

Buraya kadar, çocuk nüfus ile çocuk yayını ve çocuk kütüphanesi ilişkisini istatistiksel olarak açıklamaya çalıştık. Bu basit incelemeye dayanarak bile, şöyle bir yargıya varmak mümkündür: Türkiye’de çocuk nüfus, çocuk yayını ve çocuk kütüphanesi ilişkisinde bir arz-talep dengesizliği vardır. Bu dengesizliğin, işletmecilik açısından incelenmeye değer bir sorun olduğu görüşündeyim.

Çocuk kütüphanelerindeki bilgilendirme hizmeti bu sorunun çözümüne katkıda bulunabilir mi? Bu konuda çocuk kütüphanelerine ve kütüphanecilerine düşen görevler nelerdir? Bu soruları yanıtlamaya geçmeden önce, bilgilendirmeyi sadece çocuk kütüphanelerine özgü olmayan daha geniş kapsamlı bir iletişim eylemi olarak ele almak istiyorum.

Bilgilendirme, bilgi alan ve bilgi veren kesimler arasında bir mesaj alışverişi olarak düşünülebilir. Bu karmaşık iletişim eyleminin konumuz açısından nihai amacı, çocuk ile yayını buluşturmak ve bu buluşmanın sürekliliğini sağlamaktır, diyebiliriz.

İletişim eylemi çerçevesinde ise çocuk yayını, kişi veya kurumların inanç, duygu, düşünce veya bilgilerini içeren bir mesajlar topluluğudur. Mesajın asıl yaratıcısı ve vericisi yazar, mesaj sahibi yazarın yöneldiği hedef alıcı kitle ise, çocuk-okurlardır. İletişimde arzulan, mesajın en kısa sürede ve doğru biçimde alıcıya ulaşmasıdır. Bunun belki tek yolu, mesaj sahibi ile mesaj alıcısını, yani yazar ile çocuğu karşı karşıya getirmek, böylece mesajın alıcıya doğrudan ulaşmasını sağlamaktır. Ama, bu eylemin gerçekleşmesi, pratik açıdan sınırlı ölçüde mümkündür. Hem bu nedenle, hem de mesajı alması beklenen çocukların bu mesajı isteyecek, onları alacak ve hatta onları sürekli talep edecek düzeye gelebilmeleri için, sözü edilen iletişim eyleminin dolaylı hale dönüştürülmesi gerekir. Böylece, yazar ve çocuktan oluşacak iletişim zincirine, başka halkaların da eklenmesi gerekir. Bu halkalar, çocuğun aile çevresinden, okul öncesi eğitim ve ilk-orta eğitimde görevli öğretmenlere; yayıncı, kitapçı, dağıtımçı ve kütüphaneciden, yayın inceleme ve eleştirileri hazırlayan kişilere ve bibliyograflara; devlet yöneticilerinden çeşitli basın-yayın kuruluşlarına kadar değişen ve farklı işlevleri olan halkaları kapsar. Bilgilendirmenin bir boyutu, böylesine karmaşık bir iletişim zincirinde yer alan tüm halkaları, çocuk yayınlarının çocuğun gelişimindeki rolü ve önemi konusunda bilgilendirmektir. Bilgilendirmenin ikinci boyutu ise, piyasaya sunulan veya sunula-