

sine, yeni medya türlerinin doğmasıyla ya da medyalar arasında yeni dengelerin oluşmasıyla geleneksel medyada geniş çaplı bir değişim olması genel geçer bir kural gibi görünüyor.

Burada sözü edilen çocuk ve gençlik edebiyatının medya toplumdaki değişimini üç açıdan betimleyebiliriz; birincisi edebi değişim, yani içerik ve konu açısından, edebi teknik ve form açısından bir değişim (Bkz. Ewers 1995a, 1995b); ikincisi işlevsel değişim, yani kullanım şekli açısından; üçüncüsü sistem değişimi, yani konumlardaki değişim ve statü değişimi açısından.¹ Aşağıda çocuk ve gençlik edebiyatının işlevsel değişimi üzerinde odaklanarak, bu edebi türün genel statüsü üzerinde ortaya çıkan değişimleri inceleyeceğiz. Bu arada çocuk ve gençlik edebiyatının değişimine ve sistem niteliğine kabaca değinmekle yetineceğiz. İncelememiz son 10-15 yılı kapsıyor.¹ Asıl konum olan çocuk ve gençlik edebiyatındaki işlevsel değişime geçmeden önce günümüzde multimediyatik bir çocuk gününü kabaca çizip edebi sosyalizasyonun (çocuğun edebiyatla tanışma sürecinin) değişen çerçeve koşullarını ana hatlarıyla anlatmak istiyorum.

Medya Toplumunda Edebi Sosyalizasyon

Yazıya bağlı edebi kültüre giriş tarihin her döneminde oldukça geç yaşlarda başlamıştır. Süreç hep şöyle işlemiştir; çocuklar daha önce diğer kültür alanlarıyla haşır neşir olmuşlardır, resim ve resimli hikâyeler alanıyla, oyunculuk, sözlü şiir ve şarkı alanıyla ve hikâye anlatma alanıyla. Bu, bugün de geçerli olmakla birlikte yazı öncesi kültürel uygulamalar alanı birçok açıdan değişmiştir; her şeyden önce olayın hacmi çok büyümüştür, şaşırtıcı ölçüde bir arz artışı olmuştur. “Günümüz çocukları” medya araştırmacısı Horst Heidtmann’ın deyimiyle “görsel, işitsel ve multimediyatik bir çevrede yetişiyorlar. (...) En yenileri dahil, bütün medya araçlarından

¹ Çocuk ve Gençlik edebiyatının belli başlı işlevsel değişimleri hakkındaki düşüncelerim, işin arz tarafıyla sınırlıdır. Her iletişim, her yayın her zaman alıcıya, tüketiciye ya da başka bir deyişle okura, belli bir amaca yönelik kullanımı öneren mesajlar içerir. Çocuk ya da genç alıcılar bu arzları amaçlanan şekilde kullanıyorlar mı, bu ayrı bir soru. Yani söz konusu olan, çocuk ve gençlik edebiyatının yeni sınıflama biçimleri değil, yeni önermeleri ve önerilen kullanım yönetimleridir. Çocuk ve gençlik edebiyatındaki arz konusunda bu yönü de ele almak bana önemli gibi geliyor, bunun önemli bir nedeni arz olgusunun fiili çocuk ve gençlik edebiyatının kullanımını yönlendirecek güte olmasıdır. Burada hatırlatmak gereken nokta, dikkatin sadece okuyan özneye odaklanmaması; yoksa arz olayının gücünü küçümseme tehlikesi vardır. Genelde teknolojik yeniliklerden yararlanarak kaydedilen, “medya piyasasındaki arzla ilgili gelişmeler” çok açık ve net olarak “işin talep tarafını ve beraberinde medya kullanım biçimini de değiştirmiştir,” der, medya uzmanı Malake (1996:18).