

KİMDİR BU FINFLUENCER'LAR: Sosyal medya pazarlamasının taçsız kralı mı? Finansal spekülatör mü?

Sosyal medyada milyonları etkileyen "finfluencer"lar, finansal bilgiyi demokratikleştirirken aynı zamanda yeni risk alanları da yaratıyor. Peki bu dijital rehberler gerçekten yol gösterici mi, yoksa görünmeyen bir tehlike mi?

Dr. Öğr. Üyesi Didem Kayalidereden - İKÜ İİBF İşletme Bölümü

Günümüzde yatırım dünyası, geleneksel borsa binalarından ve banka şubelerinden çıkarak akıllı telefonlarımızın ekranlarına, sosyal medya akışlarımızı taşıdı. Özellikle pandemi sonrası dönemde, finansal okuryazarlık konusunda yeterli hissetmeyen bireylere özel finansal bilgiyi "lokmalık" (bite-sized) içeriklerle sunan yeni bir grup içerik üretici ön plana çıktı. "Finfluencer" kavramı ilk olarak 2010'ların başlarında Avustralya'da ortaya çıksa da 2020'ler ile hayatımıza giren Pandemi, günlük hayatımızda bir çok uygulamayı değiştirdiği gibi finansal danışmanlık kavramını da kökten değiştirdi. Finfluencer ya da akademik yazına kazandırılan Türkçe karşılığıyla "Finomenler" Instagram, YouTube, TikTok ve Telegram gibi platformlarda binlerce takipçiye ulaşarak, karmaşık finansal verileri sadeleştirerek sunmaları sayesinde özellikle Z kuşağı için "güvenilir" birer bilgi kaynağı haline gelmişlerdir. Ancak arkasında kimin olduğundan bile emin olunamayan bu hesaplar ile yaşanan dijital dönüşüm, ciddi finansal, yasal ve etik riskleri de beraberinde getirmiştir.

Finfluencer'ın Türkçesi "Finomen"

İçerik üreticisi kavramı, Türk Dil Kurumu'na göre Türkçemizde "fenomen" kavramı ile eşleşmektedir. Finansal konularda içerik üreticisi olan kişi veya hesapların bu nedenle "finansal fenomen" yani "Fi-

nomen" olarak tercüme edilmesi yapılan güncel bir akademik çalışma kapsamında günlük kullanımda kavramın Türkçesinin yerleşmesi amacına uygun bir çıktı olarak kabul edilmiştir. Özetle Finomen; finans, ekonomi veya kripto varlıklar üzerine içerik üreterek geniş kitleleri etkileyen dijital içerik üreticilerini tanımlar. ABD'de FINRA Yatırımcı Eğitim Vakfı ve CFA Enstitüsü tarafından 2023 yılında yürütülen bir araştırma, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Z kuşağı yatırımcılarının yatırım hakkında bilgi edinmek için sosyal medyaya önemli ölçüde güven duyduğunu (%48) sonucunu ortaya koymaktadır. Türkiye'de de benzer şekilde, perakende yatırımcı sayısındaki artış ve kripto varlıklara olan ilgi, finomenlerin piyasa dinamiklerini şekillendirebilen aktörler haline gelmesini sağlamıştır.

Yasal Labirent: "Yatırım Tavsiyesi Değildir" İbaresi Kurtarıcı mı?

Türkiye'de finomenlerin faaliyetleri, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), Merkez Bankası ve BDDK gibi kurumların gözetimi altındadır. Sermaye Piyasası Kanunu'nun 106. ve 107. maddeleri, yanıltıcı açıklamaları ve piyasa dolandırıcılığını açıkça yasaklamaktadır. Nitekim SPK, sadece 2022 yılında yetkisiz yatırım danışmanlığı ve piyasa bozucu eylemler nedeniyle yaklaşık 1.300 idari yaptırım uygulamıştır. Ancak birçok finomen, paylaşımlarının al-



tına ekledikleri "Yatırım Tavsiyesi Değildir (YTD)" notuyla tüm hukuki sorumluluktan kurtulabileceklerini düşünmektedir. Oysa hukuk, paylaşılan içeriğin niteliğine bakar. Eğer bir içerik, genel bilgilendirmenin ötesine geçip belirli bir varlığa yönelik spesifik yönlendirme içeriyorsa, bu durum lisanssız yatırım danışmanlığı kapsamına girerek hapis cezasına kadar giden ağır yaptırımlar uygulanmasına yol açabilir

Etik Sorumluluk ve Şeffaflık Sorunu

Finomen pazarlamasındaki en büyük risklerden biri de "çıkar çatışmasıdır". Bazı finomenlerin gizli sponsorluk anlaşmalarıyla belirli kripto varlıkları veya hisseleri öne çıkarması, takipçilerini finansal zarara uğratabilmektedir. Gerçek kimliği dahi bilinmeyen hesapların, borsa platformlarıyla ortaklık kurarak takipçilerini bu platformlara yönlendirmesi hem etik hem de yasal bir gri alan yaratmaktadır. Bu nedenle bir finomen'in sunduğu bilginin kalitesi, şeffaflığı ve hesap verebilirliği, yatırımcıların korunması açısından etik ve hukuki yaptırımlar uygulanmasını gerektirmektedir.

Dünya Ne Yapıyor?

Küresel ölçekte finomen faaliyetlerini denetlemek için yeni modeller geliştirilmektedir. Örneğin Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) Menkul Kıymetler ve Emtia Otoritesi (SCA), bir finomen lisanslama sistemi başlatmıştır. Bu ye-

ni düzenleme uyarınca, finansal ürünler, menkul kıymetler, dijital varlıklar veya finansal hizmetlerle ilgili içerik üreten kişilerin SCA'ya kayıt yaptırmaları ve belirli gereklilikleri karşılamaları zorunludur. İngiltere'de ise FCA (Financial Conduct Authority), markalar ve influencerlar arasındaki iş birliklerini onay sürecine tabi tutmaktadır. Böylece marka-içerik üreticisi (finansal veya değil tümü) ilişkilerindeki belirsizlikler azaltılırken yatırımcı ve tüketici hakları korunması da güçlenmektedir. Hatta Eylül 2025 itibarıyla ilk finomen yargılamaları Londra'da başlamıştır.

Sonuç: Bilinçli Takipçi, Sorumlu Finomen

Sosyal medya, finansal okuryazarlığı artırmak için eşsiz bir fırsat sunsa da denetlenmeyen finomen faaliyetleri büyük finansal kayıplara kapı aralayabilir. Türkiye'de de yasal çerçevenin ve ilgili otoritenin netleşmesi, platformlarla iş birliği yapılan "hibrit" denetim modellerinin geliştirilmesi ve finomenlerin etik standartlara uyumunun zorunlu kılınması gerekmektedir. Yatırımcılar için en güvenli yol, sosyal medyadaki bilgileri süzgeçten geçirmek, "finomen"lerin gerçekliğini ve yetkinliğini sorgulamak ve yatırım kararlarını sadece birkaç saniyelik videolara dayanarak vermemektir. Unutulmamalıdır ki, dijital dünyada "güven" sadece bir imaj olabileceği gibi, finansal piyasalarda gerçek bilgi ve lisanslı danışmanlık her zaman asıldır.

