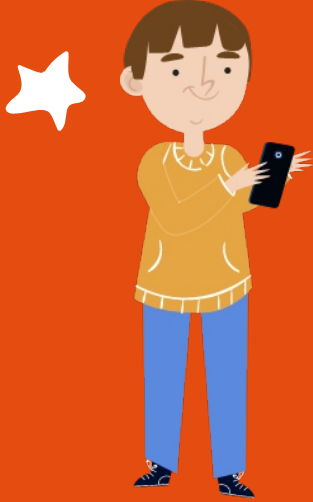




Dijital Çağın Çocukları İçin

**Doğru İçerik
Çalıştayı**



SONUÇ RAPORU
16-17 KASIM 2020



Çocuk İçin İçerik
Doğru yaşa doğru içerik



İÇİNDEKİLER

Çocuk İçin İçerik Derneği.....	2
Çalıştayın Amacı.....	2
Çalıştayın Özeti.....	3
Dijital Çağın Çocukları İçin Doğru İçerik Çalıştayı.....	4
1.Oturum / Türk Toplumunu Olarak içerik Üretirken Ne Kadar “Çocuk Dostu”yuz?	5
1.Oturum- Tespit ve Öneriler.....	6
2.Oturum / Z Kuşağı Kendini Nasıl İfade Ediyor?.....	8
Z Kuşağının Özellikleri.....	9
Z Kuşağı ve Önceki Kuşaklar.....	10
Z Kuşağının Karşılaştığı Sıkıntılar.....	10
3.Oturum “Dijital Çağda Çocuklar Kişisel Gelişimleri İçin Kimi Örnek Alıyorlar ?”.....	13
3.Oturum- Tespit ve Öneriler.....	14
4. Oturum - Üreten Bir Çocukluk Nasıl Sağlanır?.....	16
Üreten Bir Çocukluk İçin Neler Yapılabilir?.....	16
Üreten Bir Çocukluk İçin Yaratıcı Yazarlık.....	17
Üreten Bir Çocukluk İçin Doğru Dijital Kullanımı	17
Çocuğun Potansiyelini Eğitimle Özgün Bir Üretkenliğe Dönüştürmek.....	18
Üreten Bir Çocukluk İçin Çocuklara Özel Bir Dünya Tasarlamak.....	18



ÇOCUK İÇİN İÇERİK DERNEĞİ

Çocuk İçin İçerik Derneği 2017 yılında, ebeveyn ve eğitimcilerin, hangi içeriklerin hangi yaşa uygun olduğunu öğrenebilecekleri, bu konuda kendilerini geliştirip etraflarındaki ebeveynleri de bilinçlendirebilecekleri bir platform oluşturmak amacıyla kuruldu.

Kurucuları akademisyenler, içerik editörleri, psikologlar ve eğitimcilerden oluşmaktadır.

Çocuk İçin İçerik Derneği, çocukların izleyebilecekleri filmleri, okuyabilecekleri kitapları, oynayabilecekleri oyunları ve dijital ortamlarda ilgilerini çekebilecek içerikleri inceleyerek değerlendirmektedir.

İncelemeyle; hangi içeriğin kaç yaşa uygun olduğunu, çocuğa sunabileceği kazanımları, verebileceği olumsuz etkileri ve riskli unsurları bilimsel kriterler kapsamında tespit edip paylaşmaktadır.

Değerlendirmeler Akademik Danışma Kurulu tarafından oluşturulan akademik temel kriterler esas alınarak uzman psikologlar tarafından yapılmaktadır.

"www.cocukicinicerik.com" beş yüzden fazla içerik incelemesi, yüze yakın makale ve elliye yakın eğitici video ile içerik konusunda başka örneği olmayan bir rehberlik sunmaktır.



ÇALIŞTAYIN AMACI

"Doğru Yaşa Doğru İçerik" mottosuyla hareket eden **Çocuk İçin İçerik Derneği**; "Nasıl bir yeni kuşakla karşı karşıyayız?", "Onlar için doğru içerikler üretiliyor muyuz?" "Ürettiğimiz bu içerikler çocukların kişisel gelişimini ve üretkenliğini nasıl etkiliyor?" sorularını irdelemek amacıyla bir çalıştay gerçekleştirmiştir.

Alanlarında uzman kişilerden oluşan 20 panelistin katılımıyla gerçekleştirilen '**Dijital Çağın Çocukları İçin Doğru İçerik Çalıştayı**'nda çocukların zihinlerinin doğru içerikle beslenmesini etkileyen konular tartışılmış, iki gün süren çalıştay, dört başlık altında gerçekleştirilmiştir:

- 1- "Türk toplumu olarak içerik üretirken ne kadar çocuk dostuyuz?"
- 2- "Z kuşağı, kendini nasıl ifade ediyor?"
- 3- "Dijital çağda çocuklar, kişisel gelişimleri için kimleri örnek alıyor?"
- 4- "Üreten bir çocukluk nasıl sağlanır?"

Elde edilen sonuçlar, yine çocuklar için çok önemli bir gün olan 20 Kasım Çocuk Hakları Günü'nde basın aracılığıyla kamuoyuyla paylaşılmıştır.

ÇALIŞTAYIN ÖZETİ

“Dijital Çağın Çocukları İçin Doğru İçerik Çalıştayı”nda; Z kuşağı çocuk ve gençlerinin özellikleri, çocuk dostu içeriğin kriterleri, çocuklardaki üreticiliğin nasıl artırılabilir ve içeriklerin bu kuşak üzerindeki etkileri üzerine fikir paylaşımları yapılmıştır.

Gelecek için kurtarıcı olarak görülen Z kuşağı, 1998-2010 yılları arasında doğanlar olarak kabul edilmektedir. Bu kuşak günde ortalama 4-6 saatini internette geçiriyor. Hız onlar için çok önemli, boş kalmaya sabırları yok. Dijital mecraları ve teknolojiyi iyi kullanabildikleri için, kendilerine avantaj sağlayacak alanları biliyor ve girişimciliği önemsiyorlar. Etkileşimi seven bir kuşak, varlıklarından haberdar olunması onların hoşuna gidiyor. Kimlikler artık yerini profillere bırakmış durumda. Görünür olmayı istiyorlar, fakat çalışmanın zahmet kısmına odaklanmıyorlar.

Z kuşağı bilgiyi çevrelerinden değil, kendi duygu ve dünya görüşüne yakın akranlarından alıyorlar. Önceki kuşakların gördüğü sosyal ortamları, sokak/mahalle kültürünü göremedikleri için sosyalleşmeyi dijital ortamda sağlıyorlar. Eskilerdeki arkadaş grupları, sosyal mecralarda yüksek takipçi, beğeni ve popüler olma beklentisine dönüşmüş durumda. Rekabet de daha yüksek. Takım olma konusunda problemleri var. Mahremiyet algısı daha zayıf, daha şeffaflar. Duyguları, rasyonalizmin önüne geçebiliyor.

Daha küçük yaşta çocukların algısı çevresindeki her uyarana açıktır, aldığı bilgileri analiz etme ve çıkarımda bulunma noktasında ebeveyninin rehberliğine gereksinim duyarlar. Bunun için çocuğun tükettiği içeriklere vakıf olmak, kullandığı teknolojiyi bilmek, onları mümkün olduğunca dijital bakıcılardan uzak tutmak gerekiyor. Ancak bunu yaparken dijital dünya düşman olarak değil, çocukla iletişim için bir araç olarak görülmelidir.

Türkiye'deki çocuk içerik sektörü oldukça genç. Dolayısıyla tatmin edici bir çeşitliliğe sahip değil. İçeriklerin çeşitlenmesi ve çocuk dostu olması, ancak ebeveynlerin bilinçlenmesi ve talepkâr olmasıyla gerçekleştirilebilir.

Günümüzde çocuklar kendi içeriklerini üretiyor. Çocuklar, üretim sağlamak için gerekli ilham kaynaklarını içlerinde barındırıyorlar. Üreten bir çocukluk sağlamak için bu kaynakları kullanmalarına fırsat vermek, yollarını açmak gerekir. Öğretmen, öğrenme sürecinde çocuğa, içindeki hazineye inme yolunda yardım sunan bir yol gösterici olmalıdır. Doğru-yanlış sınırlarını kaldırarak, çocuğa, daha serbest düşünebileceği süreçler üretilmelidir. Teknolojik çağın içine doğan yeni nesil için teknolojisiz yaşamak oldukça güç. Bu durum, üreten bir çocuklukta teknoloji odaklı düşünmeyi de zaruri kılıyor. Teknolojinin ne kadar kullanıldığından ziyade hangi amaçla kullanıldığı daha büyük önem taşıyor.

Çocuğun ilk rol modeli ve özdeşleşme unsuru ebeveynidir. Oysa, günümüz koşullarında çocuklar iletişim ortamındaki ilk çemberde 'fenomenler'le tanışıyorlar. Fenomenlerin sunduğu samimi ilişki ve her an ulaşılabilirlik çocukları cezbediyor. Çocukların ebeveynleri dışında kişilerle özdeşim kurmasındaki ihtiyacının ne olduğu görülmeye çalışılmalıdır. Ebeveynler bu gerçeği fark ederek, çocuklarıyla ilişkilerini yeniden kurgulamalı, onlar için uygun sosyal ilişkileri sağlamalıdır. Çocuğun muhatap olduğu çevrenin yetkinliği ve çeşitliliği artırılmalı. Çocukların dijital platformlarda yalnız ve başıboş vakit geçirmesi yerine, iyi içerik seçme noktasında onlara rehberlik edilmeli. Çocuklara dijital dünyanın tanıtılması aileler tarafından olmalıdır ki, çocuk bilmediği bir platformda yanlış ilişki kurmasın. Yetişkinler kendi teknoloji okur-yazarlığını artırıp, çocuğa doğru içerikleri seçmesi konusunda rehberlik etmeli.

Çocukların da dijital platformlarda hesapları olmalı, fenomenlerle aynı düzlemde bulunmalı, onları ideal kişi değil rakip olarak görüp içerik üretmeye başlamalıdır. Bu noktada, olumlu örnek olacak fenomenlerin yetiştirilmesi de son derece önemli bir konu. Kendi fenomenlerimizi yetiştirmeliyiz ki, çocuklara örnek olacak rol modeller dijital platformlara yerleşsin. Sadece platformları eleştirmek, yapıcı bir çözüm oluşturmuyor. Dijital platformlar kaçınılmaz ise, onları istediğimiz hale dönüştürmeliyiz.



DİJİTAL ÇAĞIN ÇOCUKLARI İÇİN DOĞRU İÇERİK ÇALIŞTAYI

16-17 Kasım 2020

Moderatörler



• Dr. Melike GÜNYÜZ •



• Dr. Olgun GÜNDÜZ •



• Prof. Dr. Nilüfer Pembecioğlu •



• Prof. Dr. Belma TUĞRUL •

Panelistler



• Doç. Dr. Onur Burak DURSUN •
Sağlık Bakanlığı Otizm, Zihinsel
Özel Gereksinim Nadir
Hastalıklar Daire Başkanı



• Mahmut BİYİKLİ •
Türkiye Yazarlar Birliği
İstanbul Şube Başkanı



• Elif TATOĞLU •
TİVİBU İçerikten Sorumlu
Grup Müdürü



• Kübra TAŞKIRAN •
TRT Çocuk Uzman Çocuk
Psikoloğu



• Bilge MIHÇI ŞENEL •
Milliyet Köşe Yazarı



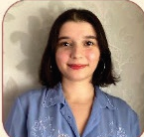
• Seda ÖĞRETİR •
NTV Haber Spikeri /
Çocuk Kitabı Yazarı



• Burak DURAK •
Kızılay Akademik Eğitim
Direktörü



• Pınar BORAN •
Dijital Medya Uzmanı



• Aleyna SARAL •
Araştırmacı Yazar



• Prof. Dr. Serap ERDOĞAN •
Anadolu Üniversitesi Eğitim
Fakültesi Öğretim Görevlisi



• Sinan AKKOL •
Çocuk İçerik Derneği
Başkanı



• Sertaç GÜNGÖR •
YOUTUBER



• Yegan ÖZCAN •
Uzman Psikolog / İçerik
Danışmanı



• Bülent ATA •
TRT Türk Koordinatörü / Çocuk
Kitabı Yazarı



• Dr. Filiz GÜLHAN •
İstanbul İl Millî Eğitim
Müdürlüğü / Okullarda Tasarım
Atölyeleri



• Doç. Dr. Başak GEZMEN •
Medipol Üniversitesi İletişim
Fakültesi



• Tülin KOZIKOĞLU •
Çocuk Kitabı Yazarı

I. OTURUM

16 KASIM 2020 10:00 – 12:00

"TÜRK TOPLUMU OLARAK İÇERİK ÜRETİRKEN NE KADAR 'ÇOCUK DOSTU'YUZ?"

MODERATÖR:

Dr. Melike GÜNYÜZ (Çocuk İçin İçerik Derneği Akademik Danışma Kurulu Üyesi, İbn Haldun Üniversitesi Karşılaştırmalı Edebiyat Bölümü Öğretim Üyesi)

PANELİSTLER:

Doç. Dr. Onur Burak DURSUN (Sağlık Bakanlığı - Otizm, Zihinsel Özel Gereksinimler ve Nadir Hastalıklar Dairesi Başkanı)
Kübra TAŞKIRAN (TRT ÇOCUK – Uzman Çocuk Psikoloğu)
Elif TATOĞLU (TİVİBU - İçerikten Sorumlu Grup Müdürü)
Mahmut BIYIKLI (Türkiye Yazarlar Birliği İstanbul Şb. Bşk.)

16 KASIM 2020, PAZARTESİ
10.00 – 12.00

Moderatör
Dr. Melike GÜNYÜZ

Panelistler
Doç. Dr. Onur Burak DURSUN
Mahmut BIYIKLI
Elif TATOĞLU
Kübra TAŞKIRAN

Destekçilerimiz
Milliyet, Tivibu, ETV, Türk Telekom

Çocuk İçin İçerik
Doğru yaşa doğru içerik

Twitter: @cocukicinicerik
Instagram: @cocukicinicerikderneği

- "Çocuk Dostu" ne demek?
- Çocuk dostu içerikler hangi kriterlere sahip olmalı?
- Çocuklar için içerik konusunda iyi-kötü çizgisi nedir?
- İçerik üreticiler bu konuda yeterli bilince sahipler mi?
- Çocuk yanlış içeriklere karşı aile çabasıyla mı korunmalı?
- Müdahale mekanizmaları nelerdir, neler olmalı?
- Türkiye'de çocuk dostu medya ve diğer mecralardaki içerikler neden bu kadar sınırlı? Bu alandaki zorluklar neler?
- Kaliteli çocuk içeriklerini artırmak için neler yapılabilir?
- Çocuk dostu medya ve diğer içerikler nasıl teşvik edilir?

BM'ye göre 18 yaşının altındaki her birey çocuktur. Fakat bu tek kriter değildir. Çocuk alıcı konumundadır ve aldığı bilgiyi muhakeme noktasında zayıftır. Bu sebeple hangi içeriğin çocuğa nasıl verileceği önemli bir konudur. Çocuk aldığı bilgiyi gelişimsel dönemine göre dinamik şekilde farklı algılar. Yani aynı veri çocuğu farklı yaşlarda farklı bilgiye götürür. Diğer yandan kültür ve değerlere uyumlu bir içerik olması da önemlidir zira çocuk aldığı bilgiyi normalleştirir.

İçerik, kullanımına göre fayda ya da zarar verir. Ebeveynler uygun, aktif içerik kullanımından sorumludur. İçeriklerde yer alan akıllı işaretler, prospektüs gibi bu konu hakkında bir fikir verir ancak yeterli değildir. Çünkü içeriğin faydasına değil, zararına odaklıdır.

2 yaş altına ekran hiç tavsiye edilmiyor ancak 2-5 yaş için ekran kelime dağarcığını artırma, karar verme fonksiyonlarını ve yürütücü işlevleri destekleme, duygu düzenlemesini sağlama gibi bazı alanlarda fayda sunabiliyor. 6-12 yaş grubu içinse yeni fikirler, farkındalık ve duyarlılık, eğitime destek, sosyal paylaşım ve birlikte çalışma, aile fertlerine erişim, karar verme süreçlerine katkı gibi faydalar gözlemlenebiliyor.

Türkiye'de televizyon ve dijital kanallara yönelik çocuk içerik sektörü, genç olması nedeniyle tatmin edici bir çeşitliliğe ulaşmış durumda değil; Çocuk gelişim bilgisinin, medeniyetin temel hikayelerinin, eğitimsel bileşenlerin, kadim bilgilerin ve sermayenin bir araya gelmesi lazım ki daha ideal içerikler çıksın. Aynı zamanda mevcut ve geçmiş içeriklerin bilgisine tüm dünya genelinde vakıf olmak gerekir ki, yeni bir şey üretme imkânı doğsun.

İçeriklerin çocuk dostu olması, ebeveynlerin bilinçlenmesi ve talepkâr olmasından geçiyor. Aileler sözlü kültürle çocuklarını desteklemezlerse, ekranın maruz bıraktığı içerik olumsuz etkisini artırır. Güvenli içerik kadar, güvenli erişim ortamı da çok önemli. Çünkü artık herkes içerik üreticisi olmuş durumda ve bunların denetim çok zor. Modern zamanlarda ebeveyn olmak demek, hayatın her durumunda çocuğu takip edebilmek ve ona eşlik edebilmek demektir.

TESPİT ve ÖNERİLER:

- Her yaş grubu için ekran süresini belirli bir sınırdan tutmalıyız. Ekran süresi, önerilen sürenin üzerine çıktığında çocuklarda fiziksel ve psikolojik alanlarda olumsuz durumlar gözlenmektedir.
- 2 yaş ve altı için ekran önerilmemektedir. Bu yaştaki çocuk sözlü kültürle buluşmalıdır.
- Ekran karşısında çocuğun yalnız kalması uygun değildir. Ebeveyn seçtiği içerikle çocuğuna eşlik etmelidir.
- Ebeveyn aktif olmalı ve çocuğa içerikle ilgili, özellikle de duygularla ilgili sorular sormalıdır. 'Sen olsan ne yapardın?' gibi.
- En dost içerik, bilgiyi süzüp sunmak istediği şeyi çocuğuna verecek şekilde ebeveynin şekillendirdiği içeriklerdir. Ebeveyn içeriği bir araç olarak kullanarak çocuğuna o araç vasıtasıyla vermek istediği mesajı seçmelidir.
- Çocuğun muhatap olduğu ekran içerikleri çocuğun hızına uygun, öğrenme hedefi olan, duygu tanımına ve kontrolüne yönelik olmalıdır.
- Yatak odasında ekran olmamalıdır.
- Ekran karşısında yemek yemek çocuklar için uygun değildir.
- Çocukların hayal gücünün gelişmesi için, hayallerinden oyun başlatabilmelidirler. Bu sebeple oynanmış oyunlar izletilmemelidir.
- 6-12 yaş grubunda ekran süresinin 2 saatin üstüne çıkmaması gerekiyor. Bu sürenin aşılması durumunda obezite artıyor, uyku kalitesi düşüyor, psikiyatrik rahatsızlıklarla karşılaşılabilir.
- Yaş ile uyumsuz cinsel içerik ve siber zorbalık, psikolojik gelişim açısından en büyük riskleri oluşturuyor.
- Çocuklarda ekran bağımlılığı problemi ekrana aşırı ilgi, arkadaşlarını reddetme, yoksunluk gibi bulgularla kendisini gösteriyor. Bu durumda ebeveyn kararlı ve tutarlı olmalı, ekran yerine kaliteli başka bir şey koyabilmeli.
- Evdeki herkes için medya kullanım kuralları olmalı. Çocukların güvenliğinden emin olmak için sosyal çevreden ve akrabalarından denetim konusunda destek alınabilmelidir.
- Yurt dışında yapılan 'Family Media Plan' Türkiye'de de başlatılabilir.
- Çocuk dostu içeriklerden çocuğa zarar vermemesi ve gelişimsel olarak desteklemesi, hayal gücünü artırması, muhakemeyi artırması, merak duygusunu tetiklemesi, müspet değerler kazandırması beklenmelidir. Bunun yanı sıra çocuğun eğlenceli vakit geçirmesi de önemlidir.
- Çocuk dostu olmanın kültürle de doğal bir ilişkisi vardır. Bazı tutum ve davranışlar toplumdan topluma ve kültürden kültüre değişir. İçerik üreticilerinin kendi toplumunun değerlerinden, dilinden, ihtiyaçlarından haberdar olması gerekir.



- Temsil edilebilir olmak güç verir.
- İçerik oluşturulurken, pedagojik uygunluğun teknik ve ilkesel yönlerinin göz önünde bulundurulması gerekir.
- İçeriklerde eğitici olmanın yanında eğlenceli bir çerçeve sunmak önemlidir. Bu iki unsur dengeli olmalıdır.
- İçerik üretirken kimin ihtiyaçlarına odaklanıldığına dikkat edilmelidir. İçeriğin ebeveyn için mi, çocuk için mi oluşturulacağını belirlemek önemli bir sorunsaldır.
- İçeriklerin aşırı korumacı şekilde tasarlanması bir sorundur.
- Yeni nesil güvenli TV platformlarının sunduğu imkanlar, ailenin kontrol mekanizmasını desteklemek açısından önemlidir.
- Çocuk İçin İçerik Derneği'nin okullarda öğretmen, öğrenci ve velilere kendisini daha çok tanıtmaya çalışması gerekmektedir.
- İçerik konusunda yeterli bilgiye sahip olmayan, ancak önerilerde bulunmak durumunda kalan öğretmenlerin eğitilmesi adına, eğitim çalışmalarının ve içerik atölyelerinin artırılması gerekmektedir.
- Niteliksiz çocuk yayınlarının çocuğa ulaşmaması konusunda ebeveynlerin ve öğretmenlerin daha dikkatli olması gerekmektedir.⁷
- MEB, "Veli Akademileri" adı altında ebeveynleri eğiten ve bilinçlendiren eğitimler sunmaktadır. Çocuk İçin İçerik Derneği bu eğitimler için iş birlikleri geliştirebilir.
- Cumhurbaşkanlığı ya da bakanlıklar kültür sanat ödülleri veriyor. Bu ödüller çocuk içerikleri çerçevesinde genişletilebilir. Senaristlerin, yapımcıların, çizer ve yazarların ödüllendirilmesi içerik üreticilerini motive edecek, örnek teşkil eden içeriklerin artırılmasını teşvik edecektir.
- MEB gibi resmî kurumların kitap tavsiye listesi sunması ayrıştırıcı bir algı yaratabilir. Ancak sivil toplum kuruluşlarının böyle listeler oluşturması rehberlik anlamında çok önemlidir.
- Çocuk İçin İçerik Derneği diğer sivil toplum kuruluşlarıyla "İçerik Rehberliği" konusunda ortak kapsamlı hareketler oluşturabilir.
- Çocuk içeriği üretmek için çok yönlü olmak gerekmektedir. Her şey dil ile başlıyor. Dili doğru kullanan uzman kişilerden oluşmuş yazı ekiplerine ihtiyaç var.
- Fikir hürriyeti, yazarların üretimi için önemli bir unsurdur. Ancak bunların çocuk içeriğine uygun hale getirilmesi için editör, yapımcı, yayıncı gerekir.
- Yayıncı sorumluluğu yazar kadar önemlidir. Kime, neyin nasıl sunulduğu konusunda yayıncılar her tür detayı dikkate almalıdır.
- Ailelerin örnek olması, çocukların yönlendirilmesinde çok etkilidir. Kendisi dijital hayatını düzenlememiş bir ebeveyn, çocuğuna da uygun rehberlik sağlayamaz.
- Aileler çocuklarını dijital dünyadan uzaklaştırmak için fiziksel etkileşimi artırmalıdır. Bunun için sosyal etkinliklere ve komşularıyla olan ilişkilerine zaman ayırmalı ve yatırım yapmalıdır.

II. OTURUM

16 KASIM 2020 12:00 – 16:00

“Z KUŞAĞI KENDİNİ NASIL İFADE EDİYOR?”

MODERATÖR:

Dr. Olgun GÜNDÜZ (Çocuk İçin İçerik Derneği Akademik Danışma Kurulu Üyesi Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü Genel Müdür Yardımcısı)

PANELİSTLER:

Aleyna SARAL (Araştırmacı Yazar)

Burkay DURAK (Kızılay Akademi Eğitim Direktörü)

Pınar BORAN (Dijital Medya Uzmanı)

Seda ÖĞRETİR (NTV Haber Spikeri – Çocuk Kitabı Yazarı)

- Z Kuşağı kimlerden oluşuyor?
- Z Kuşağı toplumlar için neden önemli?
- Z Kuşağı hangi özelliklere sahip, nelere ilgi duyuyor?
- Diğer kuşaklardan onu belirgin olarak ayıran özellikler neler?
- Kendisini nasıl ifade ediyor?
- İçerik üretenlere “Z Kuşağını tanımak”, “Z Kuşağının kendisini daha iyi ifade etmesine fırsat vermek” ve “Kuşaklar arası iletişimde ortak noktalar oluşturmak” anlamında hangi görevler düşüyor?
- Aileye ve toplumsal karar vericilere bu konularda hangi görevler düşüyor?
- Türkiye bu konuda diğer dünya ülkelerinden hangi anlamda farklılıklar gösteriyor?

16 KASIM 2020, PAZARTESİ
14.00 - 16.00

Moderatör
Dr. Olgun GÜNDÜZ

**Z KUŞAĞI
KENDİNİ NASIL İFADE EDİYOR?**

Panelistler
Bilge MİNCİ BENEL, Seda ÖĞRETİR, Burkay DURAK, Pınar BORAN, Aleyna SARAL

Destekçilerimiz
Milliyet, 5 Milliyet ÇOCUK, ETV, Türk Telekom

Çocuk İçin İçerik
Doğru yaşa doğru içerik

@cocukicinicerik, @cocukicinicerikderneği

Bir kuşağı tanımlarken ortak fikirler, deneyimler, toplumsal ve siyasal olayları görmüş geçirmişlik önemlidir. Z kuşağı için literatürlerdeki tanımlar değişiklik göstermekte, bazı kaynaklar 1995-2010 arası doğanlar, bazıları ise 1996 sonrası doğanlar olarak tanımlamaktadır. Kuşak araştırmaları yapan Amerikan araştırma kurumu Pew Research Center ise 1998-2010 yılları arasında doğanları Z kuşağı olarak kabul etmektedir.

Z kuşağı hakkında yapılan bazı araştırma verilerine göre; Z kuşağı dünya nüfusunun %24'ünü, Türkiye nüfusunun ise %31'ini oluşturmaktadır. Bu kuşağın %70'i kendi işini kurmakta ve bunların %15'i bunu henüz liseyi bitirmeden başarmaktadır.

Z kuşağı günde ortalama 4-6 saatini internette geçirmektedir. Cep telefonu ile tanışma yaşı ise ortalama 10 olarak bilinmektedir. Dijital mecraları ve teknolojiyi iyi kullanmaları sebebiyle iş hayatına atılma ve inisiyatif alma konularında da ortalama yaş düşmektedir.

Z kuşağının tanıklık ettiği başlıca önemli olaylar teknoloji çağında doğmak, sosyal medyanın yükselişi, küresel terörizm, pandemi ve uzaktan eğitim süreci gösterilebilir. Öne çıkan özellikleri ise girişimcilik, teknoloji odaklı olma, rekabetçi olma, değişime açık olma, bağımsızlığı tercih etme, sosyal medyayı hedeflerine ulaşmak adına bir araç olarak kullanma şeklinde özetlenebilmektedir.

TESPİTLER

Z Kuşağının Özellikleri

- Z kuşağı için belirli ortak özellikler ve araştırma verileri olsa da, kitle olarak kendi içinde birçok açıdan farklılıklar göstermekte ve çeşitlilikler barındır- maktadır. Bu da nicel araştırma yöntemleriyle Z kuşağının tutum ve davranışlarını analiz etmeyi ve kategorileştirmeyi güçleştirmektedir. Ancak buna rağmen dikkat çekici bazı özellikleri şu şekilde özetlenebilir;
- Bilgiye anında ulaşmak istiyorlar. Buna alışkınlar, çünkü internet buna imkan sağlıyor.
- Akışın devam etmesi ve hız onlar için çok önemli. Boş kalmaya sabırları yok. Telefon sürekli ellerinin altında ve hiçbir şeyi kaçırmak istemiyorlar.
- Eğlence, ironi ve oyun odaklı içeriklere yatkınlar.
- Öz güvenleri ve kendilerini ifade etme kabiliyetleri çok yüksek.
- Televizyon izlemiyorlar. Onların kralları Youtuberlar ve diğer sosyal mecra fenomenleri. Televizyonda ilgilendikleri bir içerik varsa, ilgilendirdikleri bölümü yine Youtube'dan istemedikleri kısımları atlayarak hızlıca izliyorlar.
- Finansal olarak daha kontrollüler. İş hayatı ve kariyer noktasında motiveler.
- Birden popüler olma, birden zengin olma isteği bu kuşağın ayırt edici özelliklerinden.
- Ümit vadeden bir kuşak. Üst kuşakların Z kuşağından bir "kurtarıcı olma" beklentisi var.
- Üst kuşaklardan ilişki kurabilecekleri rol modeller arıyorlar, bulunca da onların yönlendireceği eleştirilere ve deneyimlere değer veriyorlar.
- Çevre ve hayvan hakları konularında duyarlılar.
- Sosyal medya akımlarından etkileniyorlar.
- Kendi içeriklerini kendileri üretiyor. Çok tüketilen içerikler üreten fenomenlere ve Youtuberlara bakıldığında onların da Z kuşağından olduğu görülüyor.
- İlgi alanları ortak olduğunda kısa sürede örgütlenebiliyorlar. Görünür olmayı istiyor, fakat çalışmanın zahmet kısmına odaklanmıyorlar. Doğru yönlendirmeye ikna oluyorlar.
- Kendi seslerini duyurmak ve bir amaç uğruna savaşmak istiyorlar.
- Tüketim, gösteri, beğeni ve performans dayalı bir bakış açısıyla yaşıyorlar.
- Kimlikler artık yerini profillere bırakıyor.
- Etkileşimi, yorum yapmayı ve var olduklarının bilinip seslerinin duyulmasını seviyorlar.
- Teknolojinin kendi dilini oluşturmasıyla birlikte her mecra kendine uygun bir dil geliştiriyor. Bu da özel-likle yazılı dilin bozulmasına yol açıyor.

Z Kuşağı ve Önceki Kuşaklar

- Dijital medya açısından dijital çağın içine doğan Z kuşağı "dijital yerliler", teknolojiyi sonradan öğrenmek durumunda kalan önceki kuşaklar ise "dijital göçmenler" olarak tanımlanıyor.
- Kuşaklar arasında çatışma ve bir önceki kuşağın yeni kuşağa olan eleştirisi her dönemin bir gerçeği fakat teknolojinin hızlı gelişimiyle beraber Z kuşağının yaşam biçimi önceki kuşaklara nazaran daha hızlı değişiyor.
- Z kuşağı çevresinden değil, akranlarından bilgi alıyor. Eskiden akranlardan sonra sosyal çevre gelirdi, şimdi ise yakın çevrelerindeki akranlardan sonra sosyal medya üzerinden yine akranlar geliyor. Kendi duygu ve dünya görüşüne yakın akranları seçiyorlar.
- Çalışmak istedikleri, ilgilendikleri ve sevdikleri konularda eski kuşağa nazaran daha çalışkanlar.
- Daha açık fikirli, maceraperest ve birçok imkana sahip bir kuşak.
- Her şey olabiliyorlar, girişimci ve kurucular. Müzisyen olmak istediklerinde hiç bir ekibe ihtiyaç duymadan odalarında müzik üretebiliyor ve yayınlayabiliyorlar.
- Sosyalleşme doğasında aynı kalırken, sosyalleşme ortamı değişiyor. Z kuşağı sosyalleşmeyi dijital ortamda sağlıyor. Platformların getirdiği sınırlılıklar olsa da sosyalleşme devam ediyor. Fakat daha bireyseller.
- Eskiden liselerde popüler arkadaş grupları ve popülizm anlayışı vardı. Şimdi bu durum, sosyal mecralarda yüksek takipçi, beğeni ve oralarda popüler olma beklentisine dönüşüyor.

Z Kuşağının Karşılaştığı Sıkıntılar

- Teknoloji birçok kolaylık getirmiş olsa da, bu sebeple rekabet de daha yüksek.
- Türkiye'de işsizliğin en yoğun olduğu grup. İşe başvurduklarında, görüşme yaptığı kişiyle aynı dili konuşamıyorlar.
- Dünyada eğitim süresi en uzun kuşak. En az 12 yıl, haftada 40-45 saatleri eğitimle geçiyor. Bu açıdan bakıldığında, boş zaman geçirmek olarak nitelendirdiğimiz aktiviteleri; eğlenme, doğal kaçış, bir davranışsal keşif süreci ve gerçek hayata hazırlanmak için gerekli bir süreç olarak görülebiliyorlar.
- Akımlardan, meydan okumalardan (challenge) etkileniyorlar. En çok izlenen videolar arasında oyun oynama videoları var.
- İçerik üreticilerinden "abi" diye bahsediyorlar, onların yanlış yönlendirmelerinden etkilenebiliyorlar.
- Mahremiyet algısı zayıfladı, daha şeffaflar. Whatsapp'tan paylaşılanların iki insan arasında kalan özel bir şey olduğunu sanıyorlar. Dijital ortamda paylaşılan her şeyin kayıtlı olarak kaldığını düşünemiyorlar.
- Dijital medyada gençler çok fazla insanla muhatap oluyor ve sosyal becerileri yeterli oranda gelişmediği için kiminle muhatap olduklarını çözümleyemiyorlar.
- Cesurlar ve kendilerine güveniyorlar. Bunlarla bağlantılı handikaplar yaşayabiliyorlar.
- Duygusal bir kuşak. Pek çok noktada duyguları, rasyonalizmin önüne geçebiliyor.



■ Otonom bir kuşak. Kapitalizm, küresel kültür, bireysellik ve teknolojinin getirdikleri nedeniyle bir önceki kuşakların gördüğü sosyal ortamları, sokak/mahalle kültürünü göremediler.

■ Herkesin biricik olduğu, herkesin kendine özel bir alanının olduğu bir dönem. Bu farklılaşmayı talep ediyorlar, ancak içinde bulundukları ortamlar bu ihtiyaçlarını karşılayamıyor.

■ Dijital dünyada kendi görüşüne yakın akranlarını seçme özgürlüğüne sahip olmalarına karşın, gerçek hayatta kendilerinin seçemedikleri takımlarda çalışmak zorunda kalınca zorlanıyorlar.

■ Z kuşağı üst kuşaklardan iletişim araçlarını, iletişim hızını ve kullandıkları dili yakalamasını, anlamasını bekliyor, talep ediyor. İş hayatı ve sosyal hayatta karşılaştıkları gruplar, bu beklentiyi karşılayamadığı takdirde düzene adapte olmaları güçleşebiliyor.

■ Z kuşağı girişimciliği önemsiyor, çünkü sosyoekonomik statünün standart bir maaşla yükselemeyeceğini düşünüyorlar.

■ Çok fazla haber duyup çok daha fazla kaygılı olunan bir dönemde yaşıyorlar.

■ Ebeveynler geçmiş dönemlere oranla daha korumacı davranıyorlar. Eskiden ebeveynler çocuklarını istemedikleri ortamdan uzak tutarak önlem alabilirken, şimdi aynı platformda herkes birbiriyle muhatap olabiliyorlar ve kontrol etmek zorlaşıyor.

■ Bir yandan çok fazla özgürlükleri varken, bir yandan da düzenin içinde tutsaklar.

■ Dijital ortamlarda sürekli tüketici gözüyle değerlendirilerek satın alma dürtüsünü tetikleyen reklamlara maruz kalıyorlar.

■ Kalabalık ailelerden çekirdek ailelere geçildi. Ebeveynlerin yaşam mücadelesi veriyor olması ve çevrenin daralması, kontrol mekanizmasını zayıflattı. Çoğu zaman kendileriyle baş başalar ve bir rol model arayışındalar.

■ Birçok konuda düşünüldenden daha kaygılılar. Araştırmalarda pandemi döneminde, yaş grubu düştükçe kaygının arttığı tespit edildi.

■ Z kuşağına sorulduğunda en büyük problemlerini "ekonomi ve işsizlik" olarak tanımlıyorlar. Bunu "ciddiye alınmama" takip ediyor.



ÖNERİLER:

■ Z kuşağının, içinde çeşitlilik barındıran heterojen bir kitle olması, davranış ve tutumlarını analiz etme konusunda kullanılan konvansiyonel araştırma araçlarının tekrar gözden geçirilmesini gerekli kılıyor. Nicel araştırma yöntemleri kullanılarak, düşük hata payıyla bir genelleme oluşturmak yerine, nitel ve derinlemesine görüşme içeren araştırma yöntemlerinin tercih edilmesi, araştırmalardan daha verimli sonuçlar alınmasını sağlayacaktır.

■ Meslek hayatının başında rehberliğe ve koçluğa ihtiyaçları var. Bunun için bir kültürel çevirmen gibi rol alacak kurumlar ve iş kolları oluşturulmalı.

■ Z kuşağı yararlı bilgiye de, zararlı bilgiye de çok çabuk ulaşabiliyor. Onları zararlı bilgi ve içerikten korumak adına çalışmalar yapılmalı.

■ Z kuşağına ulaşabilmek için onların oynadıkları oyunlara eşlik edilebilir, sosyal mecralarda onlarla etkileşim içinde olunabilir.

■ Kontrolün zor olduğu platformların getirebileceği zararların farkında olunarak, çocuklar ekranla yalnız bırakılmamalı.



■ Kuralcılıktan çıkılarak onları anlamaya, tanımaya, onlarla ilişki kurmaya gayret edilmeli.

■ Hızlı yaşadıkları için süreç algısından uzaklar ve bu anlamda daha kırılganlar. Sosyal merak duygusunu yönetmek için olayların "giriş-gelişme-sonuç"tan oluşan bir süreçle gerçekleştiği konusunda onlara rehberlik edilmeli.

■ Pandemi ve gelecek konularındaki kaygılarını sönmölemek için onları anlayıp, çözümleyip, onlara rehberlik oluşturulmalı.

■ Öğreten kişinin; çok bilen kişi rollerine girmeden, ihtiyacı olduğunda ona yol göstermeye hazır, harita sunan kişi rolünü üstlenmesi rehberlik sunma konusunda Z kuşağının dikkatini daha çok çekecektir.

III. OTURUM

17 KASIM 2020 10:00 – 12:00

“DİJİTAL ÇAĞDA ÇOCUKLAR KİŞİSEL GELİŞİMLERİ İÇİN KİMİ ÖRNEK ALIYORLAR?”

MODERATÖR:

Prof. Dr. Nilüfer Pembecioğlu (Çocuk İçin İçerik Derneği Akademik Danışma Kurulu Üyesi - İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon, Sinema Bölümü Öğretim Üyesi)

PANELİSTLER:

Prof. Dr. Serap Erdoğan (Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi)

Sinan Akkol (Çocuk İçin İçerik Derneği Başkanı)

Sertaç Güngör (Youtuber)

Yegan Özcan (Uzman Psikolog-İçerik Danışmanı)

- Aile, öğretmenler, sosyal çevre, otorite figürleri, medya, dijital dünya...
- Çocukların kişisel gelişiminde hangisi daha etkili bir role sahip?
- Dijital dünyadaki hızlı gelişim, çocukların “rol-model alma” tavrını nasıl etkiledi?
- Dijital rol modeller temelde ne mesajlar veriyor?
- Bu mesajlarla çocukların gelişimini nasıl etkiliyorlar?
- Youtuber ve Streamerlar çocuklarla hangi konularda etkileşim halindeler?
- Youtuber ve Streamerlar denetleniyor mu?
- Youtuberlar ve Streamerlarla etkileşim nasıl daha sağlıklı hale getirilebilir?

Günümüzün gerçekliği haline gelen dijital platformların özellikle çocuklar ve gençler üzerinde yarattığı etki ebeveynleri kaygılandırmakta ve ne yapacağını bilemez bir durumda bırakmaktadır. Bu belirsizlik ve endişeden kurtulmak için ebeveynler, yeterince tanımadıkları dijital platformlarla ilgili farkındalıklarını arttırıp çocuklara ve gençlere uygun ve dengeli bir rehberlik sunmalıdırlar.

17 KASIM 2020, SALI

10.00 - 12.00

Moderatör

Prof. Dr. Nilüfer PEMBECİOĞLU

Panelistler

Prof. Dr. Serap ERDOĞAN
Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi
Öğretim Üyesi

Sinan AKKOL
Çocuk İçin İçerik Derneği Başkanı

Sertaç GÜNGÖR
YOUTUBER

Yegan ÖZCAN
Uzman Psikolog / İçerik Danışmanı

Destekçilerimiz

Milliyet 5 Milliyet ÇOCUK ETV Türk Telekom

Çocuk İçin İçerik
Doğru yaşa doğru içerik

@cocukicinicerik
@cocukicinicerikderneği



TESPİTLER ve ÖNERİLER:

■ Çocukların dijital platformlara yönelmesinde en büyük etkenlerden biri, platformdaki 'yabancılar' tarafından kabul görmeleridir. Bu durum çok yanlış etkileşimlere neden olabileceği için büyük risk oluşturmaktadır.

■ Dijital platformların denetlenmesi pek mümkün değildir. Özellikle sosyal medyaya entegre olmuş platformların denetlenmesi zordur, çünkü dakikalar içinde milyonlarca içerik üretilmektedir.

■ Denetim mekanizması yerine donanım mekanizmasına odaklanmak gerekir. İyi içerik seçme noktasında ebeveyn ve çocuklar donanım sahibi olmalıdırlar. Çocuk İçin İçerik Derneği'nin en önemli hedefi bu donanım için rehberlik sunmaktır.

■ Dijital platformları tamamen yasaklamak etkili bir çözüm değildir, çünkü bu platformların olumlu etkilerinden de yoksun kalınmış olunur. Burada önemli olan bilinçli kullanımı arttırmaktır.

■ Ebeveynler çocuklarından talep ettikleri alışkanlıklar için aynı zamanda rol model olmalı, kendi kişisel ekran zamanları ve kullanımlarını da takip etmelidir.

■ Dijital platformlar tek başlarına zararlı değildir. Zarar oluşturan şey, çocukların bu platformlarda yalnız ve boş vakit geçirmesi, içerik seçmeyi bilmeden tercihlerde bulunmasıdır.

■ Ailelerin platformlar hakkında daha çok bilgi edinmeleri, gerekirse platformları deneyimlemeleri gerekmektedir.

■ Erken yaş çocukluk deneyimi ne kadar zenginse, gelişim için katkısı o derece büyüktür. Temel beceri inşası erken yaşta çok önemli ve etkilidir.

■ Çocuklar ve gençler rol model olarak öğrenmektedirler. Burada önemli olan onlara kaliteli ve zengin bir rol model çevresi sunabilmektir.

■ Erken çocukluk döneminde ilk 3 yaş içerisinde bir çocuğun gelişimine 1 birim yatırım yapıldığında topluma 8 birim geri dönüş gerçekleştiği saptanmıştır. Beslenme yetersizliği önleildiğinde 18 kat, okul öncesi eğitim verildiği takdirde 4 kat dönüş olmakta; ev ziyaretleriyle dil gelişimi 3 kat artmaktadır. Dil gelişimi için rol modeller çok önemlidir.

■ Erken yaşlarda çocuğun dürtü kontrolü, sabır, sebat, öz bilinç, dayanıklılık, gibi temel becerileri yerleşmeye başlar ve erişkinlik dönemi bundan etkilenir.

■ Başarı ve başarısızlık duygusu çocuğun kişisel gelişimini çok etkiler. İzlediği içeriklerde başarılı veya başarısız insan nasıl olur noktasında çocuğun zihninde oluşturulan algı ve imaj önemlidir.

■ Çocuğun muhatap olduğu çevrenin yetkinliğinin ve çeşitliliğinin artması gerekmektedir.



- Çocuklara gerçek ve gerçek olmayan yaşantı arasındaki farkı ayırt etmeyi öğretmek gerekmektedir. Dijital platformlar zengin bir ortam sunarken bir yandan da çocuğun gerçeklik algısını değiştirmektedir. Oysa erken yaşlarda somut görüntüler çocuğu etkiler, çocuklar gördüklerini doğru kabul ederler.
- Alfa çocuklar anne karnından itibaren ileri teknoloji ve sanal yaşamı içselleştirmeye başlar.
- İlk rol model ve özdeşleşme unsuru ebeveynidir. Çocukların fenomenleri rol model olarak aileye verdikleri mesaj, aile tarafından anlaşılmalıdır. Fenomenler ailenin bıraktığı boşluğu doldurmaktadır.
- Çocuklar güç ve otorite figürü arzularlar. Çocuklarla arkadaş olan ebeveyn tutumu, çocuğun ihtiyaçlarına cevap veremez. O nedenle çocuklar, saygı duydukları ve ona saygı duyan fenomenlerin peşinden giderler. Çünkü orada ortak bir dil konuşabilmektedirler. Fenomenlerin sunduğu samimi ilişki ve her an ulaşılabilirlik, çocukları cezbetmektedir. Ailelerin bu şartları kendi ilişkilerinde de kurgulamaları gerekmektedir.
- Olumlu örnek olacak fenomenlerin yetiştirilmesi gerekmektedir.
- Etkin olan çocuğun platformda nasıl vakit geçireceğini belirlemektir, yasaklamak değildir. Çocukların öz denetimi gerçekleştirmesi için aile tarafından iyi desteklenmesi gerekmektedir.
- Bilgisayarlar çocuklar için üretim sahasıdır, çocukların üretim için bilgisayar kullanımını yetkin şekilde öğrenmesi gerekmektedir. Tablet ve telefonlar tüketim sahalarıdır. Dijital platformda yalnızca tüketici konumunda olan çocuklara üretme imkânı tanınması gerekmektedir. Çocuklar dijital platformlar içerisinde edilgen konumdan etken konuma geçemedikleri takdirde dijital platformların gerçekliğini anlayıp idrak etmekte zorlanırlar. Bu sayede çocuk idealize ettiği fenomeni rakip görerek hiyerarşik ilişki modelini yıkmış, hayranlığını azaltmış olur.
- Ailelerin çocuklarına olan ilgilerini hissettirmeleri ve çocuklarının yetenek ve kapasitesinden haberdar olmaları gerekmektedir. Çocuklara 'çocuk' muamelesi değil, birey muamelesi yapılmalıdır.
- Ebeveynlerin çocuklarını karar alma mekanizmalarına dahil etmeleri ve özellikle çocuğun yaşantısıyla ilgili kararları çocuklarıyla konuşarak almaları gerekmektedir.
- Dijital okur-yazarlık eğitimleri arttırılmalıdır.
- Çocuklara uygun sosyal ilişkilerin sağlanması gerekmektedir. Zira çocuklar kendi sosyal ağlarını oluşturmaya ve çözümü fenomenlerle ilişkide bulmaya eğilimlidirler. Dijital ortamların çekiciliği bireyin yalnızlık hissinden kaynaklıdır.



- Ebeveyn çocuğuyla ilişki inşa etmek ve iletişim kurmak için onun dünyasına girmeli örneğin onunla dijital oyunları oynayabilmelidir.
- Çocuklara dijital dünyanın tanıtılması aileler tarafından olmalıdır ki, çocuk karşılaştığı zaman bilmediği bir platformla yanlış ilişki kurmasın.
- Ahlak ve eleştirel bakış, dijital dünyada yer alırken dikkat edilmesi gereken önemli bir unsurdur.
- Örgütlenme ve manipülasyon dijital dünyanın olumsuz güçlerindendir.
- Otantik öğrenme ile teknoloji entegre olmalıdır.

IV. OTURUM

17 KASIM 2020 14:00 – 16:00

“ÜRETEBİR ÇOCUKLUK NASIL SAĞLANIR?”

MODERATÖR:

Prof. Dr. Belma Tuğrul (Çocuk İçin İçerik Derneği Akademik Danışma Kurulu Üyesi - İstanbul Aydın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi)

PANELİSTLER:

Bülent ATA (TRT Türk Koordinatörü / Çocuk Kitabı Yazarı)
Dr. Filiz GÜLHAN (İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü Tasarım Atölyeleri Koordinatörü)
Doç. Dr. Başak GEZMEN (Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi)
Tülin KOZİKOĞLU (Çocuk Kitabı Yazar)

- “Üretebilen Çocuk” ne demek?
- Çocuklara üretebilirlik vasfı nasıl kazandırılabilir?
- Çocuklar bu konuda hangi yollarla beslenebilir?
- Çocuklara sorumluluk yükleyen yaklaşımlar ve içerikler nasıl olmalı?
- Bu yaklaşımlar ve içerikler nasıl desteklenebilir?
- Ailelere bu konuda hangi görevler düşüyor?
- Medya, MEB, yayın evleri vb. gibi kurumlara bu konularda hangi görevler düşüyor?

17 KASIM 2020, SALI
15.00 - 17.00

Moderatör
Prof. Dr. Belma TUĞRUL

Panelistler
Bülent ATA (TRT Türk Koordinatörü / Çocuk Kitabı Yazarı)
Dr. Filiz GÜLHAN (İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü Tasarım Atölyeleri Koordinatörü)
Doç. Dr. Başak GEZMEN (Medipol Üniversitesi İletişim Fakültesi)
Tülin KOZİKOĞLU (Çocuk Kitabı Yazar)

Destekçilerimiz
Milliyet, Çocuk, ETV, Türk Telekom

Çocuk İçin İçerik
Doğru yaşa doğru içerik
@cocukicinicerik, @cocukicinicerikdernegi

Üreten bir çocukluğun nasıl sağlanabileceğini bulmak için ailesel ve çevresel faktörler gözden geçirilmeli; çocuğun içinde taşıdığı yaratıcılığı ortaya çıkarmak için neler yapılabileceği, hangi engelleri aşmak ve nasıl fırsatlar sunmak gerektiği gibi konular irdelenmelidir.

Üreten Bir Çocukluk İçin Neler Yapılabilir?

Çocuklar kendilerini besleyecek ilham kaynaklarını içlerinde barındırmaktadır. Üreten bir çocukluk sağlamak adına bu kaynakları kullanmalarına fırsat vermek, yollarını açmak gerekmektedir.

Beklentiler ve sıkı kurallarla çocukların normallerine müdahil olmamalı ve sorumluluklar vererek öğrenmelerine rehberlik etmeli, yeteneklerini ve üretkenliklerini keşfetmelerine fırsat tanımalıdır.

Oluşturulan projelerde çocuklar da işin içine dahil edilmelidir. Barış Manço'nun, programlarında çocukları müzik üretmeye teşvik etmesi gibi, içerik üretiminde de çocukların dahil olduğu projeler üretilmelidir.

Çocuk dergileri, çocuk kanalları ve çocuk programlarına çocuklar da dahil edilerek, bu yayınların kendilerine ait olduğu hissettirilmeli ve katılımları sağlanarak üretkenlikleri artırılmalıdır.

Çocukların üretim sürecine dahil olacakları projeler için dijital çağ büyük bir avantaj sağlamaktadır. Dijital ortamların sunduğu imkanlarla çocuklar kendilerini ifade edebilmek için birçok yol bulabilmektedir.

Üreten Bir Çocukluk İçin Yaratıcı Yazarlık

Yazı, dijital çağda hayatımızdan çıkmak yerine tekrar girdi. Eskiden birçok konuya sözlü iletişimle çözüm üretilirken bugün bunlar e-postalar veya online mesajlarla yapılmaktadır. Ancak, sözlü iletişimle söyleneblen birçok şeyin yazılı iletişimle ifade edilmesinde zorlanılmaktadır. Çünkü yazı ayrı bir dildir ve kendi kuralları vardır.

Konuşurken bize yardımcı olan mimikler, vücut dili, tonlama gibi anlatım öğeleri yazılı iletişimde yok, kelimelerle baş başayız. Bu sebeple çocuklarımıza yazıyla kendilerini ifade edebilmeyi ve yazı dilini öğretmeliyiz. Bunun için yazı dilini ikinci bir dil gibi görmek gerekmektedir. Hakimiyet arttıkça, sözlü iletişimde söyleyebildiklerimizin aktarımı daha başarılı olacaktır.



Çocuklara ikinci bir dil nasıl oyunlarla öğretiliyorsa, yaratıcı yazı da bu şekilde öğretilmelidir. Yazı dilini oyunla öğretmek belirli sınırlar koymaktan geçmektedir. Oyunla konulan küçük sınırlar, çocukların farklı şeyler üretmeye cesaret etmelerine yardımcı olmaktadır. Sınır koymak, çocuğun hayal dünyasını kısıtlamak değil, aksine çocuğun yalnız hissetmesini önlemek için onunla birlikte yürümektir. Yol gösteren sınırlar aslında yaratıcılığı artırıyor, çünkü sınırları belirlenmeden istenen yazılarda çocuklar ilk akıllarına gelene, güvenli alana, yani alışılmış olana yöneliyor. Çocuklara kendi içlerine dönüp duygularını fikirlerini toparlamalarına yardımcı olacak sınırlar belirleyerek nasıl yazacaklarını, farklı açılardan nasıl bakacaklarını öğretmemiz gerekmektedir.

Yazı yazmak bir konuya farklı bir açıdan bakabilmeyi gerektirmektedir. Bu noktada kelimeler bir araya getirilmeden önce, düşünceler bir araya getirilebilmelidir. Çocukların kendilerini etkili bir şekilde ifade edebilmesi ancak disiplinler arası çalışmalarla mümkündür. Çocuklara yazı tekniğini öğrettikten sonra pratik yapmalarını sağlamak bir zorunluluktur. Pratik için yazı dilini iyi kullanan kimselerin eserlerini okumak, sonrasında da bolca yazmak, yazıda kilometre yapmak gerekmektedir.

Üreten Bir Çocukluk İçin Doğru Dijital Kullanımı

Dijital yerliler dediğimiz teknolojik çağın içine doğan yeni nesil için kısa süreliğine bile olsa teknolojik aletlerden uzak yaşamak büyük huzursuzluğa sebep olmaktadır. Bu durum üreten bir çocukluktan bahsederken teknoloji odaklı düşünmeyi de zaruri kılmaktadır. Teknolojiyi ne kadar kullandığımızdan ziyade, hangi amaçla kullandığımız önemlidir. Öğrenmeyi okulun dört duvarından çıkarmak adına teknolojiyi etkin kullanarak çocuklara uyarlamak gerekir. Çocuk, küçük yaştan itibaren düşüncelerini serbest bırakarak kendi deneyimlerini kazanması için cesaretlendirilir ve ona eleştirel bir bakış açısı kazandırılırsa, daha üretken olacaktır.

Çocuğun Potansiyelini Eğitimle Özgün Bir Üretkenliğe Dönüştürmek

Erken çocukluk döneminde çocuklar son derece yaratıcı ve tasarımcıdır. Hep bir şeyle meşgul olurlar. Kalemle yapılmış bir karalamadan bir efsane, bir öykü çıkarabilirler. Böyle yaratıcı bir zenginliğe sahip çocuklar, formal sistemin içine konulduğunda içlerindeki hazineyi işlemek konusunda çeşitli sıkıntılar yaşayabilmektedir.

Üretkenliğin geliştirilmesi için, üretkenliğin “doğru-yanlış” kalıplarına sokulmaması gerekmektedir. Öğretmen, öğrenme sürecinde, içindeki hazineye inme yolunda çocuğa yardımcı olan bir yol gösterici konumunda olmalıdır. Doğru yanlış sınırları, üretimde de kalıplaşmaya yol açmakta. Özgünlük kaybolmaktadır.

Disipliner eğitim, alanlar arası bağlantı kurabilme yetisini öldürmektedir. Öğrendiğini anlamak bağlantı kurmayla mümkün olmaktadır, bunu sağlamak ancak disiplinler arası eğitimle mümkün olmaktadır. Bilim, sanat ve doğa bağlantılar kurularak öğretildiğinde çocuklara daha anlamlı gelmektedir. Bu noktada eğitimin içinde kullanılan “Tasarım-Beceri Atölyeleri”, çocuğa yaşamın her alanıyla bir araya gelmesi ve içindeki hazineyi keşfetmesi için bir yol sunmaktadır.

Eğitim sistemi, çocukları sadece bilgilendirecek şekilde değil, biraz da duygu aktarımına izin verecek şekilde düzenlenmelidir. Performans kaygısı nedeniyle çocukların öğrenme şevkleri olumsuz etkilenmektedir. Oyun, bu şevki tekrar kazanmak için kullanılabilir. Çocuğa oyunla “yapabilirsin!” duygusunu vermek ve oyunu performans kaygısının panzehiri olarak eğitimin içine yerleştirmek gerekmektedir.

Eğitimde öğretilen disiplinler bilginin hayattaki yerini anlatmak, dersleri çocuklar için oyun haline getirmek açısından önemlidir. Bilgiler hayatın içinde deneyimlendiği takdirde ders olarak görülmemekte ve daha iyi öğrenilmektedir. Öğrenme planı, aktivitelerle, ders işlediklerinin bile farkında olmadan gerçekleştirilebilmektedir.

Üreten Bir Çocukluk İçin Çocuklara Özel Bir Dünya Tasarlamak

Çocukların tükettikleri içerikleri ve dışarı çıktıklarında yapabilecekleri etkinlikleri, çocuklara özel tasarımlar yaparak güçlendirmek gerekmektedir.

Şu an Türkiye’de çocuklar için özel tasarlanmış dizilerin üretimi çok sınırlıdır. Çocuklar dizi izlemek istediklerinde yetişkinler için yapılan içerikleri izlemek durumunda kalmaktadır. Çocuklar için özel bir dünya oluşturmak ve özel içerikler üretmek gerekmektedir. Yetişkinler için tasarlanan içerikleri tüketen çocuklar,



birdenbire büyümek durumunda kalmaktadır. Her televizyon kanalı, çocuklar için belirli sürelerde içerik üretirse, çocuklar, yetişkinler için hazırlanmış içerikleri seçmek durumunda kalmayacaktır. Bu ayrıca, çocuklara kendi rol modellerimizi göstermek, kendi gelenekleriyle kendi aile kültürüyle barışık çocuklar yetiştirmek noktasında da önemli bir adım olacaktır.

Bu noktada, bu amaçla üretilen projelerden vergi alınmayarak çocuklara özel tasarlanan her türlü projenin teşvik edilmesi büyük önem taşımaktadır. Teşvikler, bu alanda çalışacak ve çocuk için içerik üretebilecek uzmanlık alanlarının oluşması ve bu alanda daha çok üretim yapılması açısından destekleyici olacaktır.



Çocuk için İçerik

Doğru yaşa doğru içerik