerken, çocukların tüketici özellikleri ile ilgili olarak sosyal ve ahlaksal etkileri ele almışlardır. (Gianinno ve Crittenden, 2005).

Her ne kadar çocukların ekonomiyle ilgili kavramlara yönelik algıları farklı yazarlar tarafından farklı şekilde basamaklandırılmış olsa da bir çocuğun kâr kavramını anlaması 11 yaşına kadar açık değildir. Bunun yanı sıra, çocuklar ekonomi ile ilgili kavramları daha küçük yaşlarda düşünmeye başlamaktadırlar. Ancak olgunlaşma ile birlikte ekonomide nedensellik daha esnek ve özet halini alır. Müfredat programcıları bu gerçekleri dikkate alarak ekonomik kavramların öğretimini yapmalıdırlar (Schug, 1987).

Piaget'nin işlem öncesi dönem olarak adlandırdığı 3-7 yaş arasında çocukların ekonomiyle ilgili ortak ve gözleyebildikleri bilgileri vardır. Çünkü çocuklar gözlem yaparak diğer kişilerin alışveriş yerlerindeki davranışları hakkında temel bilgiye sahip olurlar. Bunun yanı sıra küçük çocuklar farklı ekonomik bilgileri arasında nadiren bağlantı kurarlar. Bundan dolayı satın alma ve satmayı karşılıklı bir eylem olarak değil de farklı eylemler olarak gözlemlerler. 7-12 yaş arasında (Piaget'nin somut işlemler dönemi) çocukların ekonomik bilgileri bütünleşmeye başlar. Örneğin bu yaştaki çocuklar satın alma ve satmayı bir çeşit ticaret olarak değerlendirirler. Ergenlik döneminde ise (soyut işlemler dönemi), çeşitli ekonomik eylemleri bir sistemde birleştirirler. Örneğin bu basamaktaki çocuklar bankaların kâr sağlamayı amaçladığını anlarlar (Tan ve Stacey, 1981). Bu gelişimsel teorilerin yanı sıra bir varsayım da çocukların psikolojik, biyolojik ve mekanik teorilere benzer ekonomik teoriler ürettikleri yönündedir (Siegler ve Thompson, 1998).

Kircler ve Praher (1990), yaptıkları bir çalışmada, Avusturyalı çocukların ekonomik sosyalleşmelerini incelemişlerdir. Araştırma sonuçları daha önceki yıllarda yapılan çalışmaların sonuçlarıyla paralellik göstermiştir. 8-14 yaş arası 90 çocukla yapılan çalışmada, ekonomik kavramları anlamada cinsiyetler arasındaki fark azken, yaşlar arasında önemli farklılık bulunmuştur.

Toplumumuzda kişilerin kazanması gereken bir beceri de parayı iyi kullanabilmektir. Bu beceri ve bu beceriyi kullanmak için gerekli olan bilgi çocukluk döneminde şekillenmektedir. 6, 8 ve 10 yaşlarındaki çocuklarla yapılan bir çalışmada, para kullanımları incelenmiş ve kızların erkeklere göre daha fazla para harcadıkları bulunmuştur. Bunun yanında harçlık alan çocukların almayanlara göre para kullanma konusunda daha bilgili oldukları ve yaş değişkeninin de para kullanmayla doğrudan ilişkili olduğu saptanmıştır (Abramovitch, Freedman ve Pliner, 1991). Schug ve Hagedorn (2005) ilkökul iki ve üçüncü sınıfa devam eden öğrencilere ekonomik kavramlara yönelik müfredat programına dayalı öğretim yaparak bu programın etkililiğini incelemişlerdir. Sonuçlar, müfredat programının öğrencilerin harcama, biriktirme ve yatırım yapma ile ilgili tutumlarında olumlu bir etkisi olduğunu göstermiştir. Bu çalışma küçük yaştaki çocukların temel ekonomik fikirleri edinebileceklerini göstermiştir.

Yöntem

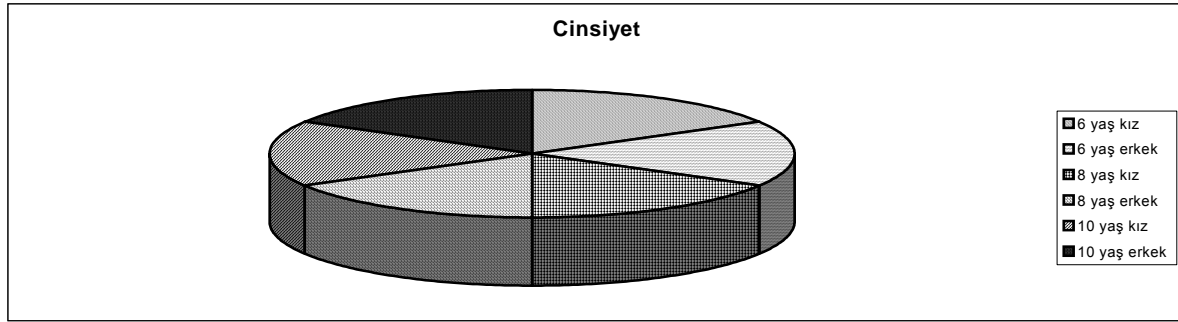
Örneklem

Örneklem grubu, Ankara İli Dikmen semtinde bulunan bir AÇSAP merkezine bağlı hanelerdeki takvim yaşı 6.0-6.11, 8.0-8.11 ve 10.0-10.11 ay olmak üzere 120 erkek ve 120 kız çocuktan oluşmaktadır. Tablo 1'de örneklem grubunu oluşturan çocukların cinsiyetlere göre dağılımı görülmektedir. Çalışma grubunda yer alan bu çocuklar basit rasgele örnekleme yöntemiyle seçilmişlerdir. Örneklem grubunu oluşturan çocukların aynı sosyoekonomik düzeyde oldukları varsayılmıştır.

Örneklem grubuna normal gelişim gösteren ve anne-babasıyla birlikte yaşayan çocuklar alınmıştır.

Tablo 1.
Örneklem Grubunu Oluşturan Çocukların Cinsiyetlere Göre Dağılımı.

Cinsiyet	6.0-6.11 yaş		8.0-8.11 yaş		10.0-10.11 yaş		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%		
Kız	40	50.0	40	50.0	40	50.0	120	50.0
Erkek	40	50.0	40	50.0	40	50.0	120	50.0
Toplam	80	100	80	100	80	100	240	100



Şekil 1. Örneklem Grubunu Oluşturan Çocukların Cinsiyetlere Göre Dağılımı

Veri Toplama Aracı

Çocukların ekonomiyle ilgili kavramlara yönelik algılarının incelenmesinde veri toplama aracı olarak hikâyelerden yararlanılmıştır. Hikâyeler Sieglar ve Thompson (1998) tarafından yapılan benzer bir çalışmadan alınarak üç ayrı deney şeklinde düzenlenmiştir. Birinci deneyde talep, miktar, motivasyon, ahlak ve reklam değişkenleri; ikinci deneyde ekonomi ile ilgili durumlar üzerinde ahlakın etkisine ait değişkenler; üçüncü deneyde ise alım gücü, tutumluluk (para biriktirme), pahalı-ucuz değişkenleri ele alınmıştır. Hikâyelerde belirtilen değişkenlere ait durumlar belirtilerek çocukların bu durumlara verdikleri cevaplar değerlendirilmiştir.

Hikâyeler sadece sözel ifade yoluyla değil, aynı zamanda siyah-beyaz çizimlerden oluşan resimler gösterilerek çocuklara anlatılmıştır. Uygulamada resimler çocuklara ipucu vermek, bu yolla hikâyelerin içeriklerini hatırlamalarını sağlamak ve dikkatlerini toplamalarına yardımcı olmak amacıyla kullanılmıştır. Bu resimler uygulama yapılan çocukların cinsiyetlerine eşdeğer olarak kız ve erkek figürler kullanılarak çeşitlendirilmiş; kız çocuklar için kız figür içeren resimli kartlar kullanılırken, erkek çocuklar için erkek figür içeren resimli kartlar tercih edilmiştir.

Uygulama öncesinde her çocuğa çeşitli hikâyeler anlatılacağı ve ardından bu hikâyelerle ilgili çeşitli sorular sorulacağı belirtilmiştir. Hikâyeleri anlatma aşamasında hikâyede adı geçen kahramanları belirtirken, uygulama yapılan çocuğun cinsiyeti göz önüne alınarak erkek çocuk için bu cinsiyete uygun "Ali, Levent, Murat" gibi erkek isimleri, kız çocuk için ise "Ayşe, Bahar, Arzu" gibi kız isimleri kullanılmıştır. Bu yolla çocuğun hikâyedeki kendisiyle aynı cinsiyetteki çocukla daha kolay özdeşim kuracağı ve bu yolla kendisine yöneltilen sorulara cevap verirken kendini daha rahat ifade edebileceği göz önüne alınmıştır.

Veri Toplama İşlemi

Çocukların ekonomiyle ilgili kavramlara yönelik algılarının incelenmesi amacıyla kullanılan hikâyeler çocuklara anlatılırken bazı durumlar dikkate alınmıştır. Özellikle uygulama yapılan ortamda çocuğun dikkatinin dağılmasına neden olabilecek aşırı ses, gürültü, başka bir çocuğun veya yetişkinin müdahalesi gibi durumların önlenmesine çalışılmıştır. Bu bağlamda uygulama sırasında çocukla uygulama yapan kişinin yalnız kalmalarına özen gösterilmiştir. Ayrıca hikâyeler çocuklara her hikâye ile ilgili uygun resim çocuğun önüne yerleştirildikten sonra uygulayıcı tarafından anlatılmak suretiyle sunulmuş, çocukların ellerine okumaları için ayrıca herhangi bir metin verilmemiştir.

Ekonomiyle ilgili anlatılan her hikâyeden sonra sorulan sorularla ilgili olarak uygulama yapan kişi, elinde bulunan değerlendirme formuna çocuğun verdiği cevap doğrultusunda uygun işaretlemeyi yapmış, açıklama gerektiren özellikle "neden?" sorularına verdiği cevapları ise formda ayrılan uygun yere kaydetmiştir.

Tüm hikâyelerin anlatılması ve cevapların kaydedilmesi ortalama olarak 20 dk sürmektedir. Bu sürenin 10 yaş grubu çocuklarda 15dk'ya kadar indiği görülmektedir.

Hikâyeler uygulayıcı tarafından anlatılırken çocuklara yönlendirmede bulunulmamasına özen gösterilmiş, bu bağlamda belirgin biçimde sözel olarak vurgulayıcı ifadelerden kaçınılarak tarafsız olarak anlatımlarını yapmaları sağlanmıştır.

Verilerin İstatistiksel Analizi

Deney 1'de bulunan beş değişken için çocukların her hikâyeden sonra sorulan sorulara verdikleri doğru cevaplar "doğru" olarak kabul edilerek en yüksek değer olan "2" puan, yanlış cevaplar "0" puan, mantıklı sonuçları işaret eden yani doğru cevapla ilgili olan cevaplar ise "1" puan olarak değerlendirilmiştir.

Deney 2'de çocukların ahlaka yönelik anlatılan iki hikâyeye yönelik sorulan "neden?" sorusuna ait cevaplar kaydedilmiş ve bu cevaplar da yine en doğru cevap "2" puan, yanlış cevap "1" puan, doğru cevapla ilgili olan cevap ise "1" puan şeklinde derecelendirilmiştir.

Deney 3'te ise, tutumluluk değişkeni için ilk bölümde doğru cevap verenlere "2", yanlış cevap verenlere "1", "neden?" sorusuna verilen cevaplar ise en doğru cevap için "2", ilişkili cevap için "1", yanlış cevap için ise "0" puan verilmiştir. Alım gücü ve pahalı-ucuz kavramlarına yönelik cevaplar da benzer şekilde değerlendirilmiştir.

Verilerin istatistiksel analizinde, çocukların ekonomik nedenleri algılamaları üzerinde içinde buldukları yaş grubunun etkisi Kruskal-Wallis Varyans Analizi ile değerlendirilmiş, istatistiksel olarak anlamlı bulunan değişkenler için yaş grupları ikişerli olarak Mann-Whitney U testi ile karşılaştırılmıştır.

Örneklem grubunu oluşturan çocukların ekonomiyle ilgili kavramlara yönelik algılarının 6-8 ve 10 yaşlarına göre Kruskal-Wallis Varyans Analizinde incelendiği Tablo 2'de; Deney 3 aşamasında Alım Gücü, Alım Gücü (Neden), Tutumluluk, Tutumluluk (Neden), Pahalı-Ucuz, Pahalı-Ucuz (Neden) alt gruplarında istatistiksel olarak fark anlamlı ($p < 0.05$) bulunmuştur. İstatistiksel olarak anlamlı farkın nedeni 6-8 ve 6-10 yaştan kaynaklanmaktadır.

Bonforoni düzeltilmeli Mann-Whitney U testinin incelendiği Tablo 3, 4 ve 5'te yaşlar arasında istatistiksel olarak anlamlı farkın belirgin biçimde özellikle 6-8 yaş ile 6-10 yaş arasında olduğu görülmektedir. 8-10 yaş arasında ise istatistiksel olarak farkın anlamlı olmadığı ($p > 0.05$) bulunmuştur.

Bulgular ve Tartışma

Tablo 2.

Örneklem Grubunu Oluşturan Çocukların Ekonomik Nedenleri Algulamalarının Yaş Gruplarına Göre Kruskal-Wallis Varyans Analizinde İncelenmesi

Yaş	N	\bar{x}	SS	Medyan	χ^2	P	Yaş	N	\bar{x}	SS	Medyan	χ^2	P
D1 Talep							D3 Alım Gücü						
6 yaş	80	1.64	0.64	2.0	2.79	0.248	6 yaş	79	1.73	0.45	2.0	18.91*	0.0001
8 yaş	80	1.63	0.64	2.0			8 yaş	80	1.93	0.27	2.0		
10 yaş	80	1.78	0.50	2.0			10 yaş	80	1.94	0.25	2.0		
Toplam	240	1.68	0.60	2.0			Toplam	239	1.86	0.35	2.0		
D1 Miktar							D3 Alım Gücü (Neden)						
6 yaş	78	1.45	0.71	2.0	0.22	0.896	6 yaş	80	1.59	0.65	2.0	25.20*	0.0001
8 yaş	80	1.43	0.73	2.0			8 yaş	80	1.90	0.34	2.0		
10 yaş	80	1.50	0.64	2.0			8 yaş	80	1.92	0.31	2.0		
Toplam	238	1.46	0.69	2.0			10 yaş	239	1.80	0.48	2.0		
D1 Motivasyon							D3 Tutumluluk						
6 yaş	80	1.63	0.56	2.0	1.65	0.438	6 yaş	79	1.16	0.37	1.0	16.89*	0.0001
8 yaş	80	1.73	0.50	2.0			8 yaş	80	1.05	0.22	1.0		
10 yaş	80	1.69	0.56	2.0			10 yaş	79	1.00	0.00	1.0		
Toplam	240	1.68	0.54	2.0			Toplam	238	1.07	0.26	1.0		
D1 Ahlak							D3 Tutumluluk (Neden)						
6 yaş	80	1.24	0.85	1.5	2.86	0.239	6 yaş	79	1.76	0.54	2.0	19.17*	0.0001
8 yaş	80	1.13	0.83	1.0			6 yaş	79	1.91	0.36	2.0		
10 yaş	80	1.03	0.81	1.0			8 yaş	79	2.00	0.00	2.0		
Toplam	240	1.13	0.83	1.0			10 yaş	236	1.89	0.39	2.0		
D1 Reklam							D3 Pahalı/Ucuz						
6 yaş	80	1.36	0.78	2.0	4.39	0.112	6 yaş	79	1.75	0.44	2.0	15.82*	0.0001
8 yaş	80	1.59	0.67	2.0			8 yaş	80	1.89	0.32	2.0		
10 yaş	80	1.55	0.71	2.0			10 yaş	80	1.96	0.19	2.0		
Toplam	240	1.50	0.73	2.0			Toplam	239	1.87	0.34	2.0		
D2 Ahlak 1							D3 Pahalı/Ucuz (Neden)						
6 yaş	79	0.92	0.55	1.0	2.95	0.229	6 yaş	79	1.73	0.48	2.0	16.53*	0.0001
8 yaş	80	1.06	0.51	1.0			6 yaş	80	1.90	0.30	2.0		
10 yaş	80	0.96	0.51	1.0			8 yaş	80	1.95	0.22	2.0		
Toplam	239	0.98	0.53	1.0			10 yaş	239	1.86	0.36	2.0		
D2 Ahlak 2							D3 Pahalı/Ucuz (Neden)						
6 yaş	78	1.05	0.53	1.0	0.91	0.635	6 yaş	80	1.90	0.30	2.0		
8 yaş	79	1.13	0.65	1.0			8 yaş	80	1.95	0.22	2.0		
10 yaş	80	1.05	0.63	1.0			10 yaş	239	1.86	0.36	2.0		
Toplam	237	1.08	0.61	1.0			Toplam						

*p<0.05 önemli

Tablo 3.

Örneklem Grubunu Oluşturan Çocukların Ekonomiyle İlgili Kavramlara Yönelik Algılarının 6-8 Yaş Gruplarına Göre Mann -Whitney U Testinde Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi

Yaş		z	P
Alım Gücü	6 yaş	-3.319*	0.001
	8 yaş		
Alım Gücü	6 yaş	-3.738*	0.0001
(Neden)	8 yaş		
Tutumluluk	6 yaş	-2.330	0.020
	8 yaş		
Tutumluluk	6 yaş	-2.381*	0.017
(Neden)	8 yaş		
Pahalı-Ucuz	6 yaş	-2.250	0.024
	8 yaş		
Pahalı-Ucuz	6 yaş	-2.678*	0.007
(Neden)	8 yaş		

* p<0.05 (Bonforoni düzeltilmeli Mann-Whitney U)

Tablo 4.

Örneklem Grubunu Oluşturan Çocukların Ekonomiyle İlgili Kavramlara Yönelik Algılarının 6-10 Yaş Gruplarına Göre Mann -Whitney U Testinde Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi

Yaş		z	P
Alım Gücü	6 yaş	-3.544*	0.0001
	10 yaş		
Alım Gücü	6 yaş	-4.155*	0.0001
(Neden)	10 yaş		
Tutumluluk	6 yaş	-3.752*	0.0001
	10 yaş		
Tutumluluk	6 yaş	-4.081*	0.0001
(Neden)	10 yaş		
Pahalı-Ucuz	6 yaş	-3.788*	0.0001
	10 yaş		
Pahalı-Ucuz	6 yaş	-3.667*	0.0001
(Neden)	10 yaş		

* p<0.05 (Bonforoni düzeltilmeli Mann-Whitney U)

Tablo 5.

Örneklem Grubunu Oluşturan Çocukların Ekonomiyle İlgili Kavramlara Yönelik Algılarının 8-10 Yaş Gruplarına Göre Mann-Whitney U Testinde Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi

Yaş	z	P
Alım Gücü		
8 yaş	-0.290	0.772
10 yaş		
Alım Gücü		
8 yaş	-0.568	0.570
(Neden) 10 yaş		
Tutulmülük		
8 yaş	-2.007*	0.045
10 yaş		
Tutulmülük		
8 yaş	-2.265*	0.024
(Neden) 10 yaş		
Pahalı-Ucuz		
8 yaş	-1.773	0.076
10 yaş		
Pahalı-Ucuz		
8 yaş	-1.175	0.240
(Neden) 10 yaş		

* p<0.05 (Bonforoni düzeltilmeli Mann-Whitney U)

Ekonomiyi anlamak, alan yazındaki değişik araştırmalara göre özellikle 4-10 yaş arasında belirgin farklılık göstermektedir. Deney 1 aşamasında Talep ve Motivasyon alt gruplarında 6-8 ve 10 yaş çocuklarının genellikle kendilerine anlatılan hikâyelere doğru cevaplar verdikleri; Miktar, Ahlak ve Reklam alt gruplarında ise aritmetik ortalama değerlerinin Talep ve Motivasyon alt gruplarına göre daha düşük olduğu görülmektedir. Motivasyon alt grubunda çocuklar tarafından, yüksek ve olumlu ahlaki değerlerin satışları arttıracığı, düşük ahlaki değerlerin ise satışları azaltacağı genellikle tahmin edilmekle birlikte bunun nedeni açıklanamamaktadır.

Ülkemizin ekonomik koşulları göz önüne alındığında, özellikle alım gücü, alma nedeni, tutumluluk, tutumluluk nedeni, pahalı-ucuz kavramları ve bunların nedeni hakkında yaşlar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark çıkması beklenen bir sonuç olarak görülebilir. Roland-Lévy (1990), 8, 11 ve 14 yaşındaki 60 Cezayirli ve Fransız çocukların ekonomik sosyalleşmelerini karşılaştırdığı çalışmada, Cezayirli çocukların ekonomi kavramlarının gelişiminin Fransızlara çok yakın olduğu bulmuştur. Bununla beraber Cezayirli çocuğun fiyatlar, parasal alışveriş, üretim ve kâr ile ilgili genel ekonomik mekanizma ve sosyal ekonomik sistemin rolü ve işlevi, işe yerleşme ve işsizlikte hükümetin etkisi gibi kavramları anlamada daha başarılı oldukları görülmüştür. Fransız çocuklar sorulara cevap vermede sıklıkla başarısız olurlarken, vergilerle ilgili problemleri anlamada daha başarılı olmuşlardır. Lyck (1990) tarafından yapılan araştırmaya göre, anne-babaların ekonomiyle ilgili kavramları sıklıkla evde tekrar etmeleri, bir aile gündemi haline getirmeleri çocuğun ekonomik kavramların daha çok farkına varmasına sebep olmaktadır. Ayrıca bu araştırmada, çocukların ve anne-babalarının ekonomik kavramlar konusundaki tutumlarının birbirine yakın olduğu sonucu da ortaya çıkmıştır. Özellikle son yıllarda alım gücü, pahalı-ucuz gibi ekonomiye yönelik kavramlar anne-babaların ev içinde üzerinde konuştukları başlıca konulardan biri olduğu için özellikle bu kavramların istatistiksel olarak anlamlı bulunması beklenen bir sonuçtur. Çocuğun yaşının artması ile beraber egosantrizmin azalmasına bağlı olarak ekonomiye yönelik kavramları algılaması kolaylaşmaktadır. Nitekim 6-8 yaş ve 6-10 yaş arasında çıkan farklar da bunu göstermektedir. Sevon ve Weckström (1989)da yaptıkları araştırmada, yaşa bağlı ekonomik kavramlara yönelik sonuç çıkarma becerisinin daha çok arttığını bulmuşlardır. Ayrıca

Zabukovec ve Polic tarafından (1990) yapılan araştırmada da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Thompson ve Siegler (2000)'in, 5-7 ve 9 yaş çocuklarıyla yaptıkları çalışmada, 5 yaş çocuklarının çoğunun istenen ürünün kazanılmasıyla ilgili hedefleri kazandıkları, ancak kâr etme, ucuz ürün alma ile ilgili hedefleri kazanmadıklarını bulmuşlardır. Ayrıca 7 ve 9 yaş çocuklarının çoğunun bu kavramları kazandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Ekonomik kavramlar açısından incelendiğinde, çocuklar iş, çalışma koşulları, para, enflasyon, satın alma gücü ve tüketim konularını kendi zihinsel yaşlarına göre öğrenen küçük yaştaki kişiler olarak tanımlanabilirler. Abramovitch, Freedman ve Pliner (1991) tarafından 6-8 ve 10 yaşlarındaki çocuklarla yapılan bir araştırmada, ekonomiyle ilgili alım gücü ve pahalı-ucuz kavramları ile yaş değişkeninin ilişkili olduğu bulunmuştur. Gianinno ve Crittenden (2005)'in yaptıkları çalışmada, çocuklar ve yetişkinlerin ekonomik alışverişleri algılamaları karşılaştırılmıştır. Araştırma bulguları 7-12 yaş çocuklarının kendi toplumsal gruplarındaki yetişkinlerle birçok yönden aynı ekonomik algıyı sergilediklerini ortaya koymuştur. Schug ve Birkey (1985), küçük çocukların ekonomik problemler ve fikirlerle ilgili nasıl düşündüklerine odaklanarak, ekonomik nedenselliğin gelişimini inceledikleri araştırmalarında, bu konuda yapılmış olan daha önceki çalışmaları geliştirmişlerdir. 4-5, 6-7 ve 8-9 yaş çocuklarıyla karşılıklı görüşerek ekonomik kavramlarla ilgili hipotetik problemler yöneltilmiştir. Sonuçlar ekonomik nedenselliğin doğasının Bilişsel Gelişim Teorisi tarafından desteklendiğini ortaya koymuştur. Ekonomik algı deneyimlere göre çeşitlilik göstermiştir. Böylece çocukların ekonomik nedenselliğinin ekonomik deneyimler sağlayarak geliştirilebileceği ve ortaokul döneminin öğretim için en uygun zaman olduğu önerilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Ekonomiye yönelik kavramları algılamada yaşlara göre farklı basamaklar bulunmaktadır. Bu basamaklar somuttan soyuta, özelden genele doğru bir gelişim göstermektedir. Ekonomik kavramlarla ilgili çeşitlilik gösteren karmaşık cevaplar yaşla birlikte artmakta ve "bilmiyorum" cevabı azalmaktadır. Yaş ilerledikçe ekonomiye yönelik bilgi düzeyinin arttığı görülmektedir.

Çocuklara her konuda olduğu gibi ekonomiye yönelik konularda da bilgi ve gelişim düzeyine uygun eğitim vermek önemlidir. Yaşamımızın bir parçası haline gelmiş bulunan ekonomik durumların çocuklar tarafından doğru algılanması ve yetişkinlik döneminde uygun tavır ve davranışlar geliştirmeleri açısından da önem taşımaktadır. Özellikle ilköğretim döneminden başlayarak çocuklara başlangıçta basit sorumluluklar vererek alışveriş yapmalarını sağlama, para kullanmayı ve tasarruf etmeyi öğretme gibi bazı önemli becerileri kazandırmaya yönelik yaklaşımlarda bulunmak gerekmektedir. Sadece okulda değil, evde de çocukların bu becerileri kazanmaya devam etmeleri için ana-baba eğitimlerinin de yapılması, bu konudaki yaklaşımı bütünleyecektir. Bu bağlamda gerek anne-baba tarafından uygulanacak yaklaşımların, gerekse okullarda verilecek destekleyici eğitsel programların katkısı ve yararı göz ardı edilememelidir. Bu iki grup tarafından uygulanacak yaklaşımında birbiriyle tutarlı olması esastır. Özellikle tüketim çılgınlığı yaşanan ülkemizde çocukluktan başlayan bir eğitim gerekli hale gelmiştir.

Kaynakça

- Abramovitch, R., Freedman, J. L. & Pliner, P. (1991). Children and money: Getting an allowance, credit versus cash, and knowledge of pricing. *Journal of Economic Psychology*, 12, 27-45.
- Gianinno, L. & Crittenden, V. L. (2005). Assessing shared understanding of economic Exchange among children and adults. *Psychology and Marketing*, 22(7), 551-576.
- Kirchler, E. & Praher, D. (1990). Austrian children's economic socialization: Age differences. *Journal of Economic Psychology*, 10, 483-494.
- Lyck, L. (1990). Danish children's and their parent's economic understanding, reasoning and attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 11, 583-590.
- Roland-Lévy, C. (1990). A cross-national comparison of Algerian and French children's economic socialization. *Journal of Economic Psychology*, 11(4), 567-581.

- Siegler, R.S. & Thompson, D.R. (1998). Hey, would you like a cup of lemonade on this hot day? : Children's understanding of economic causation. *Developmental Psychology*, 34 (1), 146-160.
- Sevon, G. & Weckström, S. (1989). The development of reasoning about economic events: A study of Finnish children. *Journal of Economic Psychology*, 10, 495-514.
- Schug, M. C. & Birkey, C. J. (1985). The development of children's economic reasoning. *Theory and Research in Social Education*, 13(1),31-42.
- Schug, M. C. (1987). Children's understanding of economics. *Elementary School Journal*, 87(5), 507-518.
- Schug, M. C. & Hagedorn, E. A.(2005). The Money savvy pig goes to big city: Testing the effectiveness of an economics curriculum for young children. *The Social Studies*, March/April, 68-71.
- Tan, H. R. & Stacey, B. G. (1981). The understanding of socio-economic concepts in Malaysian Chinese school children. *Child Study Journal*, 11(1), 33-47.
- Thompson, D. R. (2000). Buy low, sell high: The development of an informal theory of economics. *Child Development*, May/June, 71(3), 660-677.
- Zabukovec, V. & Polic, M. (1990). Yugoslavian children in a situation of rapid economic changes. *Journal of Economic Psychology*, 11, 529-543.

Makale Geliş: 30-06-2006

İncelemeye Sevk: 20-07-2007

Düzeltilme: 02-03-2007

Kabul: 28-06-2007