

# Çocuk kitapları pazarlanmalı mı?

Aileler, çocuklarına nitelikli kitaplar bulmakta zorlanıyor.



“Çocuklar hiç kitap okumuyor!” Herkes bu durumdan şikayetçi ancak kimse elini taşın altına sokmuyor. Pazarlama sözcüğü kitapla aynı cümlede anılınca yüzler buruşuyor, kaşlar havaya kalkıyor ama kitapsever bireyler yetiştirmek için nitelikli kitapların pazarlanması şart

## TÜLİN KOZIKOĞLU

19-20 Ekim tarihlerinde gerçekleşen Perakende Günleri'nde her yıl olduğu gibi bu yıl da katılımcılara rengarenk gülümseyen bir stand vardı; etkinliği düzenleyen Soysal Danışmanlık'ın kardeş kuruluşu **Güneşiği** Kitaplığı. “Çocuk kitapları yayımlayan bir yayınevinin bunca iş adamı ve iş kadınının arasında ne işi var? Çocuk kitabı dediğin çokluklu çocuklu ortamlarda boy gösterir,” diye düşünüyorsanız size bir haberimiz var: Düzenli kitap okuma alışkanlığının yüzde 0.1 olduğu, kişi başına yılda kitaba yapılan harcamanın 90 kuruşu geçmediği bir ülkede yaşıyoruz!

Ülke sorunlarını tartışan yetişkinler her fırsatta “Eğitim şart,” diyor, anne-babalar çocuklarının kitap okumamasından şikayetçi oluyor, çocuklarına kitap okumayı sevdirmek için çırpınıyor fakat çocuklarına kitap almıyor! Gariptir ki kitap almaya niyetli olup, kitabevelerinin yolunu tutan ebeveynler de kimi zaman elleri kolları kitaplarla dolup taşarak, kimi zaman da tek bir kitap bile alamadan evlerine dönüyor. Evlerde iki farklı görüntü... Kimisinde estetik ve edebi değerden yoksun kitapların yığıldığı bir kitap kirliliği, kimisinde kitap yoksunluğu.

Her iki durumun da yarattığı sonuç aynı: Kitapları sevmeyen çocuklar! Aslına bakarsanız, her iki durumu yaratan sebep de aynı: Seçim yapma kifayetsizliği. ‘Nitelikli kitap’ın kriterlerini belirleme ve öğrenmedeki beceriksizlik. Çocuklara kitap okumayı sevdirmek söz konusu olunca tüm yollar aynı yere çıkıyor: Nitelikli kitap! Anne-babaların dilinden düşmeyen ortak soru ise ‘Çocuğuma hangi kitabı alacağım, hangi kitap iyi?’ Hal böyle olunca da nitelikli kitap yayımlayan yayınevlerine önemli bir görev daha düşüyor: Okuru yayımladığı kitaptan haberdar etmek... Özetle, yayımladığı kitabı ‘pazarlamak’!

Ülkemizde ‘pazarlama’ sözcüğü kitapla aynı cümlede anılınca yüzler buruşuyor, kaşlar kalkıyor, ‘pazarlama’ eyleminin kitabın edebi değerine gölge düşürdüğü yönünde bir tavır alınıyor. Yetişkin kitapları söz konusu olduğunda binbir çeşit söylem sarıp sarmalıyor ortalığı. “Kitabı pazarlamak mübah mıdır?” konusu tartışılacaktır, biz “Çocuk kitabını pazarlamak mübah mıdır?” mevzusuna biraz bakalım.

‘Pazarlama’ kelimesi bünyesinde rekabeti barındırıyor. Söz konusu olan ürün ne olursa olsun, satışı gerçekleştiren kurum rakibinin pazar payından alıyor. Eve yoğurt alırsanız, ya

birini alıyorsunuz ya da diğerini. Araba alırsanız bir markada karar kılmak zorundasınız. Oysa ‘pazarladığınız’ ürün kitapsa, hele hele çocuk kitabıysa, pazarlamanın tüm dengeleri sihirli bir değnek değmişcesine şaşıyor. Yayımlanan her iyi kitap ‘kitap okumayı biraz daha seven’ bir çocuk yaratıyor. Yedikçe midesi genişleyen, midesi genişledikçe yemeye doyamayan bir dev misali, okumanın tadını almış bir çocuk da kitaplara olan açlığını bastırabilmek için daha çok okuma peşine düşüyor. Nitelikli her kitap diğer nitelikli kitapların da okunurluğunu artırıyor.

Tam da bu sebeple, nitelikli çocuk kitapları yayımlamayı misyon edinmiş yayınevlerinin tek vücut olup mümkün olan her fırsatta arz-ı endam etmesi gerekiyor. Kimi zaman stand açarak, kimi zaman seminerler düzenleyerek, bazen okuma etkinlikleri, bazen yazar sohbetleri organize ederek... Onların kendilerini gösterecekleri ortamları hazırlamak ve onlara bu imkanı vermek de toplumda güç sahibi olan kurumlara düşüyor. Çocuklar okusun istiyorsak, kitapları çocukların ayağına götürmekten, gözlerine sokmaktan gıcık olmamalıyız. ‘Pazarlama’ kelimesine yüklenen olumsuz anlamların önyargılarından silkenip kurtulmalıyız.

