

yararlanmak istiyorlar. ”

(Heidtmann 1996, 7) Radyo, teyp kaseti, televizyon, video kaseti, bilgisayar ve CD-Rom gibi medya araçları kültürel arzların çocuk alıcılar tarafından alınılanmasını kolaylaştırdılar ve yetişkin araçların yardımından bağımsızlaştılar. Her tür pazarlama olanağı kullanarak medya alanı dışında da programlar tanıtılmaktadır; oyuncaklar, giysi, yiyecek ve içecek gibi ürünler kullanılarak. “Bilinen Merchandising olanaklarının tümü (oyuncaktan meyveli yoğurda kadar) bütün piyasayı kaplamıştır. ” (Malaka 1996,7) Okulöncesi dönemdeki çocuklar günümüzde, hikâye ve diğer eğlence tarzlarıyla günün her saatinde, her yerde iç içeler.

Diğer taraftan işitmeyi ve görmeyi, dokunmayı ve tatmayı temel alan bu kültürel uygulamalar artık sadece geçiş dönemini ilgilendirmiyor. 50’li 60’lı yıllara kadar çabuk öğrenilen bu uygulamaların çoğu çocukluk dönemine özgüydü. Aralarındaki en önemlileri, sözlü masal anlatımı ve kitaptan hikâye okuma, çocuk kültürüne özgü alışkanlıklardı ve büyüyünce arkada bırakılıyorlardı. Bugün okulöncesi dönemdeki çocuklar daha sonraki dönemlerde de önemini yitirmeyen, yani zamana bağlı olmayan çok sayıda kültürel uygulamalar öğreniyorlar. 2-3 yaşlarında çocuklar birer televizyon tüketicisi oluyorlar; okulöncesi dönemin sonunda, en geç ilkokulun son yıllarında bilgisayar oyunları sayesinde deneyimli birer bilgisayar kullanıcısı oluyorlar. Böylece çocuklar, büyüdükleri zaman da kullanacakları, büyüklerin de kullandığı bir kültürel uygulamaya başlamış oluyorlar. Medya kullanımı ve ona bağlı kültürel uygulamalara bakarak günümüz çocuklarının önceki zamanlara göre büyüklerden daha az farkları olduğunu görüyoruz.

Yazı kültürü ve edebi sosyalizasyon açısından bakıldığında burada olumlu ve olumsuz birçok temel koşul görüyoruz: Günümüz çocukları okuma-yazma öğrenme döneminde daha öncekilere kıyasla kültürel arzların daha deneyimli tüketicileri oluyorlar. Daha gelişmiş bir alımlama edincine sahiplerdir, sayısız bölümden oluşan radyo oyunlarının ve televizyon dizilerinin deneyimli izleyicisidirler. (Bunlar bize basit örgülü görünse de çocuklar için karmaşıktır); tabii hızlı reaksiyon gerektiren bilgisayar oyunlarını unutmamalıyız. Kanımca bu çocukların görsel-işitsel alımlama edinçleri, yazılı medyadaki karmaşık mesajları anlamalarını ve kavramalarını kolaylaştıran bir temel oluşturuyor. Buna, okula yeni başlayan birçok