



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı

# ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER VE BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ

Nermin Gül Çağlar

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2006

ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER VE  
BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ

Nermin Gül Çağlar

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü  
Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2006

## KABUL VE ONAY

Nermin Gül Çağlar tarafından hazırlanan “Üniversite Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler ve Başkent Üniversitesi Kütüphanesi” başlıklı bu çalışma, 17 Mayıs 2006 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

---

Prof. Dr. Nuri Tortop (Başkan)

---

Prof. Dr. Bülent Yılmaz (Danışman)

---

Doç. Dr. Sacit Arslantekin

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylıyorum.

Prof. Dr. İrfan Çakın  
Enstitü Müdürü

## BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun.....yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

17.05.2006

---

Nermin Gül Çağlar

**Merhum babacığım**  
**Mevlüt GÜL'ün anısına.....**

## ÖZET

GÜL ÇAĞLAR, Nermin. Üniversite Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler ve Başkent Üniversitesi Kütüphanesi, Yüksek Lisans, Ankara, 2006.

Halkla ilişkiler, bir kurumun hizmet verdiği kitlenin güven, sempati ve desteğini elde etmek ve bunu sürdürmek için gerçekleştirdiği etkinliklerin tümüne denir. Üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler çalışmalarının amacı kullanıcıların kütüphaneye karşı olumlu düşüncelere sahip olmalarını sağlamaktır. Bir üniversite kütüphanesinde halkla ilişkiler çalışmalarının durumunu belirlemek bu konudaki sorunlara yönelik çözümler üretilmesi ve halkla ilişkiler çalışmalarının geliştirilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışma, Başkent Üniversitesi Kütüphanesi kullanıcılarının halkla ilişkilere yönelik kütüphane hakkındaki düşüncelerini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Çalışma, Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'ni kullanan öğrenci ve akademik personel üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede 200 kullanıcıya anket uygulanmıştır. Araştırmanın hipotezi; "Mekansal yetersizlik, kullanıcıların bilgi gereksinimlerinin tam olarak karşılanamaması, kütüphane hakkında yapılan bilgilendirmelerin yetersiz oluşu ve halkla ilişkiler araçlarının iyi bir biçimde kullanılamaması nedeniyle BÜ Kütüphanesi'ndeki halkla ilişkiler çalışmaları yeterince etkili olamamaktadır" biçiminde oluşturulmuştur. Çalışmada, ayrıca, Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nin halkla ilişkiler etkinlikleri ile ilgili olarak kişisel gözlemlerde de bulunulmuştur.

Araştırma sonucunda, Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nin gerçekleştirdiği halkla ilişkiler etkinliklerinin kısmen yeterli olduğu anlaşılmıştır.

### **Anahtar Sözcükler**

Halkla ilişkiler, üniversite kütüphaneleri, Başkent Üniversitesi Kütüphanesi

## ABSTRACT

GÜL ÇAĞLAR, Nermin. Public Relations at University Libraries and Başkent University Library, MA, Ankara, 2006.

Public relations, is the sum of all activities of an institution to gain in a permanent way of the trust, sympathy and support of target mass. The objective of the public relations department in the libraries is to make people having positive opinions on the library. Determining the situation of the public relations effort at the university library and creating the solutions for the problems and developing the public relations work are very important.

This work aims to clarify the opinions of the Başkent University Library users towards public relations of the library. The work is conducted on academic staff and students of the Başkent University, who are the users of library. Therefore, 200 people were interviewed. The hypotheses of the work; “physical insufficiency, lack of information that is demanded by the users, insufficient information about the library, ineffective use of the public relations tools, consequently, public relations work in the BU Library are not effective”. In the work, there are also personal observations about the activities of the Başkent University Library on public relations.

At the end of the work, it is seen that the public relations activities of the Başkent University Library are partially sufficient.

### ***Keywords***

Public relations, university libraries, Başkent University Library

## İÇİNDEKİLER

<b>1. GİRİŞ</b>	
1.1. KONUNUN ÖNEMİ.....	1
1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZİ.....	5
1.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI.....	5
1.4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ.....	6
1.5. ARAŞTIRMANIN DÜZENİ.....	7
1.6. KAYNAKLAR.....	8
<b>2. HALKLA İLİŞKİLER.....</b>	
2.1. HALKLA İLİŞKİLER: TANIM.....	10
2.2. HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE.....	12
2.2.1. Türkiye’de Halkla İlişkiler Çalışmaları.....	18
2.3. HALKLA İLİŞKİLERDE AMAÇLAR VE İŞLEVLER.....	21
2.4. HALKLA İLİŞKİLERDE İLKELER.....	24
2.5. HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARINDA BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER.....	28
2.6. KURUMLARDA HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER.....	29
2.6.1. Güven Verici Olma.....	30
2.6.2. Temizlik.....	30
2.6.3. İç Açıcılık.....	31
2.6.4. Düzen.....	31
2.7. HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMASINDA AŞAMALAR.....	32
2.7.1. Bilgi Toplama-Araştırma.....	33
2.7.2. Planlama.....	35
2.7.3. Uygulama.....	35
2.7.4. Değerlendirme.....	36
2.8. HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN İLETİŞİM ARAÇLARI.....	37
2.8.1. Yazılı Araçlar.....	37
2.8.1.1. Gazeteler.....	37



2.8.1.2. Dergiler.....	39
2.8.1.3. Broşürler ve El Kitapları.....	40
2.8.1.4. Yıllık Raporlar.....	40
2.8.1.5. Afiş, Pankart ve El İlanları.....	40
2.8.1.6. Diğer Yazılı Araçlar.....	41
2.8.2. Sözlü Araçlar.....	41
2.8.2.1. Yüzyüze ve Telefonla Görüşme.....	42
2.8.2.2. Toplantı, Konferans ve Seminerler.....	42
2.8.3. Görsel ve İşitsel Araçlar.....	43
2.8.3.1. Radyo ve Televizyon.....	43
2.8.3.2. Film ve Video Kaset.....	44
2.8.3.3. Sergi, Fuar ve Yarışmalar.....	44
2.8.3.4. Açılış, Yıldönümü vb. Törenler.....	45
2.9. İNTERNET, WEB VE HALKLA İLİŞKİLER.....	46
<b>3. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER.....</b>	
3.1. ÜNİVERSİTENİN TANIMI, AMAÇLARI VE İŞLEVLERİ.....	50
3.2. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNİN TANIMI VE ÖNEMİ.....	51
3.3. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNİN İŞLEVLERİ.....	53
3.4. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNİN UNSURLARI.....	54
3.4.1. Koleksiyon.....	54
3.4.2. Kullanıcı.....	56
3.4.3. Personel.....	58
3.4.4. Bina.....	59
3.4.5. Bütçe.....	61
3.4.6. Teknoloji.....	62
3.4.7. İşbirliği.....	63
3.5. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER.....	63
3.5.1. Kütüphanelerde Halkla İlişkilerin Amaçları ve İşlevleri.....	64
3.5.2. Üniversite Kütüphanesi Kullanıcıları, Kütüphaneci-Kullanıcı İlişkileri ve Halkla İlişkiler.....	65
3.5.3. Üniversite Kütüphanesi Personeli ve İç Halkla İlişkiler.....	68

3.5.4. Üniversite Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler Programının Planlanması.....	70
3.5.5. Üniversite Kütüphanelerinde Verilen Hizmetlerde Halkla İlişkiler.....	71
3.5.5.1. Kullanıcı Hizmetlerinde Halkla İlişkiler .....	71
3.5.5.2. Teknik Hizmetlerde Halkla İlişkiler.....	81
3.6. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ VE HALKLA İLİŞKİLER.....	82
<b>4. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ VE HALKLA İLİŞKİLER</b>	
4.1. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ.....	88
4.1.1. Tarihçe .....	88
4.2. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ.....	91
4.2.1. Sağlama Hizmetleri.....	91
4.2.2. Sınıflama ve Kataloglama Hizmetleri.....	92
4.2.3. Süreli Yayınlar.....	92
4.2.4. Kullanıcı Hizmetleri ve Ödünç Verme.....	93
4.2.5. Referans Hizmetleri.....	93
4.2.6. Otomasyon Hizmetleri.....	95
4.2.7. Başkent Üniversitesi Kütüphanesi Toplam Kalite Yönetimi Çalışmaları ve Uygulamaları.....	96
4.3. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ'NDE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI.....	99
4.3.1. Yer Gösteren Kütüphane Tabelaları.....	101
4.3.2. Raf Yönlendirmeleri.....	102
4.3.3. Şikayet- Dilek Defteri ve Şikayet- Dilek Kutusu.....	102
4.3.4. Duyuru Panoları.....	102
4.3.5. Duyuru ve Tanıtım Hizmetleri.....	104
4.3.6. Uyarı Yazıları.....	105
4.3.7. Kütüphane Kataloğu.....	105

<b>5. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME</b>	
5.1. KULLANICILARIN BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ'Nİ KULLANMA SIKLIKLARI.....	108
5.2. KULLANICILARIN BÜ KÜTÜPHANESİ'Nİ KULLANMAYI NASIL ÖĞRENDİKLERİ.....	109
5.3. KULLANICILARIN BÜ KÜTÜPHANESİ'Nİ KULLANIRLARKEN GÜÇLÜK ÇEKİP ÇEKMEDİKLERİ.....	110
5.4. BÜ KÜTÜPHANESİ'NDE GERÇEKLEŞTİRİLEN İŞLEM VE HİZMETLER HAKKINDA KULLANICI GÖRÜŞLERİ.....	113
5.5. KULLANICILARIN BÜ KÜTÜPHANESİ WEB SAYFASINI KULLANMALARININ KÜTÜPHANE HİZMETLERİNDEN YARARLANMALARINA ETKİSİ.....	114
5.6. BÜ KÜTÜPHANESİ'NDEKİ YER GÖSTEREN TABELA, YÖNLENDİRME VE KÜTÜPHANE KURALLARINI ANLATAN AÇIKLAMALARIN YETERLİLİĞİ.....	116
5.7. BÜ KÜTÜPHANE BİNASININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....	117
5.7.1. BÜ Kütüphane Binasının Sağlamlığı, Estetikliği ve İç Açıcılığı..	117
5.7.2. BÜ Kütüphane Binasının Temizliği.....	118
5.7.3. BÜ Kütüphanesi'nin Düzenliliği.....	119
5.8. BÜ KÜTÜPHANESİ'NİN İŞLEM VE HİZMETLERİNİ GERÇEKLEŞTİRMEDE KULLANICILARIN FİKİRLERİNİ ALIP ALMADIĞI.....	120
5.9. BÜ KÜTÜPHANESİ'NDE VERİLEN HİZMETLERLE İLGİLİ BİLGİLENDİRMELER.....	121
5.9.1. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi İşlem ve Hizmetleri Hakkında Nasıl Bilgilendirildikleri.....	122
5.9.2. BÜ Kütüphanesi'nde Verilen Hizmetlerle İlgili Bilgilendirmelerin Güvenirliği.....	124
5.9.3. BÜ Kütüphanesi'nin İşlem, Hizmet ve Kuralları Hakkında Kullanıcılarını Bilgilendirme Yeterliliği.....	125
5.10. KULLANICILARIN KÜTÜPHANEDEKİ YENİLİKLERE KARŞI İLGİLERİ.....	127

5.11. BÜ KÜTÜPHANESİ'NİN İŞLEM VE HİZMETLERİ HAKKINDA KULLANICILARINI BİLGİLENDİRMESİNİN KULLANIMA ETKİSİ.....	128
5.12. BÜ KÜTÜPHANESİ'NİN KULLANICILARIN BİLGİ GEREKİNİMLERİNİ KARŞILAMA DURUMU.....	129
5.13. BÜ KÜTÜPHANESİ'NDE ÇALIŞAN PERSONEL HAKKINDA KULLANICILARIN DÜŞÜNCELERİ.....	130
5.14. KÜTÜPHANENİN BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ İÇİN ÖNEMİ KONUSUNDA KULLANICI DÜŞÜNCELERİ.....	132
5.15. BÜ KÜTÜPHANESİ'NİN KULLANICILARDA YARATTIĞI DEĞİŞİKLİK.....	133
5.16. BÜ KÜTÜPHANESİ HAKKINDA KULLANICILARIN GENEL DÜŞÜNCELERİ.....	134
5.17. BÜ KÜTÜPHANESİ HAKKINDA KULLANICILARIN DİĞER DÜŞÜNCELERİ.....	138
<b>6. SONUÇ VE ÖNERİLER</b>	
6.1. SONUÇ	142
6.2. ÖNERİLER	148
Kaynakça	153
Ekler	

**KISALTMALAR**

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ALA	: American Library Association
APA	: American Psychological Association
ANKOS	: Anadolu Üniversiteleri Konsorsiyumu
APRA	: American Public Relations Association
ARL	: Association of Research Libraries
BÜ	: Başkent Üniversitesi
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
IPR	: The Institute of Public Relations
IPRA	: International Public Relations Association
LCCW	: Library of Congress Classification Web
MEHTAP	: Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi
NLM	: National Library of Medicine
PRSA	: Public Relations Society of America
SPSS	: Statistical Package of Social Sciences
TSE	: Türk Standartları Enstitüsü
WWW	: World Wide Web

## TABLOLAR LİSTESİ

TABLO 1.	Çalışmanın Evren-Örneklem ve Ön-test Sayıları	6
TABLO 2.	BÜ Kütüphanesi Koleksiyonu	91
TABLO 3.	Sürelî Yayınların Konuları ve Elde Edilişlerine Göre Dağılımı	93
TABLO 4.	Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'ni Kullanım Sıklıkları	109
TABLO 5.	Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'ni Kullanmayı Nasıl Öğrendikleri	110
TABLO 6.	Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'ni Kullanırlarken Güçlük Çekip Çekmedikleri	111
TABLO 7.	Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'ni Kullanırlarken Çektikleri Güçlükler	112
TABLO 8.	BÜ Kütüphanesi'nin İşlem ve Hizmetleri Hakkında Kullanıcı Düşünceleri	114
TABLO 9.	Web Sayfasını Kullanmanın Kütüphaneden Yararlanmaya Etkisi	115
TABLO 10.	Yer Gösteren Tabela, Raf Yönlendirmeleri ve Kural Açıklamalarının Yeterli Olup Olmadığı	116
TABLO 11.	BÜ Kütüphane Binasının Sağlam, Estetik ve İç Açıcı Olup Olmadığı	117
TABLO 12.	BÜ Kütüphane Binasının Temiz Olup Olmadığı	118
TABLO 13.	BÜ Kütüphanesi'nin Düzenli Olup Olmadığı	119
TABLO 14.	Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi İşlem ve Hizmetleri İle İlgili Fikirlerinin Alınıp Alınmadığı	121
TABLO 15.	Kullanıcıların Kütüphane Hizmetleri Hakkında Nasıl Bilgilendirildikleri	123
TABLO 16.	Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi İle İlgili Yapılan Bilgilendirmelere İnanıp İnanmadıkları	124
TABLO 17.	BÜ Kütüphanesi'nin İşlem, Hizmet ve Kurallar Hakkında Bilgilendirme Yeterliliği	126
TABLO 18.	Kullanıcıların Yenilikleri Merak Edip Etmediği	127
TABLO 19.	İşlem ve Hizmetler Hakkında Haberdar Etmenin Kütüphane Kullanımına Etkisi	128

TABLO 20.	Kütüphanenin Kullanıcıların Bilgi Gereksinimlerini Karşılıyıp Karşılıyamadığı	129
TABLO 21.	BÜ Kütüphane Personeli Hakkında Kullanıcıların Düşünceleri	131
TABLO 22.	Kütüphanenin Başkent Üniversitesi İçin Önemi Konusunda Kullanıcı Düşünceleri	132
TABLO 23.	BÜ Kütüphanesi'nin Kullanıcılarda Yarattığı Değişiklik	133
TABLO 24.	Kullanıcıların Kütüphane Hakkındaki Genel Düşünceleri	134
TABLO 25.	Kütüphanenin Kullanıcıda Yarattığı Değişikliğin Kullanıcıların Kütüphane Hakkındaki Genel Düşüncelerine Etkisi	136
TABLO 26.	Kullanıcıların Kütüphaneyi Kullanma Sıklıklarının Kütüphane Hakkındaki Genel Düşüncelerine Etkisi	137

**EKLER LİSTESİ**

- EK 1 Anket Soruları Formu
- EK 2 Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde Kullanılan Bazı Halkla İlişkiler Araçlarına ait Fotoğraflar



## ÖNSÖZ

Üniversiteler bir ülkenin başlıca araştırma ve eğitim kurumlarıdır. Ülkenin gelişmesine ürettikleri bilgi ile katkıda bulunan üniversiteler araştırma işlevlerini gerçekleştirebilmeleri için kütüphane kurumuna gereksinim duyarlar. Dolayısıyla, kütüphane, üniversite için temel unsurlardan birisidir. Ancak, üniversite kütüphanesinin bu niteliğe sahip olabilmesi, bir ölçüde kullanıcıların onu daha çok benimsemesine bağlı görünmektedir. Halkla ilişkiler üniversite kütüphanelerinin daha çok benimsenmesini sağlayan etkinliklerdir.

Halkla ilişkiler, üniversite kütüphanelerinde kullanıcıların bilgi gereksinimlerinin en iyi biçimde karşılanması, verilen hizmetlerin duyurulması, kütüphaneci-kullanıcı ilişkilerinin geliştirilmesi ve iletişimin artırılması için gerekli etkinliklerin yapılması ve uygulamaya konulmasını gerektirmektedir. Kullanıcıların kütüphaneye karşı güven, ilgi ve sempatisinin sağlanması büyük önem taşımaktadır. Yaratılacak bu ilgi, güven ve sempati kütüphanenin ve dolayısıyla üniversitenin amaçlarına ulaşmasında büyük katkı sağlayacaktır. Çalışmamız, bu düşünce temelinde gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında büyük katkısı bulunan, desteğini her zaman yanımda hissettiğim, yardımları, bilgi ve tecrübesiyle çalışmama yön veren tez danışmanım Prof. Dr. Bülent YILMAZ'a teşekkürü bir borç bilirim.

Araştırmanın gerçekleştirilmesi sürecinde Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde görev yapmakta olan ve halkla ilişkiler konusunda çalışan Prof. Dr. Nuri TORTOP'a ve çalışmamda görüşlerinden yararlandığım Dr. Erol YILMAZ'a yardımları için teşekkür ederim.

Yaşasaydı benden desteğini ve yardımını esirgemeyecek olan rahmetli babam Mevlüt GÜL'ün bana verdiği manevi güç ile, sevgili annem Mürüvvet GÜL'e, eşim Hasan ÇAĞLAR'a, kuzenim Ebru KARAMETE'ye, Başkent Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanı E. Semra ARDA'ya, ve değerli arkadaşlarım Şermin DENGİZ, Yusuf YALÇIN, Şebnem TURGU, Ali SALİHOĞLU ve Emine ALTIOK'a çalışmama verdikleri destek için şükranlarımı sunarım.

# 1. BÖLÜM

## GİRİŞ

### 1.1. KONUNUN ÖNEMİ

Çağımızda, örgütler varlıklarını sürdürebilmeleri, kendilerini içinde buldukları çevreye kabul ettirebilmeleri ve toplumun ihtiyaçlarına cevap verebilmeleri için etkili halkla ilişkiler çalışmaları yapmaları gerekmektedir.

İnsanların istek ve ihtiyaçlarının giderilmesi ve tatmin edilmesi kişilerin, işletmelerin kurum ve kuruluşların karşılıklı ilişkileri iletişime bağlıdır. Bu bağlamda halkla ilişkiler, kişiler ve kuruluşlar arasındaki ilişkilerin kurulması ve yönetilmesinde büyük önem taşımaktadır (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2004, s. 21).

Halkla ilişkiler, bir işletmenin başarı veya başarısızlığında önemli rol oynayan işletme çevresi ile işletme arasında karşılıklı yarar ilkesine dayalı ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesini içeren yönetsel bir fonksiyondur (Cutlip, Center ve Broom, 1985, s. 4)

İngiltere Halkla İlişkiler Enstitüsü (IPR), halkla ilişkileri; bir kuruluş ile hedef kitle arasındaki iyi niyet ve karşılıklı anlayışa dayalı ilişkileri sürdürmeye yönelik, önceden planlanmış çabalar olarak tanımlayarak, iyi ilişkilere dayanan iletişimin oluşturulmasının gerekliliğini vurgulamaktadır (Peltekoğlu, 1993, s. 5).

Çok eski çağlardan beri uygulanır olmasına karşın halkla ilişkiler, özellikle gelişmeye başladığı 20. yüzyıldan itibaren toplumlara sağladığı yararların ve sorunları çözmeye kullanılacak iyi bir araç olduğunun anlaşılmasıyla birlikte daha da önem kazanmıştır. Halkla ilişkiler önceleri ticari işletmelerde uygulanmaya başlanmış ve daha sonra ticari olmayan kuruluşlarda da, insanların güvenini, ilgisini, desteğini, ve sempatisini kazanmada kullanılan bir iletişim aracı olmuştur.

Halkla ilişkiler, bir anlamda, kurumların hizmet götürdükleri kitle ile iletişim kurma sürecidir. Bu sürecin temel hedefi, kullanıcıları kurum hakkında bilgilendirerek,

kuruma yönelik olumlu düşünceler yaratmaktır. Kullanıcıların kurum hakkında güven, ilgi, sempati vb. gibi olumlu düşünce ve tutumlara sahip olmaları kurumun gelişmesi ve güçlenmesi açısından büyük katkılar sağlamaktadır. Halkla ilişkiler çalışmaları ile kurumun yönetiminde ve hizmetlerin geliştirilmesinde kullanıcıların katılımını sağlama, kullanıcılarda örgüt kültürü oluşturma, kuruma ilişkin olumlu bir görüntü yaratma, kullanıcılardan ve yönetimden destek bulma, doğru yönetim politikaları oluşturma, sunulan hizmette verimlilik sağlama gibi temel ve anlamlı yararlar elde etme söz konusudur. Sözü edilen bu işlevleri göz önüne alındığında halkla ilişkilerin çeşitli araçlarla bir kurumu tanıtmaya etkinliği, bir haberleşme-iletişim-bilgilendirme-duyurma süreci olması biçimindeki tanımı sınırlayıcı algılamalara engel olabilecektir. Bir kurum ancak yukarıdaki işlevleri tam olarak gerçekleştirebilirse “iyi” bir kurum olabilir. Bu işlevleri gerçekleştirmede ise halkla ilişkiler anlamlı rol oynar ve katkı sağlar. Özellikle, toplumların genelde demokratik sistemlerde yaşama eğilimleri, bilgisayar, televizyon gibi son derece gelişmiş teknolojik araçların ortaya çıkması, kurumların kendilerini, içinde buldukları toplumlara kabul ettirme (meşruiyet) zorunluluklarının artması, rekabet olgusunun güçlenmesi, küreselleşme gibi değişimlerin yaşanması halkla ilişkilerin çağdaş varlık nedenleri olarak düşünülebilir (Biber, 2004). Ayrıca, halkla ilişkiler çalışmalarının yönetim olgusunun organik bir parçası olduğu, yönetimin söz konusu olduğu her yerde halkla ilişkilerin de söz konusu olacağı gerçeği genelde kabul edilmektedir. Kısaca, kurumların, etkili ve verimli bir yönetim için çeşitli nitelikteki araçlar ile hizmet verdiği kitle ile iyi ilişkiler kurması, onların fikirlerini alması, onlarda kuruma ilişkin olumlu düşünceler yaratması, onları kurum hakkında bilgilendirmesi ve gelişmelerden haberdar etmesi gerekli ve önemli görünmektedir.

Üniversiteler, bir ülkede en üst düzeyde eğitim-öğretim etkinlikleri ile bilimsel araştırmalar yapan kurumlardır. Eğitim-öğretim ve araştırma etkinlikleri özellikle “bilgi toplumu” olarak adlandırılan günümüz toplumlarında gelişmişliğin temel ölçütleri arasında sayılmaktadır. Dolayısıyla, üniversiteler toplumsal gelişmeye liderlik eden başlıca kurumlar arasında yer almaktadır. Bilgi üretme sürecinin başlıca özneleri olan üniversitelerin gerek eğitim-öğretim ve gerekse araştırma işlevlerini gerçekleştirmelerinde gereksinim duydukları temel kurumlardan birisi üniversite kütüphanesidir. İşlevsel kütüphanesi olmadan bir üniversitenin eğitim-öğretim ve

araştırma etkinliklerini sürdürmesi olanaklı görünmemektedir. Bilgi üretme ana hedefine sahip üniversitenin bunu gerçekleştirmesinde bilgiyi bulan, düzenleyerek kullanıcıların bu konudaki gereksinimlerini karşılayan kütüphanesi üniversite için zorunlu-organik altyapısal bir parçadır.

Böylesine önemli bir ilişkinin söz konusu olduğu üniversite-kütüphane yapılanmasında üniversitenin başarısını belirleyen başlıca unsurlardan birisi doğal olarak kütüphane olacaktır. Ancak verimli ve işlevsel olabilen, kullanıcısının bilgi gereksinimlerini karşılayabilen, onunla iyi ilişkiler içinde olan, hizmet verdiği kitle tarafından doğru ve olumlu biçimde algılanan bir kütüphane, parçası bulunduğu üniversitenin amaçlarına ulaşmasına katkıda bulunabilir. Sözü edilen nitelikte bir kütüphane için halkla ilişkilerin önemi daha önce açıklanmaya çalışılmıştı. Dolayısıyla, diğer koşulların yanı sıra, iyi işleyen halkla ilişkiler programına (etkinliklerine) sahip bir kütüphane, gerçekleştirmesi gereken işlevlerini yerine getirerek, parçası olduğu üniversitenin hedeflerine ulaşmasına katkıda bulunabilecektir. Bu nedenle, bir üniversite kütüphanesindeki halkla ilişkiler çalışmaları, sonuçta, üniversitenin hizmet ve yönetimi ile ilgili bir olgudur.

Kütüphanelerde halkla ilişkilerin amacı, kısaca, kütüphaneyi ve verilen hizmetleri kullanıcılara tanıtmak, kütüphaneyi ve verilen hizmetlerin kullanılmasını artırmak için çalışmalar yapmak, kullanıcılara bilgi kaynaklarının kullanımı ile ilgili bilgileri vermek, kullanıcılarla sürekli iyi ilişkiler kurmak ve onların kütüphane ve kaynaklar hakkında düşüncelerini öğrenmektir (Guinchat ve Meneoe, 1990, s. 309). Bu amaçlar çerçevesinde işlevleri de; okuyucu gruplarının saptanması, ölçümü, değerlendirilmesi, kütüphanenin politikalarının belirlenmesi ve personelin seçiminde yönetime yardımcı olma ve program geliştirme, uygulama ve değerlendirme biçiminde sıralanmaktadır (Robinson, 1967, s. 5). Sözü edilen amaç ve işlevler göz önüne alındığında yaptığımız çalışmanın kuruma katkısı başka bir biçimde ortaya çıkmış olmaktadır.

Kısaca, etkili halkla ilişkiler çalışmaları kütüphaneyi güçlendirecek, güçlü bir kütüphane üniversitenin gelişmesine katkıda bulunacaktır. Yaptığımız çalışmanın önemi özellikle bu noktadan kaynaklanmaktadır. Çalışmamızın kuramsal yanının

dışında belirli bir kurumun (üniversitenin) kütüphanesine yönelik olması, kurumsal (pratik) bir yarar elde etmeyi de olanaklı kılacaktır. Bu çalışma ile ele aldığımız Başkent Üniversitesi (BÜ) Kütüphanesi'nin halkla ilişkiler çalışmalarına yönelik değerlendirmeler yapılacak, bu konuda olumlu ve olumsuz yanlar ortaya çıkarılarak, bazı öneriler sunulacaktır.

Her üniversite kütüphanesi için gerekli ve geçerli olmasına karşın, toplam kalite yönetimi uygulamalarının bulunduğu BÜ Kütüphanesi'nin halkla ilişkiler konusuna daha duyarlı yaklaşması gerekmektedir.

Türkiye'de kütüphanelere yönelik olarak halkla ilişkiler konusunda bazı çalışmalar yapılmıştır. Türk kütüphanecilik literatürüne baktığımızda, halkla ilişkiler konusunda şimdiye kadar tez düzeyinde yapılmış dört çalışma bulunmaktadır. Bunlardan birincisi; "Türkiye'deki Halk Kütüphaneleri ve Halkla İlişkiler" (Fındık, 1983)'adlı yüksek lisans tezidir. Bu çalışmada, daha çok halk kütüphanelerinde halkla ilişkiler konusu ele alınmıştır. İkinci çalışma; "Kütüphanecilikte Halkla İlişkiler ve Kitle İletişim Araçları" (Yılmaz, 1996) adlı yüksek lisans tezidir. Bu çalışmada da kütüphanecilikte halkla ilişkiler konusu genel olarak işlenmiş ve özellikle kitle iletişim araçları ve kütüphanelerin bunlardan yararlanma olanakları incelenmiştir. Üçüncüsü; "Üniversite Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler ve Türkiye'de Durum" (Kayan, 1996) adlı yüksek lisans tezidir. Bu çalışmada üniversite kütüphaneleri ve Türkiye'deki üniversite kütüphanelerinin halkla ilişkiler açısından durumları genel olarak incelenmiş, bu konuda Türkiye'deki üniversite kütüphane yöneticilerinin fikirleri değerlendirilmiştir. Dördüncü çalışma; "Üniversite Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler ve Bilkent Üniversitesi Kütüphanesi" (Sönmez, 2000) adlı yüksek lisans tezidir. Bu çalışmada da Bilkent Üniversitesi Kütüphanesi kullanıcılarından lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin görüşleri alınarak değerlendirmeler yapılmıştır. Ele aldığımız konuda özellikle kurumsal düzeyde çalışma sayısının yetersizliği görülmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye'de başlıca özel üniversitelerden birisi olan Başkent Üniversitesi'nin kütüphanesi halkla ilişkiler çalışmaları açısından irdelenecektir. Bu kapsamda, öncelikle halkla ilişkiler konusunda temel kuramsal bilgiler sunulacaktır.

Daha sonra Başkent Üniversitesi Kütüphanesi tanıtılarak, gerçekleştirdiği halkla ilişkiler çalışmaları anlatılacaktır. Değerlendirme bölümünde Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nin kullanıcıları olan öğretim elemanları ve öğrencilerin kütüphanenin halkla ilişkiler çalışmalarına yönelik düşünceleri, gözlemlerimizle birlikte yorumlanacaktır.

## 1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE HİPOTEZİ

“Konunun Önemi” bölümündeki yaklaşım çerçevesinde düşünüldüğünde, *çalışmanın amacı*; “BÜ Kütüphanesi'nde gerçekleştirilen halkla ilişkiler çalışmalarını kullanıcı görüşleri ve gözlemlerimize dayanarak değerlendirmek, varsa yetersizlikleri ve bunların nedenlerini belirlemek” olarak ifade edilebilir. Buna bağlı olarak, *araştırma problemi* de, “**BÜ Kütüphanesi halkla ilişkiler çalışmaları neden yeterince etkili olamamaktadır?**” biçiminde oluşturulmuştur.

*Çalışmanın hipotezi*; “**Mekansal yetersizlik, kullanıcıların bilgi gereksinimlerinin tam olarak karşılanamaması, kütüphane hakkında yapılan bilgilendirmelerin yetersiz oluşu ve halkla ilişkiler araçlarının iyi bir biçimde kullanılmaması nedeniyle BÜ Kütüphanesi'ndeki halkla ilişkiler çalışmaları yeterince etkili olamamaktadır**” biçiminde ifade edilebilir.

## 1.3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Araştırmanın evreni; BÜ Kütüphanesi'ni kullanan öğretim üyeleri (Profesör, doçent, yardımcı doçent), öğretim üye yardımcıları (Araştırma görevlileri, öğretim görevlileri, okutman ve uzmanlar) ile lisans ve yüksek lisans öğrencileridir. Çalışmada, BÜ'ne kurumsal bağlantıları bulunmadığı için “dış kullanıcılar” (BÜ öğretim elemanı ve öğrencisi olmayanlar) ile eğitim ve araştırma etkinliğiyle doğrudan ilgisi bulunmayan idari personel kapsam dışı tutulmuştur.

Bu durumda araştırma evreninin kapsadığı kullanıcı sayısı 9215'dir. Çıngı'ya (1990, s.261) göre, 0,99 güven düzeyi  $\pm 0,04$  hoşgörü miktarına göre evreni temsil etmesi

gereken örneklem sayısı 194'dür. Çalışmada evren 200 kullanıcı ile örneklediğinden örneklem evreni temsil etmektedir. Evren, örneklem ve ön test uygulanan kullanıcı sayılarına ilişkin tablo aşağıdadır.

**TABLO 1. Çalışmanın Evren-Örneklem ve Ön-test Sayıları**

<b>Anket uygulanan kullanıcılar</b>	<b>Toplam</b>	<b>Örneklem</b>	<b>Ön-test</b>
	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>	<b>(%)</b>
Lisans öğrencisi	7465	162	16
	(81,1)	(81,1)	(10)*
Yüksek lisans-doktora öğrencisi	703	15	2
	(7,6)	(7,6)	(10)
Öğretim üye yardımcısı (Öğr. Gör., Okutman, Uzman, Arş.Gör.)	570	13	1
	(6,2)	(6,2)	(10)
Öğretim üyesi (Prof., Doç., Yrd. Doç.)	477	10	1
	(5,1)	(5,1)	(10)
<b>Toplam</b>	<b>9215</b>	<b>200</b>	<b>20</b>
	<b>(100)</b>	<b>(100)</b>	

20.11.2005 tarihinde Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nin gelen 20 kullanıcılarına (toplam denek sayısının % 10'u) ön-test uygulanmıştır. Bu ön-test sonucunda kullanıcıların önerdikleri değişiklikler ve anlamadıkları sorular belirlenmiş ve yeniden düzenlenmiştir.

Anketler 01.12.2005 – 31.12.2005 tarihleri arasında Tablo 1'de belirtilen statü ve sayıda kullanıcıya uygulanmıştır.

#### **1.4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE VERİ TOPLAMA TEKNİKLERİ**

Araştırmada betimleme yöntemi kullanılmıştır. “ Betimleme, varlıkların durumlarını, özelliklerini, sözcüklerle resim çizer gibi anlatımdır” (Kantemir, 1995, s.216). Kaptan (1995), betimleme yöntemini şu şekilde tanımlamıştır:

\* Örneklem sayısının % 10'u.

Olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, grupların ve çeşitli alanların ne olduğunu betimlemeye, açıklamaya çalışan incelemelerdir. Bunlar nedir? Sorusuna cevap bulmaya yöneliktir. Bununla mevcut durumlar, koşullar, özellikler aynen ortaya konmaya çalışılır. Betimleme araştırmaları, mevcut olayların daha önceki olay ve koşullarla ilişkilerini de dikkate alarak, durumlar arasındaki etkileşimi açıklamayı hedefler. (s. 59)

Araştırma kapsamında, başlıca veri toplama tekniği olarak anket uygulanmış, ayrıca, gözlem tekniği de kullanılmıştır. Anket sonuçları SPSS (Statistical Package of Social Science) istatistik programı ile değerlendirilmiştir. Bunun dışında, anket uygulaması sırasında kütüphane kullanıcıları ve BÜ Halkla İlişkiler Bölümü'nden ilgili kişilerle görüşmeler yapılmıştır.

### **1.5. ARAŞTIRMANIN DÜZENİ**

Araştırma altı bölümden oluşmaktadır:

I. Bölümde; araştırma konusunun önemi, araştırmanın amacı ve hipotezi, araştırmanın kapsamı, araştırmada kullanılan yöntem ve veri toplama teknikleri, araştırma düzeni ile yararlanılan kaynaklar hakkında bilgi verilmiştir.

II. Bölümde; halkla ilişkiler kavramının tanımı, tarihçesi, amaçları, ilkeleri, halkla ilişkiler uzmanlarında bulunması gereken özellikler, işyerinde halkla ilişkiler açısından bulunması gereken özellikler, halkla ilişkiler çalışmasında aşamalar, halkla ilişkilerde kullanılan iletişim araçları ve internet, web ve halkla ilişkiler kavramları irdelenmiştir.

III. Bölümde; üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler çalışmaları incelenmiştir. Bu başlık altında üniversitenin tanımı, amaçları ve işlevleri, üniversite kütüphanelerinin önemi ve tanımı, üniversite kütüphanelerinin işlevleri, üniversite kütüphanelerinde bulunması gereken unsurlar, üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler ve üniversite kütüphanelerinde toplam kalite yönetimi ve halkla ilişkiler konuları değerlendirilmiştir.

IV. Bölümde; Başkent Üniversitesi Kütüphanesi ve halkla ilişkiler başlığı altında Başkent Üniversitesi'nin tarihçesi, fakülteleri ve uygulamaları, Başkent Üniversitesi



Kütüphanesi ve verilen hizmetler, Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde toplam kalite yönetimi çalışmaları ve Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde halkla ilişkiler uygulamaları değerlendirilmeye çalışılmıştır.

V. Bölüm, araştırmamız kapsamında 200 öğrenci ve akademik personele uygulanan anket çalışması sonucunda elde edilen bulguların ve gözlemlerimizin değerlendirildiği bölümdür.

VI. Bölüm'de araştırmamızda elde edilen veriler ışığında ulaşılan sonuçlar açıklanarak, bazı öneriler geliştirilmiştir.

Tezin sonunda "Kaynakça" ile "Ekler" bölümüne yer verilmiştir.

## **1.6. KAYNAKLAR**

Araştırma için gerekli teorik bilgilere ulaşabilmek amacıyla literatür taraması yapılmıştır. Taramada kullanılan yayınlar şöyledir:

Digital Dissertation Abstracts (Online Edition 1980-2005)

EbscoHost Veritabanı: Academic Search Premier (Online Edition)

Elsevier Science Direct Veritabanı (Online edition)

Emerald Veritabanı (Online edition)

Library and Information Science Abstracts (1980-)

Library Literature (1980-)

Proquest 5000 Veritabanı (Online edition)

Social Science Citation Index (Online edition 2000-2005)

Springer Veritabanı (Online edition)

Türkiye Bibliyografyası (1980-)

Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni (1952-1986)

Türk Kütüphaneciliği (Online edition 1987-2006)

Türkiye Makaleler Bibliyografyası (1980-)

Türkiye Tez Katalogu

Tarama yapılırken genellikle aşağıdaki konu başlıkları ve anahtar kelimeler kullanılmıştır.

Public relations	Halkla ilişkiler
Public relations and libraries	Halkla ilişkiler ve kütüphaneler
Public relations and university libraries	Halkla ilişkiler ve üniversite kütüphaneleri
Public relations and academic libraries	Halkla ilişkiler ve akademik kütüphaneler

Araştırma raporunun yazımında Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından hazırlanmış olan; Tez ve Rapor Yazım Yönergesi (2005) ve Kaynak Gösterme El Kitabı (Kurbanoğlu, 2005) kullanılmıştır. Tezde verilen alıntılar, göndermeler ve kaynakça Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü'nün benimsemiş olduğu APA sistemine göre düzenlenmiştir.

## 2. BÖLÜM

### HALKLA İLİŞKİLER

#### 2.1. HALKLA İLİŞKİLER: TANIM

Halkla ilişkiler konusunda birçok kaynakta, değişik yazarlar tarafından yapılmış birbirinden farklı tanımlara rastlanmaktadır.

Kavramın tarih içinde geçirdiği değişim, diğer konularla olan iç içeliği ve özellikle çok farklı alanlara uygulanabilir olması, tek bir tanım üzerinde anlaşılmasını güçleştiren temel nedenlerdir (Peltekoğlu, 1993, s.3).

Amerikan Halkla İlişkiler Birliği halkla ilişkilerin 200 kadar tanımını saptamıştır. (Ertekin,1986, s.13) AnaBritannica Ansiklopedisinde (1988, s.313) halkla ilişkiler “kamuyu ilgilendiren ya da ilgilendirmesi istenen kişi ve kuruluşlar ile bunlara ilgi duyan ya da duyabilecek çeşitli kesimlerden kitleler arasındaki ilişkilerle uğraşan iletişim dalı” olarak tanımlanmıştır. Ayrıca, aynı ansiklopedide “halkla ilişkiler, müşteri ile gruplar arasında iki yönlü bir ilişkidir.” denmiştir.

Webster sözlüğünde (1981, s. 1836) halkla ilişkiler, “kamu ile bir kurum, örgüt ya da kişi arasında iyi niyet ve karşılıklı anlayışın geliştirilmesinin bilim ve sanatı” olarak tanımlanmıştır.

Halkla ilişkiler konusunda bugüne kadar söz sahibi olan kişi ve kurumların bazılarının tanımları aşağıda verilmiştir. Tanımlar incelendiğinde, birbirlerine çok yakın ve bağlantılı oldukları görülmektedir.

Bazı tanımları sıralayacak olursak;

Halkla ilişkiler;

- belirli grupları etkilemek amacıyla planlanmış bir haberleşme aracıdır (Marston, 1963, s. 3).

- Halkın tutumunu değerlendiren, bir bireyin ya da örgütün politikalarını ve usüllerini halkın çıkarlarıyla birleştirebilen ve halkın anlayış ve kabulünü kazanmak için bir eylem programı yürüten bir faaliyettir (Orrick, 1967, s. 3).

- Bir kuruluşu bünyesinde çalışanlara, müşterilere, bağıntılı olduğu kişilere sevdirmeye ve saydırma sanatıdır (Marston, 1963, s. 3).

- Özel veya kamu sektörlerinde faaliyet gösteren bir müessese veya teşkilatın temasta buldukları kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek üzere sürekli olarak yapmış oldukları bir sevki idare görevidir (Abadan, 1964, s. 7).

-Özel ya da tüzel kişinin, yani bir insanın, derneğin, özel ya da kamu kuruluşunun karşılıklı iş yaptığı gruplarla ilişkiler kurması, varsa ilişkilerini geliştirmesi için gösterilecek çabalarıdır (Asna, 1997, s. 208).

- Kişinin ya da bir kurumun halkla ilgisini geliştirme ve anlama yolundaki çabadır (Tortop, 2003, s. 14).

- Kişiler veya örgütlerin etkileşimde buldukları gruplarla ilişkiler kurması veya zaten varolan ilişkilerini geliştirmesi için gösterilecek çabalarıdır (Onal, 1997, s. 10).

-Kişi ya da kuruluşun, diğer kişi ya da kuruluşlarla bir çıkar elde etmek amacıyla ilişkiler kurmak veya var olan ilişkilerini geliştirmek için gerçekleştirdiği faaliyetlerin tamamıdır (Budak ve Budak, 2004, s. 8).

-Halkla ilişkiler örgütü/kurumla hedef kitlelerinin karşılıklı olarak birbirlerinin ihtiyaçlarına uyum sağlayacak şekilde yardımlaşmasıdır (Lesly, 1989, s. 5).

“Uluslararası Halkla İlişkiler Birliği”nin (IPRA-International Public Relations Association) 1954 tarihli kongresinde kabul edilen tanım ise şöyledir:

-Halkla ilişkiler bir işletmenin ya da özel veya kamusal bir kuruluşun bağlantı kurduğu veya kurabileceği kimselerin anlayış, sempati ve desteğini elde etmek ve bunu devam ettirmek için yaptığı sürekli ve örgütlenmiş bir yönetim görevidir (Onal, 1997, s. 9).

Halkla ilişkilerin tanımları incelendiğinde birtakım sonuçlar ortaya çıkmaktadır (Kitchen, 2002, s.8) Bunlar:

1- Halkla ilişkilerin çift taraflı / karşılıklı olduğu,

- 2- Halkın güven ve ilgisinin oluşumunda rol aldığı,
- 3- Kitlenin güvenini ve ilgisini değerlendirdiği,
- 4- Karşı kitleyi etkileyerek, kitlenin belli bir eyleme yönelmesini sağladığı şeklindedir.

Halkla ilişkilerin, kurum ve ilgili olduğu topluluk arasında karşılıklı güvenin, sempatinin, ilginin oluşabilmesinde önemli yeri olduğu görülmektedir. Ayrıca, verimli bir iletişim sistemi kurmada da halkla ilişkiler vazgeçilemeyecek bir etkinliktir.

## **2. 2. HALKLA İLİŞKİLER: TARİHÇE**

Halkla ilişkiler 20.yüzyılın bir olgusu olarak görülmekle birlikte gerçekte tarihin çok eski dönemlerine kadar uzanan bir geçmişe sahiptir (Peltekoğlu, 1993, s. 11; Erdoğan, 2006, s. 19). Halkla ilişkilerle ilgilenen araştırmacılar, halkla ilişkilerin insanların toplum halinde yaşamaya başlamalarından beri var olduğunu kabul ederler (Tortop, 2003, s. 22). Bu denli eski tarihlere dayanması halkla ilişkiler konusunun öneminin de bir göstergesidir.

Tarihteki tüm liderler kamuoyunu ikna yoluyla etkilemenin önemini anlamışlardır (Seitel, 1987, s. 26). Çünkü, kamuoyu, her dönemde yönetimin dikkate almak zorunda olduğu bir güçtür (Peltekoğlu, 1993, s. 11).

Araçları değişse de halkla ilişkiler olgusu geçmişten bu yana sürdürülen bir etkinliktir. M.Ö. 1800'lü yıllarda çiftçilerin en son hasat, ekim, dikim tekniklerini öğrenmelerini sağlayacak bilgiler taş tabletlere yazılmıştır. Çiftçiler daha fazla ürettikçe vatandaşların daha iyi besleneceği ve ülkenin daha zengin olacağı düşüncesiyle gerçekleştirilen bu hareket belli bir amaca ulaşmak için yapılan planlı ikna (halkla ilişkiler) konusuna güzel bir örnektir (Seitel, 1987, s. 26).

Çok eski çağlarda ortaya çıkan halkla ilişkiler kavramının farklı milletlerin farklı konularda yaptıkları faaliyetler sonucu ortaya çıktığı görülmektedir.

Büyük İskender'in ele geçirdiği İran ve Pencap'ta yerli halkla yakınlaşmak için giriştiği çabalar, Yunanlıların iletişim yeteneğine önem verip, en iyi konuşmacıları lider olarak seçmeleri bu konudaki en eski örneklerdir (Onal, 1997, ss.1-2; Seitel, 1987, s. 26).

Halkla ilişkiler ve insan kaynakları teknikleri Romalılarca hatta Katolik kilisesince, 1. Dünya Savaşı'nda Amerikalılarca ve tarih boyunca birçok dönemde çeşitli milletler tarafından kullanılmıştır.

Halkla ilişkiler teriminin ilk defa ve kimin tarafından kullanıldığı oldukça tartışmalı bir konudur. İngiltere Halkla ilişkiler Enstitüsü müdürü Paget Cook'a göre, terim ilk kez Thomas Jefferson'un 1807'de 10. Kongreye gönderdiği bir mesajda Amerika Birleşik Devletleri'nin dış ilişkileri ile ilgili olarak kullanılmıştır (Şen ve Çerçi, 1976, s. 15; Black, 1978, s. 202).

Halkla ilişkiler teriminin ortaya çıkmasına ilişkin değişik görüşler mevcuttur. Bir düşünürü göre ise, New York'lu hukukçu D. Easton ilk defa 1882'de Yale Hukuk Fakültesi'nde "Halkla Münasebetler ve Hukukçuların Mükellefiyeti" başlıklı konferansında bu kavramı ortaya atmıştır (Abadan, 1964, s. 8). Terimin ilk kez 1897'de "Amerikan Demiryolları Yıllığı'nda ortaya atıldığını ileri sürenler de bulunmaktadır" (Şen ve Çerçi, 1976, s. 15).

Görüldüğü gibi değişik düşünürlerin, halkla ilişkilerin farklı ülkelerde ortaya çıkmasıyla ilgili değişik saptamaları bulunmaktadır.

Bütün bu tartışmaların dışında beliren ve bugün hemen herkesçe kabul edilen gerçek; halkla ilişkilerin anavatanının Amerika Birleşik Devletleri olduğu ve modern halkla ilişkiler mesleğinin doğuşunun dünyadaki ekonomik ve sosyal gelişmelerle yakından ilgili olduğudur (Şen ve Çerçi, 1976, s. 15)

Halkla ilişkiler tarihi incelendiğinde, güç çatışmaları veya değişim krizi gibi dönemlerde konunun üzerinde durulduğu görülmektedir. Halkla ilişkilerdeki en yoğun gelişmeler 1. Dünya Savaşı, Büyük Ekonomik Bunalım, 2. Dünya Savaşı, Kore ve

Vietnam savaşları, Rusya'yla olan soğuk savaş dönemi gibi zamanlarda oluşmuştur (Cutlip ve diğerleri, 1985, s. 22-24).

Halkla ilişkilerin araç ve teknikleri politik silah olarak görev yapar. Kamuoyunu etkilemek ve yönlendirmek için kullanılan kampanyalar Amerikan İhtilali, Samuel Adams ve arkadaşlarına kadar gitmektedir. Bu devrimciler halkın desteğinin önemini kavrayarak ve bunu ortaya çıkararak yönlendirmeyi başarmışlardır. Adams "insan kitleleri mantıklarından çok duygularıyla hareket eder" ilkesinden hareketle kamuoyu oluşturabilmek için büyük çaba sarfetmiştir. Samuel Adams ve onun devrimci arkadaşlarıyla kamuoyunu hareketlendirmek için geliştirilen teknikler, günümüz halkla ilişkiler uygulamalarını şekillendirmiştir. İngiltere'ye karşı sürdürülen mücadeleden söz konusu propagandacılar kullandıkları tekniklerin gücünü kanıtlamıştır (Cutlip ve diğerleri, 1985, s. 24). Samuel Adams ve arkadaşları toplum desteğinin ne denli önemli ve etkili olduğunu anladıklarından bunu çeşitli yönlerde değerlendirdiler. Hayal gücüne dayanan, ilgi çekici, cesur hatta acımasız bir üslupla kaleme alınan yazılar, açık ve kapalı yerlerde yapılan ateşli konuşmalar, özel olaylar ve kolay akılda kalacak şekilde sembolik sloganlar, sızıntı haberler ve fısıltı gazeteleri ile kamuyu etkilediler (şener, 1992, s. 24).

Değişik tekniklerle ele alınan bu çalışmalar, halkla ilişkiler faaliyetlerinin temelini oluşturmaktadır.

19. yüzyıl'a kadar ilkel yollarla geliştiren halkla ilişki kurma çabaları 19. yüzyılın sonuna doğru, özellikle Amerika'da hızla örgütlenmeye başlamıştır (Asna, 1969, s. 19). Amerika'da başkanlık seçim kampanyalarının ilk örnekleri Andrew Jackson'un döneminde Amos Kendall'ın çalışmalarıyla başlamıştır (Cutlip ve diğerleri, 1985, s. 27). Başkan Andrew Jackson yazar ve editör olan Kendall'ı kendisine hizmet etmesi için görevlendirmiştir ve Kendall Jackson'ın en etkili yardımcısı olmuştur. Kendall, yazdığı konuşma metinleri, basın açıklamaları ve hatta kamuoyu araştırmaları ile yalnızca başkanlık basın sekreteri olmamış, görevleri bunun da ötesine gitmiştir (Seitel, 1987, s. 27).

Bu konuda yapılan çalışmalar zamanla sistematik kimliğe bürünmeye başlamış ve değişik boyutlara çevrilmiştir.

Halkla ilişkiler çalışmalarının sistematik bir kimliğe bürünmesi 19. yüzyılın ikinci yarısına rastlamaktadır. 1896 A.B.D seçim kampanyasında, Bryan-Mc Kinley mücadelesi, siyasal arenada halkla ilişkilerin örgütlü bir biçimde kullanılmasının ilk örneği olmuştur (Bıçakçı, 1998, s. 122). Bu çalışmalar zamanla çeşitli iş sektörlerinde de görülmeye başlanmıştır.

20. yüzyıl yaklaşırken hükümet ve işgücünün eleştirilerine, iş dünyası tanıtım (publicity) ile cevap vermiştir (Peltekoğlu, 1993, s. 14).

Tanıtımla başlayan halkla ilişkiler çalışmaları iş dünyasının vazgeçemeyeceği faaliyet olarak yerini almıştır.

1900'lerin başında iş dünyasının yeni yasal düzenlemelere uymak zorunda kalması ve basın katı eleştirilerine muhatap olması 20. yüzyılın büyük kuruluşlarında halkla ilişkileri zorunlu kılmıştır. Bu arada basının olumsuzlukları ortaya çıkarmak için harcadığı çaba daha önceki uygulamaların olumsuz imajını silmek için yetersiz olduğunu ortaya çıkarmış ve “halkın aydınlatılmasını” temel alan yeni bir halkla ilişkiler anlayışının oluşmasına zemin hazırlamıştır (Peltekoğlu, 1993, s.15). Bu tanıtım (publicity) devri'nin lideri; firmaların, işletmelerin çalışmaları hakkında halkın bilgilendirilmesi gerektiği fikrini savunan genç gazeteci Ivy Lee idi (Canfield, 1964, s. 37; Wilcox, Ault ve Agee, 1998, s. 34). Eski bir gazete muhabiri olan Ivy Ledbetter Lee, halkla ilişkiler anlayışını “toplum bilgilendirilmelidir” ilkesi üzerine oturtmuştur. Lee, eleştirilere ikna edici karşılık vermek için fikirleri dürüstçe, kesin ve ısrarlı olarak savunmak gerektiğine inanmıştır (Cutlip ve diğerleri, 1985, s. 33). Ivy Lee, ilk halkla ilişkiler danışmanı olarak kabul edilmektedir. 1903 yılında Parker & Lee isimli tanıtım (publicity) ofisi açmıştır. Lee'nin şirketi günümüzde uygulanan modern halkla ilişkiler danışmanlığı yolunda gelişmiştir (Canfield ve Moore, 1973, s. 13; Tortop, 2001, s. 71). Ivy Lee, değişik sektörlerdeki işlerde ve çeşitli konularda halkla ilişkiler çalışmalarında bulunmuştur. Ivy Lee, ilk gerçek halkla ilişkiler danışmanıdır. 20. yüzyıl halkla



ilişkilerinin temel yapısı Lee tarafından oluşturulmuştur. Lee, politikalar ile politikaları yürütmek için gerekli olan idari sorumluluklar üzerinde önemle durmuştur. Lee, toplumla iki yönlü iletişimin gerekliliğini vurgulamıştır. Müşterilerine, dinlemenin de en az konuşmak kadar önemli olduğunu anlatmıştır. Basınla olan ilişkilerde, tamamen dürüst ve içten olmak gerektiğini önermiştir (Nolte, 1974, s. 41; Tikveş, 2005, s. 38). Lee, halkla ilişkilerin fonksiyonuna iki önemli katkıda bulunmuştur. Öncelikle, işi kişileştirerek halkla ilişkileri çalışanlar, müşteriler ve diğer çevreye yaymıştır. Ayrıca, üst düzey yöneticilerle çalışmış ve onların aktif destek ve kişisel katılımlarını geliştirdiği programlarda istemiştir (Canfield ve Moore, 1973, ss. 13-14).

1920'lerde halkla ilişkiler uygulayıcıları, halkla ilişkilerin sadece toplumu bilgilendirmekle kalmayıp, toplumun tavırlarını daha iyi anlayabilmek ve iyi niyetini kazanabilmek için adım atılması gerektiğini farketmiştir (Canfield ve Moore, 1973, s. 14). Bu bağlamda değişik ülkelerde, değişik konularda komiteler ve çeşitli kampanyalar oluşturulmuştur. Bu komitelerin halk için çalışmaları ve kampanyalar başlatmaları halkla ilişkilerin gelişmesinde önem teşkil etmektedir. I. Dünya Savaşı sırasında Amerika'da başkan Wilson tarafından "Committee on Public Information" (Halkı Aydınlatma Komitesi) isimli bir komite kurulmuştur. Söz konusu komite, savaş sırasında halkı bilinçlendirmek, savaş için seferberlik oluşturmak gibi konularda büyük bir kampanya yürütmüştür. George Creel komitenin başına getirilmiştir. Komite, "Liberti Bond"(özgürlük bonusu) adı verilen bonoların halka satılabilmesi için duyurularda bulunmuştur. Kızılhaça gönüllülerin katılması ve bağış toplanmasını sağlamak, gıda tüketiminde tasarruf sağlamak gibi daha birçok konuda halkın desteği kazanılmıştır. Ayrıca komitenin yetiştirdiği elemanlar (Bernays, Byoir) daha sonra kurulan büyük halkla ilişkiler şirketlerini yönetmiştir (Cutlip, Center ve Broom, 1985, s. 24-25).

1929-1930'un iktisadi krizi, halkla ilişkiler alanında da etkilerini göstermiştir. 1929 bunalımı ile halkla ilişkiler uygulaması toplumsal bir içeriğe kavuşmuş ve çalışmalar giderek hızlanmıştır (Kazancı, 1980, s. 5). Büyük bunalım, insanı ve çalışanları daha farklı olarak ele almak gerektiği şeklinde öne sürülen görüşlere doğruluk kazandırmıştır. Yani, yönetimde denetim ve örgütlenmeden çok insan faktörüne ağırlık veren sosyo-

psikolojik sorunlarla ilgilenmenin önemi anlaşılmıştır. 1930'larda kamuoyu yoklamaları, bugünkü anlamıyla uygulanmaya başlanmıştır ve insan ilişkilerine dayanan yaklaşımlar ortaya çıkmıştır (Şener, 1992, ss. 25-26). Bunların sonucu olarak, iletişim ve karşılıklı ilişkiler önem kazanmaya başlamıştır.

Özet olarak, halkla ilişkiler çalışmaları 1920'lerden sonra, çoğulcu toplumun bir gereği olarak artmış, bu konuda yazılan eserler ve dergiler büyük sayıya ulaşmış ve halkla ilişkiler uzmanları her ülkede örgütlenmeye başlamıştır (Ertekin, 1986, s. 12). 10 Şubat 1948 yılında Londra'da Halkla İlişkiler Enstitüsü / The Institute of Public Relations (IPR) kurulmuştur (Black, 1993, s. 181). Kanada'da 1940'da, Fransa'da 1946'dan itibaren, Hollanda'da 1948'de, Norveç'te 1949'da mesleki faaliyetler başlamıştır. İtalya, Belçika, İsveç ve Fillandiya'da 1950'den itibaren, Orta Amerika, Güney Amerika, Avustralya, Japonya, Yeni Zellanda ve Güney Afrika'da ise 1950-55 yılları arasında halkla ilişkiler mesleği yayılmağa başlamıştır (Çamlı, 1988, s. 15).

Halkla ilişkiler mesleğinin yayılması çeşitli ülkelerde bu konuda derneklerin kurulmasını zorunlu hale getirmiştir.

1955 yılı Mayıs ayında Norveç, Hollanda, Fransa, Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere'nin girişimleriyle Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (International Public Relations Association-IPRA) kurulmuştur (Black, 1993, s. 181). Amerikan Halkla İlişkiler Birliği (Public Relations Society of America- P.R.S.A), Amerikan Halkla İlişkiler Derneği (American Public Relations Association-A.P.R.A), Ekonomik Halkla İlişkiler Derneği (Financial Public Relations Associations), Demiryolu Halkla İlişkiler Derneği (Railroads Public Relations Association) gibi çeşitli konularla ilgili halkla ilişkiler dernekleri de kurulmuştur (Tortop, 2003, s. 26).

Görüldüğü gibi, halkla ilişkiler çalışmalarının oldukça güçlü bir tarihsel geçmişi bulunmaktadır.

### 2.2.1. Türkiye’de Halkla İlişkiler Çalışmaları

Türkiye’de halkla ilişkiler çalışmaları incelendiğinde, Cumhuriyetten önceki dönemlerde Göktürkler’in Orhun Yazıtlarına kadar uzandığı görülmektedir. Daha sonra Selçuklu İmparatorluğu döneminde Nizam-ül Mülk’ün “Siyasetname” adlı eserinde halkın düşünce, istek ve şikayetlerinden yönetimin haberdar olmasının gerekliliği anlatılmıştır. Anadolu Selçuklularında hükümdarlar, haftanın belirli günleri toplanıp, halkın problemlerini dinlemekte ve onlara çözümler getirmeye çalışmaktaydılar (Onal, 1997, s. 6). Türklerde de bu denli eskiye dayanan çalışmalar halkla ilişkilerin gerekliliğinin göstergesidir.

Cumhuriyetin kurulmasından günümüze kadar bu olgunun gelişmesinde, ülkemiz için Atatürk’ün katkısı yadsınamayacak derecede çoktur.

Cumhuriyet kurulduktan sonra, Atatürk’ün halkı olaylardan ve gelişmelerden haberdar etmek ve Türkiye ile ilgili haberleri diğer ülkelere ulaştırmak amacıyla “Anadolu Ajansı”nı kurmuş olduğunu görmekteyiz. Bu kurum bugün de çalışmalarını sürdürmektedir (Onal, 1997, s. 7).

Türkiye’de Atatürk’ün halkla ilişkiler çalışmalarında çok önemli bir yeri vardır. Atatürk, Şapka Devrimini ilk olarak halkın karşısında açıklaması, Harf Devrimiyle birlikte yeni harflerin öğretilmesinde görev almış olması, halkın bu devrimleri ve yenilikleri desteklemeleri için Atatürk’ün göstermiş olduğu halkla ilişkiler çabası olarak değerlendirilebilir (Onal, 1997, s. 7).

Çeşitli ülkelerdeki halkla ilişkiler çalışmalarını incelerken, halkla ilişkilerin ilk zamanlarda değişik iş alanlarında oluştuğu ve faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Türkiye’de halkla ilişkiler çalışmaları ilk kez devlet kuruluşlarında görülmüştür. Dışişleri Bakanlığı “Enformasyon Genel Müdürlüğü” ve Milli Savunma Bakanlığı “Basın ve Halkla Münasebetler Daire Başkanlığı” gibi kuruluşlar Türkiye’de kurulmuş

ilk halkla ilişkiler örgütleridir (Peltekoğlu, 1993, s. 28). Bu örgütlerin kurulmasıyla devlet kurumlarındaki işler daha planlı ve düzenli yürütülmeye başlamıştır.

Ülkemizde çağdaş anlamda ilk halkla ilişkiler çalışması, 1961’de kurulan Devlet Planlama Teşkilatının (D.P.T) Koordinasyon Dairesi bünyesinde “Yayın ve Temsil Şubesi”nin yer alması ile başlamıştır (Budak ve Budak, 2004, s. 66). Bu şube, planlama düşüncesinin geniş halk kitlelerine tanıtılmasında çok verimli çalışmalar yapmıştır (Onal, 1997, s. 7).

1962 yılında Merkezi Hükümet Teşkilatı Araştırma Projesi (MEHTAP)’in de halkla ilişkiler konusuna da yer verilmiştir. Mehtap Projesinde, gelişmiş ülkelerde yönetim ile halk arasında ilişki kurmak için çeşitli düzenlemelerin oluşturulduğu, bunların başında da bireyleri ve kuruluşları karardan önce dinlemek ve onların görüşlerini almak için çeşitli yöntemlerin bulunduğu söz edilir. Projede halkla ilişkiler çalışmaları ile ilgili olarak şu ifadeye yer verilmiştir:

Türk idaresinde de çeşitli kademelerinde, her kurumun bünyesine uygun olarak, halkla temas ve dinleme usülleri kurmak gerekmektedir (Budak ve Budak, 2004, s. 66).

1964 yılında yürürlüğe giren Nüfus Planlama Yasası’nın halka tanıtılması ve planlı çocuk sayısı fikrinin ailelere benimsetilmesi için, “Nüfus Planlama Genel Müdürlüğü” kuruluş şemasına “Tanıtma ve Halk Eğitim Şubesi” konulmuştur. Bu çalışmaların başarılı sonuçlar vermesi sonucunda, halkla ilişkiler biriminin yaygınlaşması hızlanmıştır. Ereğli Demir-Çelik İşletmeleri, Koç, Eczacıbaşı ve Yaşar Holding ilk halkla ilişkiler uzmanı istihdam eden kuruluşlardır. İş Bankası, Ziraat Bankası, Akbank halkla ilişkiler birimleri ise Türk bankacılık sistemindeki ilk örneklerdir (Budak ve Budak, 2004, s. 67).

Görülüyor ki, Türkiye’de halkla ilişkiler birimleri farklı kurumlarda yıllar önce çalışmalar başlatmış olup, bu çalışmalar halen devam etmektedir.

1971 yılı Mayıs ayında zamanın reform hükümeti tarafından, İdari Reform Danışma Kurulu kurulması kararlaştırılmıştır. Devlet kesiminin genel yönünü ve stratejisini saptamak üzere kurulmuş olan bu kurul, çalışmalarını daha önceki çalışmalara dayandırarak çok kısa sürede Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü'nde tamamlamış, halkla ilişkiler konusunda araştırmalar yapmış ve bazı öneriler getirmiştir (Tortop, 2003, s. 32).

1984'te çıkarılan Kanun Hükmünde Kararnemelerle, çeşitli bakanlıklarda değişik isimlerde hizmet veren halkla ilişkiler birimleri "Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği" haline getirilmiştir (Budak ve Budak, 2004, s. 67). 1984 Haziran'ında, Bakanlıkların Kuruluş ve Görev Esaslarını Yeniden Düzenleyen 202 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile, Bakanlık Merkez Teşkilatında ihtiyaca göre, hangi tür danışma ve denetim birimlerinin kurulacağı belirtilmiş ve maddenin "e" fıkrasında "Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği" kurulacak birimler arasında sayılmıştır. Daha sonra çıkarılan 1984 tarihli ve 3046 sayılı kanunla Milli Savunma Bakanlığı hariç tüm bakanlıklarda basın ve halkla ilişkiler müşavirliği kurulabileceği belirtilmiştir. (md. 26). Ayrıca, 3056 sayılı kanunla da Başbakanlıkta Basın Müşavirliği ve Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı adıyla iki ayrı birim kurulması öngörülmüştür (md. 24-25) (Tortop, 2003, s. 33).

Kısaca özetleyecek olursak, Türkiye'de özellikle devlet kurumlarında gelişen halkla ilişkiler olgusuyla birlikte her kurum kendi bünyesinde birim oluşturmuş ve çalışmalarını sürdürmüştür.

Ülkemizde halkla ilişkiler konusunda verilen eğitim eski yıllara dayanmaktadır. Türkiye'de halkla ilişkiler eğitimi 1966 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Basın Yayın Yüksek Okulunun Halkla İlişkiler Bölümünün kurulmasıyla başlamıştır. Daha sonra İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Gazetecilik Enstitüsü'nde, Ankara Başkent Gazetecilik Yüksek Okulu'nda ve Ege Üniversitesi'nde halkla ilişkiler ders programlarında yer almış ve 1973 yılında Gazetecilik Enstitüsü dört yıllık bir yüksek okul olmuş ve adı da "Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu" olarak değişmiştir (Onal, 1997, s. 7).

Ülkemizde bugün, üniversitelerden hastanelere, özel ve kamu örgütleri de dahil olmak üzere pek çok kuruluş halkla ilişkiler uzmanı veya danışmanlarından yararlanıp halkla ilişkiler faaliyetlerini yerine getirmeye çalışmaktadır. Ayrıca, üniversitelerimizin çeşitli fakültelerinde de halkla ilişkiler dersleri okutulmaktadır.

### **2. 3. HALKLA İLİŞKİLERDE AMAÇLAR VE İŞLEVLER**

Halkla ilişkilerin amacı, kamuoyuyla ilişki kurmak, bu ilişkileri geliştirmek ve sürdürmektir (Onal, 1997, s. 31). Ayrıca, kuruluş ile diğer kuruluşlar arasında iyi bir ortam oluşmasını sağlamak, örgüt ve hizmet ettiği halk arasında iyi niyet, güven ve desteğin sağlanması da halkla ilişkilerin en temel amaçlarını oluşturmaktadır. Bunlar dışında halkla ilişkilerin daha birçok amacı vardır. Bu amaçlar ise şunlardır (Tortop, 2003, s. 19-20 ; Mihçioğlu, 1970, s. 95):

- Halkı aydınlatmak ve örgütün çalışmalarını onlara benimsetmek,
- Halkın yönetime karşı olumlu tavırlar benimsemesini sağlamak,
- Halkın yönetimle olan işlerini kolaylaştırmak,
- Alınacak kararların daha isabetli olması için halktan bilgi almak,
- Halkla işbirliği içinde olmak, böylece de hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesini sağlamak,
- Yasaklar hakkında aydınlatıcı bilgiler vererek halkın yasalara uymasını sağlamak,
- Yasalarda ve yönetsel işlerdeki aksaklıkların giderilmesinde halkın dilek, istek ve şikayetlerinden yararlanmak,

Özel ve kamu yararlarına cevap vermeye çalışmak, herkesin kişiliğine saygı göstererek ve hürmet ederek sosyal sorumluluk duygusu yaratılmasını sağlamaktır.

Halkla ilişkiler her türlü örgütsel yapı içerisinde farklı işlevler üstlenmektedir. Halkla ilişkilerde bir kurumun hizmet verdiği kitleye karşı ilgi, güven ve sempatiye dayalı ilişkiler kurup geliştirmek için birtakım işlevlerin yerine getirilmesi gerekmektedir.

Halkla ilişkilerde örgütsel yapıya, örgüt kamularına, örgütsel amaçlara bağlı olarak farklı işlevler ön plana çıkmaktadır. Bu işlevleri şu temel başlıklar altında sıralamak mümkündür: (Biber, 2004, s. 63).

*1. Katılımın Sağlanması:* Bir kurumun hizmet verdiği kitlenin düşüncelerini alması ve beklentilerini öğrenmesi ve bu yönde hizmet vermesi gerekmektedir. Katılımın sağlanması iç katılım ve dış katılım olmak üzere iki ayrı şekilde düşünülmektedir. İç katılma kurumda bizzat çalışanların, işçilerin veya memurların katılmasıdır. Dış katılma ise, yönetimin dışındakilerin ve örgüt çevresinde yer alan diğer kamuların katılmasıdır (Tortop, 1998, s. 109).

*2. Örgüt Kültürünün Oluşturulması ve Benimsetilmesi:* Politikalar, stratejiler, davranışlar, semboller, çalışma ilkeleri, gelenekler ve alışkanlıklar gibi değerlerin oluşturduğu bütün, örgüt kültürünü meydana getirmektedir (Berberoğlu, 1990, s. 155). Örgüt kültürünün oluşturulmasında öncelikle örgütte çalışanların örgütün amaçlarını, ilkelerini çok iyi bilmesi gerekmektedir. Örgütün çalıştırdığı personelinin iş tatmini ve motivasyonunun sağlanmasına önem vermesi ve örgüt üyelerinin fikirlerini alması örgütsel kültürün oluşturulmasında etkili olmaktadır.

*3. Tanıma ve Tanıtma Çalışmalarının Koordinasyonu:* Halkla ilişkiler çalışmalarının yerine getirilmesinde tanıma ve tanıtma iki önemli faaliyettir. Tanıma kurum çalışanlarının beklentilerini, isteklerini, düşüncelerini öğrenme çalışmalarıdır (S. Harrison, 1995, s. 6). Tanıtma da tanıma sonucu ortaya çıkan faaliyetlerdir. Yani bir kurum hizmet verdiği kitlenin özelliklerini düşünerek kendini tanıtmalıdır. Tanıtma faaliyetleri çeşitli halkla ilişkiler araçlarıyla yapılmaktadır. Tanıtma faaliyetleri de anketler, yüz yüze görüşmeler, işbirliği ile gerçekleştirilmektedir.

*4. Olumlu Bir Örgüt İmajının Oluşturulması:* Bir örgütün dışa yansıyan görüntüsü olan örgüt imajı, işletmenin, çeşitli kitlelerin zihninde yarattığı resim olarak tanımlanmaktadır. Bir kurumun imajının oluşturulmasında kurumsal görüntü, kurumsal iletişim ve kurumsal davranış unsurları gerekmektedir. Logolar, yazı karakterleri, renkler, ilanlar, sergiler ve basılı materyaller kurumsal görüntüsün oluşturulmasında

etkili olmaktadır. Kurumun hizmet verdiği kitleye karşı davranışları, ve kitlenin kurumla bütünleşme çabaları da kurumsal davranışı oluşturmaktadır. Kurumsal iletişim ise, kurumun iç ve dış iletişimini yani halkla ilişkiler çalışmalarını içermektedir (Budak ve Budak, 2004, s. 177; Peltekoğlu, 1998, s. 278).

5. *Siyasal Destek Sağlanması:* Bireylerin, örgütlerin karar alma süresinde siyasi organları etkileyerek , kararların kendi çıkarları doğrultusunda alınmasına sağlamaya yönelik çalışmalar lobi sözcüğüyle tanımlanmaktadır (Biber, 2004, s. 75). Lobicilik, örgüt ile yasama ve yürütme organları arasında uzlaşma sağlamaya yönelik faaliyetler bütünüdür (Budak ve Budak, 2004, s. 38). Lobicilik kapsamında parlamento üyeleriyle iyi ilişkiler kurmak, onlara bilgi aktarmak, kanun ve yasaları incelemek ve yürütme organlarıyla iletişim kurmak gerekmektedir (Budak ve Budak, 2004, s. 38). Örgütler lobi çalışmalarını kendi elemanları ile yapabilmektedirler.

6. *Nitelikli İnsan Kaynağının Sağlanması:* Bir örgütün başarılı olabilmesinde belirli özelliklere sahip personelin çalıştırılması sağlanmalıdır. Örgütün gelişmesinde ve ilerleyebilmesinde nitelikli insan kaynağının sağlanması halkla ilişkiler çalışmalarını iyi yönde etkileyecek önemli bir unsurdur. Örgüt içinde çalışan nitelikli elemanların işlerinden tatmin olup, kalıcı olmalarını sağlamak da ayrı önem taşımaktadır.

7. *Yönetmelik Politikaların Oluşturulması:* Kurumun başarısı açısından yönetmelik faaliyetlerin oluşturulmasında ve duyurulmasında halkla ilişkiler çalışmalarından yararlanılmaktadır. Kurum ve kuruma ilişkin politikaların oluşturulmasında ve kurumla ilgili bilgilerin duyurulmasında halkla ilişkiler çalışmalarından yararlanılmaktadır (Biber, 2004, s. 78).

8. *Toplumsal Değişimin Yönünün Belirlenmesi:* Örgütler içinde buldukları toplumdan ve meydana gelen değişikliklerden etkilenmektedirler. Halkla ilişkiler toplumda meydana gelen değişimlerin yönünün belirlenmesi ve kurumun bu değişiklikler kapsamında yönlendirilmesi açısından etkileyen faaliyetleri oluşturmaktadır.



## 2. 4. HALKLA İLİŞKİLERDE İLKELER

Halkla ilişkiler çalışmalarının yapılabilmesi için, öncelikle örgüt içinde çalışanların ve örgütün ilişki içinde olduğu hedef kitlenin halkla ilişkileri benimsemesi ve önemsemesi gerekir. Ayrıca etkin halkla ilişkiler programının yürütülmesi için de temel ilkelere uyulması gerekir. Bu ilkeler:

1) *Halkla ilişkiler iki yönlü bir iletişim sürecidir:* Halkla ilişkiler uygulamalarında her türlü iletişim iki yönlü olarak gerçekleşmelidir (Onal, 1997, s. 32; Newsom, 1989, s. 5). İki yönlü iletişim (etkileşimli iletişim), kaynak ve hedef birimlerin karşılıklı olarak birbirlerini etkileme olanağına sahip oldukları iletişim türüdür. Kişiler arası ilişkilere özgü bir iletişim eylemi olan iki yönlü iletişim, yüz yüze ilişkilerde kaynağın hedefi, hedefin de kaynağı etkileyebileceği fiziksel bir iletişim ortamı sunar (Bıçakçı, 1998, s. 31). İletişime dayalı bir süreç olan halkla ilişkileri yürütebilmek için yeterli iletişim olanaklarından yararlanmak gerekir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde tanıtma ve tanıtma çalışmalarını gerçekleştirmek için, örgütün kendi faaliyetlerini, hizmetlerini, ürünlerini halka duyurmak, bunlar hakkında bilgi vermek ve ikna etmek durumundadır. Bu nedenle örgütten çevreye çeşitli iletilerin ulaştırılması esastır. Bunun yanında, örgütün halkını tanıyabilmesi, onların gereksinim ve isteklerini belirleyebilmesi amacıyla çeşitli toplantıların yapılması, bilgilerin toplanması yani tanıma işlevinin yerine getirilmesi gerekir (Gürdal, 1997, s.11-12).

Kısaca söz etmek gerekirse, tanıma ve tanıtma halkla ilişkilerde kullanılan etkili iletişim yöntemleridir. Bu yöntemleri kullanmadan başarı sağlamak mümkün değildir.

Mesajların hedef kitleye ulaşip ulaşmadığı ve hedef kitlenin örgütün söylemek istediklerini algılayıp algılamadığı ancak iki yönlü iletişim sürecinin düzenli işlediği sürece anlaşılabilir (Onal, 1997, s.32-33).

2) *Halkla ilişkiler gerçekleri yansıtan dürüst bir uygulamadır:* Halkla ilişkiler biriminin işi; kitleleri yönetimin istediği doğrultuda ikna etmektir. Ancak, bunu yaparken hiç bir zaman doğruluk ilkesinden ayrılmamak gerekir. Gerçekleri yansıtmayan ya da çarpıtan

halkla ilişkilerci, ilişkide bulunduğu kitleyi kandırmış sayılır. Hedef kitledeki kişiler bu durumu farkederlerse, yalan bilgi yayan kişi ve temsil ettiği kuruluş bu durumdan çok zarar görecektir (Budak ve Budak, 2004, s. 316). Dürüstlük ilkesi halkla ilişkilerin en gerekli koşuludur. Halkla ilişkiler görevlileri, uygulamalarının dürüstlüğüne ve yararına herkesten önce kendileri inanmalıdır (Onal, 1997, s. 33; Özdönmez, Akesen ve Ekizoğlu, 1999, s. 8). Her konuda dürüst çalışmayı ilke edinen halkla ilişkiler görevlileri, hizmet ettiği kurum çalışanlarının her zaman güvenini kazanırlar.

Örgütten çevreye iletilecek bilgilerin doğru ve güvenilir olması gerekir. Halkla ilişkilerin temelinde doğru bilgi, iyi niyet ve dürüstlük yatmaktadır. Bu nedenle halka iletilecek bilgilerin gerçek olması, abartı yapılmamış olması çevrenin örgüte karşı desteğinin alınmasını sağlar (Gürdal, 1997, s. 12).

Halkla ilişkilerde dürüstlük ilkesini ‘onurlu çalışma’, ‘doğruluk’ ve ‘güvenilirlik’ olarak üç grupta incelemek de gerekir. Halkla ilişkiler örgütü, ya da uzmanı tanıtma ve araştırmalar sırasında ‘onurlu çalışma’yı ilke edinmelidir. Onurlu çalışmayı ilke edinmiş bir halkla ilişkiler örgütü ya da uzmanı, işe başlamadan önce, tanıtılması istenen konuyu incelemeli, konu hakkındaki gerçekleri gözden geçirmeli, konunun kamu yararı ile çatışmadığını anladığında ve tanıtma mesajlarının gerçeklerden kopmadan güven ve destek sağlayacağına önce kendisi inandığında görevi üzerine almalıdır. ‘Onurlu çalışma’ ilkesi halkla ilişkiler çabasının her adımında, hatta işe başlama kararı verirken bile karşımıza çıkar. ‘Doğruluk’ derken anlatılmak istenen ise gerçeklerden ayrılmamaktır. Halkla ilişkiler çalışmalarında yalnız gerçeğin yeri vardır, gerçek olan duyurulur, tanıtılır. Halkla ilişkiler çalışmasında gerçeklerin hedef kitleden gizlenmemesi her zaman uyulması gereken bir ilkedir. Halkla ilişkilerin diğer bir ilkesi olan ‘güvenilir olma’ ilkesi de yine yukarıdaki iki ilkeyle çok ilgilidir. Yani, gerçekleri söyleyen, onurlu ve dürüst çalışan bir kurum olma niteliğinin kazanılması ve sürdürülmesi, halkla ilişkiler çalışmaları için büyük önem taşımaktadır.

**3) Halkla ilişkiler sabır isteyen sürekli bir çalışmadır:** Halkla ilişkiler zaman, sabır ve fedakarlık isteyen bir uygulamadır. Halkla ilişkilerin temel amacı, güven ve iyi bir imaj yaratmak olduğundan, bir faaliyetin sonucunu hemen almayı beklemek biraz hayalcilik

olur. Birbiri ardınca birçok faaliyeti gerçekleştirmeyi zorunlu kılan halkla ilişkiler işi, bu özelliği nedeni ile yanlış değerlendirilebilir. Birçok firma, halkla ilişkiler faaliyetlerinden, diğer işletme faaliyetlerinde olduğu gibi, hemen somut sonuçlar bekler. Oysa, sevgi zamanla gelişir ve sevginin temelinde vermek yatar. Bir işletme, bir mamul, bir yönetici seviliyorsa, bu sevgiyi sabırla, çalışmayla zaman içinde kazanmıştır (Budak ve Budak, 2004, s. 317).

**4) İnanırcılık:** Halkla ilişkilerin temel ilkelerinden birisi mesajların sunulmasında inandırıcı olabilmektir. Karşımızdakini, söylediklerimize inandırmamız ise çeşitli etkenlere bağlıdır. Önce konuya kendimizin inanması gerekir. Sonra da mesajın hazırlanmasında hedef kitleyi tanımamız, onun özelliklerini bilmemiz gerekir. Bu iki gerek yerine getirilirse, gerçekler ışığında belirli ilkelere uyarak hazırladığımız mesajın inandırıcı olmasını bekleyebiliriz. Bu ilkeler, kullandığımız dil ile kişi ve toplum psikolojisi konusunda sağlam bilgilere sahip olmayı gerektirir.

Kullandığımız dili ele alacak olursak; mesajların hazırlanmasında, (gazete haberi, radyo-televizyon program metni, film senaryosu vs.) kullanacağımız sözcüklerin titizlikle seçilmesinde büyük yarar vardır. Dilini rahatlıkla kullanabilen bir tanıtmacının inandırıcılık konusunda başarı sağlama olanağı çok fazla olur. Bu nedenle dilimizi en ince özelliklerine kadar öğrenmek bir halkla ilişkiler görevlisine güç katacaktır (Asna, 1997, s. 248-249).

Halkla ilişkilerde inandırıcılık ilkesinin gerçekleştirilebilmesi için, hedef kitlenin çok iyi tanınması ve özelliklerinin de çok iyi bilinmesi gerekir. Hedef kitleye ulaşabilmek ve söylemek istediğimizi tam anlamıyla aktarabilmek için gereklidir.

Halkla ilişkilerde mesajı veren kişi ya da kurumun güvenilir ve sempati duyulan bir kişilik veya kimliğe sahip olması, inandırıcılığımızı pekiştirecek olgulardan biridir (Onal, 1997, s. 33).

**5) Halkla ilişkiler bir uzmanlık işidir:** Halkla ilişkiler görevini yerine getirmede kuşkusuz en büyük görev halkla ilişkiler uzmanlarına düşmektedir. Her mesleğin

gereklerini yerine getirirken, o konuda sorumluluk ve bilgi sahibi olmak gerekir. Bu nedenle yerine getireceğimiz meslek konusunda eğitim almış olmak son derece önemlidir. İyi bir halkla ilişkiler uzmanı, kişisel özelliklerinin bu mesleğe uygunluğu doğrultusunda eğitim görmüş kişilerden olmalıdırlar. Nitekim, halkla ilişkiler alanında eğitim görmüş insanların daha büyük başarılarla ulaştıkları bilinmektedir. Ayrıca, bir işin eğitimini görmek, bilimsel yöntemlerin kullanılma olasılığını artırır (Budak ve Budak, 2004, s. 317-318). Eğitim görmenin yanında halkla ilişkiler konusunda tecrübe sahibi olmak da çok önemlidir.

Halkla ilişkiler, günümüzde genellikle gazeteciler, işletmeciler ya da sosyal bilimlerin herhangi bir dalından mezun olan kişiler aracılığı ile yürütülmektedir. Bu kişilerin başarılı olmaları, daha önceki tecrübelerine ve eski dostluk bağlantılarına bağlanabilir (Budak ve Budak, 2004, s. 318).

Kısaca, halkla ilişkiler bir uzmanlık işidir. Bu konuda yetişmiş, özel eğitim görmüş kişiler daha başarılı olurlar (Orrick, 1967, s. 5).

Halkla ilişkiler görevlileri doğrudan doğruya halkla ilişkisi bulunan memurlardır. Bu kişilerin seçiminde dikkatli davranılmalıdır. Güler yüzlü, sınırları sağlam kişiler arasından seçilmeli ve bir eğitime tabi olmalıdır. Bilgili bir halkla ilişkiler uzmanı, olayları daha iyi değerlendirir ve cevapları da itibarlı olur. Evet, dediği zaman niçin evet dediğini, hayır, dediği zaman niçin hayır dediğini açıklayabilecek kapasitede yetiştirilmelidir.

Halkla ilişkiler için eleman alınırken zeka, yetenek ve kültür gibi konularda testler yapılmalıdır. Sorumluluk alma, başkalarıyla işbirliği içinde çalışma, heyecan kontrolü, fiziki görünüş, eş ve aile durumu gibi konular incelenmelidir. Ayrıca bu kişilerin halkla ilişkiler dalında eğitim görmeleri ve en az bir yabancı dil bilmeleri şartı aranmalıdır (Tortop, 2003, s. 50).

Halkla ilişkiler çalışmalarından beklenen verimliliğin alınması, büyük ölçüde bu ilkelere uygun davranılmasına bağlı görünmektedir.

## 2.5. HALKLA İLİŞKİLER UZMANLARINDA BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER

Halkla ilişkiler konusunda çalışan kişilerin ve uzman personelin başarılı olabilmesi için çeşitli nitelik ve yeteneklere sahip olması gerekir. Bu nitelikler kısaca şöyle sıralanabilir:

- Halkla ilişkiler uzmanı, özellikle genel kültür gerektiren konularda, insan ve toplum psikolojisi, sosyoloji, ekonomi, işletmecilik, hukuk ve genel kültür konularında bilgi sahibi olmalıdır (Sabuncuoğlu, 2004, s. 83). Bir halkla ilişkiler uzmanı genel kültür sahibi olmanın yanısıra çeşitli konularda da eğitim almış olması gerekir. Özellikle, ekonomi, sosyoloji, hukuk, sosyal psikoloji, antropoloji ve psikoloji bilmeleri bu meslekteki başarılarını etkileyecektir (Okay ve Okay, 2005, s.251; Biber, 2004, s. 113).

Bir halkla ilişkiler uzmanının temel birimi insandır. Çünkü, gerek iletişimin kaynağı olan kuruluş, gerekse alıcı olan hedef kitle, insanlardan oluşur. İnsanı tüm özellikleri ile tanımadıkça kuruluşun işleyişini ve mesaj yöneltilecek hedef kitleyi öğrenmenin ve haberleşmede başarı sağlamanın olanağı yoktur. İnsanın özelliklerini öğrenmenin yolu ise psikoloji ve antropolojiden geçer. Toplumu anlayabilmek için ise sosyoloji, sosyal psikoloji ve o toplumun özelliklerini etkileyen oluşumları öğreten tarih, coğrafya, hukuk, ekonomi gibi konuları kavramış olmak gerekir. Toplumun sanatsal yapısı ve bu yapıdaki gelişim de bir halkla ilişkiler elemanının incelemesi gereken konular arasındadır .

- İyi bir halkla ilişkiler uzmanı, dilini iyi kullanmalıdır. Yazılı ya da sözlü iletişimde kelimeler halkla ilişkilerin başlıca aracıdır. Sağlıklı bir iletişim, düşüncenin iyi bir şekilde ortaya konulmasına dayanır.

- Gazetecilik deneyimi ve radyo-TV, sinema ve matbaacılık mesleklerinde de tecrübe ve bilgi sahibi olmanın büyük önemi vardır.

- Halkla ilişkiler uzmanı dış görünümüne dikkat etmelidir. Genel kültürü, etkileyici bir konuşma sanatı ve kendini başkalarına sevdirebilecek bütün özelliklere sahip olan kişi, bu özelliklerini kullanabilmek için önce çevresindeki insanları zevksiz, kirli ve kötü görünüşle kendisinden kaçırmamalıdır.

- Halkla ilişkiler uzmanı insanları sevmelidir. Ancak başkalarını sevmesini bilen insan sevilir. Halkla ilişkiler uzmanının bir kuruluştaki genellikle sevilen bir insan olması gerekir. İnsanları sevmeyen biri, onlara yaklaşmak ve etkileyebilmek için gerekli niteliklerini geliştiremez. Bu niteliklerin başında ise karşısındakilerin sorunları ile ilgilenmek ve onları dinlemesini bilmek gerekmektedir.

- Halkla ilişkiler uzmanı, işiyle ev hayatını asla birbirine karıştırmamalıdır ve her zaman güler yüzlü olmaya özen göstermelidir.

- Halkla ilişkiler uzmanı içinde bulunduğu ortama göre davranmasını çok iyi bilmelidir. Görgü kuralları, topluluk içinde davranma biçimi, halkla ilişkiler mesleğinde çok önemli yer tutmaktadır. Telefonda konuşmasını, bir protokol yemeğinde önündeki çatal bıçak gibi aletleri doğru kullanmasını, nasıl el sıkılacağını, bir cenaze töreninde nasıl davranılacağını bilmeyen halkla ilişkiler uzmanının başarı şansı azalır.

- Halkla ilişkiler uzmanı, kişilerarası birlikteliği sağlayacak, esneklik, sağduyu, espri ve hayal gücü ile araştırmacılık yanı gelişmiş kişidir.

- Halkla ilişkiler uzmanı kendine güvenir ve karşısındakilere de bu güveni hissettirir (Asna, 1997, s. 256-260).

## **2.6. KURUMLARDA HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN BULUNMASI GEREKEN ÖZELLİKLER**

Bir işyerinde halkla ilişkiler personeline bulunması gereken özellikler kadar, işyerinin de halkla ilişkiler açısından belli özelliklere sahip olması gerekmektedir.

Bir işyerinde halkla ilişkiler açısından bulunması gereken özellikler dört grupta toplanabilir. Bu özellikler güven verici olma, temizlik, iç açıcılık ve düzenli olma.

### **2.6.1. Güven Verici Olma**

Binanın estetik, sağlam ve iç açıcı olması gerekir. Bu özelliklere sahip olmayan bir işyerinin halkla ilişkiler açısından olumlu etkiler yaratması güç görünmektedir.

### **2.6.2. Temizlik**

Temizlik, binayı daha güzel ve ferah gösterir. Özellikle, yiyecek, içecek satan yerlerde olduğu gibi, bilinçli bir seçme nedeni olmasa bile, binası ve gereçleri temiz olan kuruluşlar daha sevimli, daha çekici olacaklarından diğerlerine üstün tutulacaklardır. Bir kuruluşu, halkın temizlik yönünden güven verici ve sempatik bulması için şu noktalara dikkat edilmelidir (Sabuncuoğlu, 2004, s.85):

- Dış sıvanın ve badananın temiz görünüşlü olmasına önem verilmelidir.
- Duvarlara afişler yapıştırılmamalıdır.
- Binanın çevresi temiz tutulmalıdır.
- Gezici satıcıların binanın önünde devamlı olarak bulunmalarına engel olunmalıdır.
- Vitrin camları temiz tutulmalıdır.
- Kapı girişlerine paspas konulmalıdır.
- Kapı yanları, pencere önü ve salonlar güzel çiçeklerle donatılmalı ve temiz tutulmalıdır.
- Perde, halı ve yolluklar belirli zamanlarda temizlenmelidir.
- Lavabo ve tuvaletler temiz tutulmalıdır.

Yukarıda saydığımız noktalara her kuruluş mutlaka özen göstermeli ve temizlik konusunda titiz olmalıdırlar.

### 2.6.3. İç Açıcılık

Bir kurumun hitap ettiği hedef kitleye kendini sevdirmesi için her açıdan uygun ve iç açıcı bir binaya sahip olması gerekir. Bir binanın bu özelliklerde olabilmesi için şu noktalarda dikkatli olunmalıdır:

- Binanın dış görünüşü sevimli olmalıdır.
- Vitrin camları geniş, salonlar iyi ışıklandırılmış ve açık renge boyanmış olmalıdır.
- Bina içinde gereksiz eşya bulundurulmamalı, canlı çiçeklere yer verilmelidir.
- Binanın içi çok iyi havalandırılmalı ve sıcaklık 20-22 derece civarında olmalıdır (Sabuncuoğlu, 2004, s. 85).

Kısaca özetlemek gerekirse, bir kuruluşun dış görünüşü, binanın özellikleri ve ortamın uyumluluğu halkla ilişkilerde çok önemlidir.

### 2.6.4. Düzen

Bir kuruluşun halkla ilişkilerde düzenli olması da gerekir. Düzen konusunda şunlar göz önünde bulundurulmalıdır:

- Binanın dışı, bahçesi, koridorları ve giriş düzenli olmalıdır.
- Salon ve odalardaki eşyalar en uygun ve kullanışlı biçimde yerleştirilmelidir.
- Masanın üstü, dolaplar dağınık olmamalı, dosya ve klasörler düzgün biçimde yerleştirilmelidir.
- Daktilo, hesap makinası, bilgisayar ve diğer araçlar en uygun yere konulmalıdır. (Sabuncuoğlu, 2004, s. 86).

Görüldüğü gibi, kurumların halkla ilişkiler çalışmalarında mekansal özellikler önemli yer tutmaktadır.



## 2.7. HALKLA İLİŞKİLER ÇALIŞMASINDA AŞAMALAR

Halkla ilişkiler çalışması dört temel adımdan oluşmaktadır. Bu adımlar; bilgi toplama-araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirme'dir.

Düzenlenecek bir halkla ilişkiler kampanyasında ilk adım bilgi toplamadır. Eğer halkla ilişkilerini düzenleyeceğimiz kuruluşta yeni göreve başladysak veya bizden bu konuda ilk defa danışmanlık hizmeti isteniyorsa en önce yapılması gereken kuruluşu tanımaktır. Bu tanıma işinde, önce kuruluş hakkında elde edebileceğimiz her bilgiyi toplayıp incelemeliyiz. Ayrıca hedef kitlemiz hakkında da bilgi sahibi olmalıyız. Bu bilgiler elde edilmeden kamuoyu ile ilişki kurmak ve bunu sürdürmek hiç kolay değildir. Bilgi toplanması yoğun bir bilimsel araştırma gerektirir (Onal, 1997, s. 49).

Bilgilerin toplanması diğer adımlara hazırlık olduğu için büyük bir titizlikle yapılmalıdır.

İkinci adım, elde ettiğimiz bilgilerden de yararlanarak çalışma planımızın hazırlanmasıdır. Burada amaç ulaşmak istediğimiz hedeflere gerekli ve doğru mesajlarımızı oluşturmak olacaktır (Asna, 1997, s. 235).

Üçüncü adım, planları uygulama aşamasıdır. Çeşitli haberleşme araçlarından ve kitle ilişkilerinin çeşitli yollarından yararlanılarak, çeşitli hedef kitleler için hazırlanan mesajlar, yerlerine ulaştırılacaktır (Onal, 1997, s. 49; Asna, 1997, s. 235).

Toplanan bilgilerin planlanması ve çeşitli yöntemlerle uygulanmasının sonucunda en son adıma yani değerlendirmeye geçilir.

Uygulama sonuçlarının değerlendirilmesi, atılacak adımların dördüncüsüdür (Asna, 1997, s. 235). Burada amaç, sonuçların incelenmesidir. (Onal, 1997, s. 50). Bu bilgiler, bize çalışma planlarındaki yanlışlıkları ve eksiklikleri düzeltme olanağını verir. "Bu düzeltmelerden sonra kampanyayı sürdürdüğümüz zaman, elimizdeki yeni bilgilerle işe başladığımız için, yeniden yukarıdaki birinci adımı atmış oluruz. Halkla ilişkiler çalışması böylece, uzun süreli bir döngü içinde sürüp gider" (Asna, 1997, s. 235).

Görülüyor ki, halkla ilişkiler etkinliği genellikle birbirini izleyen dört evreden oluşan bir süreçtir. Bu aşamalar detaylı olarak aşağıda irdelenmiştir.

### **2.7.1. Bilgi Toplama-Araştırma**

Bilgi toplama-araştırma halkla ilişkiler çalışmalarında gerçekleştirilmesi gereken ilk aşamadır. Bir kurum için gerekli bilgiler toplanırken ve araştırma yapılırken öncelikle kurumun özellikleri ve yaşanan problemler öncelikle dikkate alınmalıdır.

“Bir halkla ilişkiler faaliyetinde işe araştırmayla başlamak gerekir. Kurumun faaliyetlerinden etkilenen veya etkilenebilecek, alacağı kararlarla kurumun faaliyetlerini etkileyen veya etkileyebilecek kişiler, kurum ve grupların düşünce, duygu, tutum ve davranışları araştırılarak ortaya konulmalıdır. Elde edilen bu bilgiler analiz edilerek kurumun kuvvetli ve zayıf noktaları, problem alanları belirlenmelidir. Bu aşamada yapılacak işler ve alınacak kararlar daha sonraki aşamalara temel oluşturacağından hayati önem taşımaktadır. Onun için, bilginin toplandığı andan sonuçlanana ve yorumlanana kadar kullanılacak araç ve yöntemler çok dikkatli seçilmeli, güvenilir ve nesnel olmalarına özen göstermelidir”(Küçükkurt, 1988, s. 156).

Halkla ilişkilerde önemli olan hedef kitleyi tanıyıp, onların eğitim , gelenek, alışkanlık, görüş, inanç ve tüm yöresel özellikleri çok iyi bilmek araştırmanın başarılı bir şekilde ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Bu amaçla yapılacak araştırmada izlenecek yöntemler şöyle özetlenebilir:

*1. Kaynak Taraması:* Bir kurumun çevresiyle ilgili gazete ve radyoda çıkan haberler taranır. Kuruma gelen çeşitli yazılar, şikayetler, öneriler ve yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlar toplanır. Ayrıca, çevrede veya ulusal düzeyde hedef kitleye ilişkin çıkan bilgiler, gazete ve dergiler araştırılır (Sabuncuoğlu, 2004, s. 92).

*2. Soruşturma:* “Daha ayrıntılı ve güvenilir sonuçlar alabilmek için daha etkin metodlar kullanılmalıdır. Bu metotlardan birisi kişisel soruşturma yöntemidir. Bir kitleyi oluşturan bireylerle tek tek yapılacak görüşmeler o kitle hakkında en doğru bilgiyi

verecektir. Ne var ki, bu metod ancak kalabalık olmayan hedef kitleler için kullanılabilir. Ayrıca, yüz yüze konuştuğumuz herkesin doğru cevaplar vereceği kesin değildir” (Onal, 1997, s.51). “Bu nedenle rastgele, bölgesel ya da kota örneklemesine gidilerek o grubu temsil edebilecek kişilerle ilişki kurulmaya çalışılır” (Sabuncuoğlu, 2004, s. 92)

Örnekleme yönteminin uygulanması ile, o toplumu temsil eden örnekler seçilerek araştırma yapılır.

3. *Anketler:* Halkla ilişkiler konusunda araştırma yapmanın bir başka yöntemi de ankettir. Anket yöntemi, halkla ilişkiler uzmanları tarafından hazırlanan soru dizisinden oluşur ve ayrıntılı, derinliğine bilgi elde edilmesi amaçlanır.

Elde edilen sonuçlar, bilgisayar ortamında çeşitli istatistiksel yöntemlere göre değerlendirilir (Sabuncuoğlu, 2004, s. 92).

4. *İşletme İçi Araştırma:* “Araştırma yapan işletmenin içe dönük bir çalışmasıdır. Bu araştırmada amaç, kuruluşla ilgili tüm nitelik ve nicelikleri kapsayan bilgilerin toplanması ve sistemleştirilmesidir” (Çamlı, 1988, s. 147).

Bilgilerin toplanmasında çeşitli yöntemler kullanılır. “İşletme içi araştırmalarda işletme raporları, kayıtlar, tutanaklar, mektuplar, personelin görüş ve önerileri, halkla ilişkiler uzmanının izlenim ve önsezileri birer bilgi kaynağı olarak kullanılır” (Sabuncuoğlu, 2004, s. 93).

Halkla ilişkiler uzmanının kurumunu tanınması, hedef kitleleriyle daha iyi ve yakın ilişkiler kurabilmesi için araştırma yapması zorunlu görünmektedir.

### 2.7.2. Planlama

Halkla ilişkiler amaçlı bir araştırmanın başarıyla sonlandırılması, örgüt-çevre ilişkisinde ne tür sorunların yaşandığı, bu sorunların nerelerden kaynaklandığı gibi belirsizliklerin açıklığa kavuşturulması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla bu aşamadan sonra sıra, bu sorunların aşılmasına veya ortada herhangi bir sorun yoksa mevcut durumun sürdürülmesine yönelik nelerin yapılması gerektiğine ilişkin kararlar almaya gelmektedir. Sorunların çözümüne yönelik kararlar almak, örgütün geleceğiyle ilgili planlar yapmak demektir. Çünkü, bir planlama çalışmasıyla nereye, nasıl, hangi maliyetle, hangi sürede, kiminle ulaşılmak istendiğine karar verilmektedir (Harrison, 1995, s. 47; Jefkins, 1974, s. 211).

Kısaca özetlemek gerekirse, planlama aşaması halkla ilişkiler çalışmalarında karar vermeyi sağlamaktadır.

Birinci aşamada bir karar vermektten çok çeşitli kaynaklardan bilgi toplanır. Bu bilgilerin ışığında geleceğe dönük stratejik ve taktik planlar hazırlanır. Stratejik planlar, üst yönetim tarafından işletmenin halkla ilişkiler konusunda uzun dönemde (beş yıl gibi) nereye varmak istediğini belirleyen çalışmalardır. Taktik planlar ise, işletmenin izlediği temel politika çevresinde kısa dönemde (en çok bir yıl) belli projelerin, tahmin ve gelişmelerin önceden belirlenmesidir. Taktik planlarda hedefler daha somuta indirgenmekte ve neler yapılacağı programlar üzerinde tek tek gösterilebilmektedir (Sabuncuoğlu, 2004, s. 94).

Bahsedilen bu planların yapılan çalışmalara uygun olarak düzenlenmesi gerekmektedir. Ancak bu şekilde çalışmalardan olumlu sonuçlar almak mümkün olacaktır.

### 2.7.3. Uygulama

Halkla ilişkilerin en zor aşamalarından biri olan uygulama aşaması araştırma ve planlama aşamalarında gerçekleşen doğru planlama ve hangi çalışmaların hangi sürede tamamlanacağı, çalışmaların yürütülmesindeki sorumlu kişiler, kaynaklar ve hedeflerin bilinmesinden sonra başlar. Uygulama aşamasında çalışmalar bütün örgütün katkılarıyla ve büyük bir titizlikle gerçekleştirilmelidir. Aksi takdirde, araştırma ve planlama aşamasındaki çalışmaların hepsi boşa gitmiş olur. Yani, burada

halkla ilişkiler çalışanlarına ve üst düzey yöneticilerine ve bütün personele çok büyük sorumluluklar düşmektedir (Sabuncuoğlu, 2004, s. 103). Kısaca, bu aşamada yapılan bütün çalışmaların dikkatle incelenip, ele alınması gereklidir.

Uygulama aşaması geniş kapsamlı bir iletişimi gerektirmektedir. İletişimde tanıtım mesajları çeşitli iletişim araçları (gazete, dergi, film, radyo, televizyon, toplantılar, sergiler vb. gibi) ile yapılır. Halkla ilişkilerde bu aşamaya iletişim aşaması da denilmektedir (Özdönmez ve diğerleri, 1999, s. 17).

Halkla ilişkilerdeki uygulama türlerini aşağıdaki gibi belirtebiliriz:

Çevre analizleri, açılış ve yıldönümü törenleri, basın toplantıları, basın konferansları, basın gezileri, basın röportajları, basın resepsiyonları, genel halk görüşmeleri, tanıtım kampanyaları, tanımaya yönelik çalışmalar, sosyal sorumluluk kampanyaları, lobi çalışmaları, çalışanlara yönelik motivasyonu artırıcı uygulamalar (Biber, 2004, s. 95-102). Bu uygulamalar daha çok karşılıklı iletişimi sağlayan tanıtıcı nitelikteki faaliyetlerdir.

Bu uygulamaların dışında, daha farklı şekillerde de uygulama biçimleri mevcuttur. Örneğin; gazete, dergi, tanıtıcı film ve slaytların hazırlanması, yemek ve davetiyelerin düzenlenmesi gibi çeşitli iletişim araçlarının kullanıldığı uygulama aşamasının başarıyla gerçekleşmesi bir kuruluşun halkla ilişkiler açısından önem kazanmasına ve çalışan personelin halkla ilişkiler konusunda da daha çok uzmanlaşmasını sağlayacaktır (Yapar, 1999, s. 20).

Görülüyor ki, uygulama daha çok iletişimi gerektiren faaliyetlerden oluşan ve çeşitli iletişim araçlarının kullanılmasını gerektiren bir aşamadır.

#### **2.7.4. Değerlendirme**

Sonuçların değerlendirilmesi halkla ilişkiler çalışmalarının son aşamasıdır. Planlama aşamasındaki işlerin doğru ve başarılı bir şekilde uygulanmasıyla birlikte

değerlendirme aşaması ortaya çıkmaktadır. Bu aşamada önemli olan amaçlara ulaşıp ulaşılamadığının belirlenmesidir. Eksikliklerin ve sorunların belirlenmesi değerlendirme sonuçları ile ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan herhangi bir sorun ve aksaklık varsa halkla ilişkiler sürecinin birinci aşaması olan araştırma aşamasına geri dönülür ve örgüt için daha sonraki çalışmalara hazırlık olması açısından önem teşkil eder.

Halkla ilişkilerin değerlendirme aşamasında, planlama aşamasında belirlenen hedef kitleler ve uygulama aşamasında hedef kitlelere uygulanan anket, görüşme, mektup gibi araştırma tekniklerinin etkili olup olmadığı ortaya konulur.

Kısaca, planlama aşamasında belirlenen hedeflere göre uygulamada elde edilen sonuçların ölçülmesi olarak tanımlayabileceğimiz değerlendirme aşaması, neyin, nasıl ve hangi ölçüde gerçekleştiğini anlamayı amaçlayan bir kontrol aşamasıdır (Yapar 1999: 20).

## **2.8. HALKLA İLİŞKİLERDE KULLANILAN İLETİŞİM ARAÇLARI**

Bir kuruluşun halkla ilişkiler çalışmalarında hedef kitlelerine ulaşp, faaliyetlerini duyurabilmesi için çeşitli iletişim araçlarından yararlanması gerekir. Amaç, halkla ilişkiler personelinin kuruluşun amaç ve çalışmalarını hedef kitlelere ulaştırması, tanıtması ve reklam içermemesidir. Halkla ilişkiler çalışmalarında iletişim araçları, genel olarak, yazılı araçlar, sözlü araçlar ve görsel-işitsel araçlar olarak üçe ayrılmaktadır.

### **2.8.1. Yazılı Araçlar**

#### **2.8.1.1. Gazeteler**

Halkla ilişkiler çalışmalarında bir kuruluşun yaptıkları çalışmaları ve verdikleri hizmetleri etkin bir şekilde geniş gruplara duyurabilmeleri için gazete en çok ve en sık kullanılan yazılı araçlardan birisidir.

“Gazeteler, çok farklı hedef kitlelere ulaşılmasına imkan verdiği için halkla ilişkiler görevlisinin kamularını bilgilendirmek ve faaliyetlerini tanıtmak amacıyla yararlanacağı yazılı araçların başında gelmektedir” (Yapar, 1999, s. 21).

Ancak, halkla ilişkiler aracı olarak gazeteleri kullanacak olan sorumluların gazetelere haber ulaştırma şekillerini, hangi gazeteye ulaştıracaklarını, nasıl ve ne zaman ulaştıracaklarını çok iyi bilmeleri gerekmektedir. Çünkü, her gazetenin kapsadığı konular ve okuyucu kitlesi farklılık göstermektedir. Onun için halkla ilişkiler görevlisinin öncelikle dikkat etmesi gereken konu, yapılan faaliyetle ilgili bir haberi en uygun gazetelere göndermesidir.

Gazetelerde dikkat edilmesi gereken diğer önemli bir konu da, gönderilecek haberlerin zamanında ulaşmasını sağlamaktır. Çünkü, gazeteye gönderilen bilgilerin zamanında gazeteye ulaştırılması gerekir. Aksi takdirde haber istenildiği zamanda gazetede çıkmaz ve güncelliğini yitirir. “Akşam gazetelere dağıtılan bir haberin ertesi gün sabah sütunlarda yer alması kolay değildir” (Kazancı, 1980, s. 120).

Gazetelere çeşitli biçimlerde haber ulaştırma biçimleri bulunmaktadır. Bunlar ;

1) Basın bültenleri 2) Basın toplantıları’dır.

*1) Basın Bültenleri:* Gazete aracılığıyla yapılacak halkla ilişkiler çalışmalarında, gönderilecek haberler basın bültenleri ile gazeteye iletilir. Basın bültenlerinde gazeteye gönderilecek haberin açık, net ve anlaşılır olması gerekmektedir. Bültenin ilk paragrafında konunun ne olduğu da açıkça belirtilmelidir (Kazancı, 1980, s. 121).

Basın bültenleri hazırlanırken çeşitli unsurlar vardır ve bunlara dikkat edilerek bültenin hazırlanması gerekir. Bu unsurlar şunlardır (Onal, 1997, s. 65):

- Öncelikle hazırlanan basın bülteninin açık ve anlaşılır olması gerekir.
- Haberin konusu ilk paragrafta mutlaka yazılmalıdır.
- Bülteni gönderen kuruluşun adı, adresi, telefon numaraları, bülteni hazırlayan kişinin adı gibi bilgiler mutlaka yazılmalıdır.
- Bültenin düzeni gazete haber düzenine uygun olmalıdır.

- Konular özenle seçilmeli, haber niteliği olmayan konular bültene konulmamalıdır.
- Basın bültenlerine gerektiğinde resim ve dokümanlar eklenmelidir.
- Haberler gerçek olmalıdır.
- Bülten bütün basına dağıtılmalıdır.
- Bültenlerde sayfa numaraları mutlaka belirtilmelidir.
- Bültenin gazeteye varış saatine dikkat edilmelidir.
- Bültende sayfa değiştirirken cümleler ve paragraflar bölünmemelidir.

2) *Basın Toplantıları*: Basın toplantıları gazetecilerin davet edildiği ve çok önemli konuların bildirilmek istendiği durumlarda yapılan bir halkla ilişkiler çalışmasıdır. Çünkü, çok önemli olmayan herhangi bir konunun duyurulmasında basın bültenleri yeterli olur. Gazeteciler ancak çok önemli bir konu olduğunda çağrılmalı ve basın toplantısı yapılmalıdır (Kazancı, 1980, s. 121).

Basın toplantısı yapılmadan önce konuyla ilgili bütün dokümanlar önceden gazetecilere verilmelidir. Konuyu hazırlayan birimin üst yöneticisi veya konuya hakim kişi sorulan sorulara cevap vermesi açısından mutlaka toplantıda bulunmalıdır (Onal, 1997, s. 65).

Basın toplantıları yüz yüze ve karşılıklı görüşülerek yapıldığından, gazetelerde etkili haber ulaştırmada çok önemlidir.

### **2.8.1.2. Dergiler**

Dergiler de, gazetelerde yer alan bütün özelliklere sahiptir. Ama dergileri gazetelerden farklı kılan birtakım özellikler vardır. Gazeteleri dergilerden ayıran en önemli özellik, haberin gönderileceği zaman sınırlamasıdır. Gazetelerde haberleri gönderirken halkla ilişkiler sorumlusu mutlaka zamana çok dikkat etmelidir. Aksi takdirde, haber istediği zaman gazetede çıkmayabilir. Ancak, dergiler haftalık veya aylık yayımlandıkları için halkla ilişkiler sorumlusunun haberi dergiye ulaştırmak için daha çok zamanı vardır. Dergiler farklı konularda yayımlanmaktadır. Bu nedenle her bir dergi farklı okuyucu



kitlesine sahiptir. Halkla ilişkiler uzmanının konusunu çok iyi belirleyip, haberi konuyla ilgili dergiye göndermesi gerekir.

### **2.8.1.3. Broşürler ve El Kitapları**

Broşürler kurum tarafından hazırlanmış, içeriği tamamen kurumun isteğine göre oluşturulmuş, kurumun çalışma ve faaliyetlerinin yer aldığı bir tanıtma aracıdır. Broşürler hazırlanırken az sayfalı olmasına özen gösterilmelidir. Broşürlerin ayrıca renkli ve resimli olmaları gerekir.

El kitapları ise, adından anlaşıldığı üzere, bir kurumun faaliyet ve çalışmalarını anlatan, her zaman el atında bulundurulabilecek, resimden çok yazının yer aldığı kaynaklardır (Kazancı, 1980, s. 125).

### **2.8.1.4. Yıllık Raporlar**

Yıllıklar, bir kurumun bir yıl içinde yaptığı bütün çalışmaları ve faaliyetleri veren, içinde renkli resim ve grafiklerin bulunduğu kitaplardır. Yıllıklar genelde kurumun ilişkide bulunduğu diğer kurumlara da gönderilir (Onal, 1997, s. 66).

Görülüyor ki, kurumun çalışmalarını ve bir yıl içinde yaptığı faaliyet raporlarını veren yıllıklar, her an bilgiye ulaşılabilecek nitelikte kaynaklardır.

### **2.8.1.5. Afiş, Pankart ve El İlanları**

Afişlerin en belirgin özelliği resimli olmasıdır. Ancak, afişteki resmin konunun amacını ve haberin niteliğini duyuracak nitelikte çarpıcı ve dikkat çekici olması gerekmektedir. Afişler çeşitli hedef kitlelerin görebileceği her yere asılabilen iletişim araçlarıdır. Afişlerin düzenlenmesi ve iletilmek istenen mesajların doğru bir şekilde hazırlanması önemlidir (Sabuncuoğlu, 2004, s. 141).

“Pankartlar ise, afişlerin aksine, yazı özellikleri ağır basan, resim içermeyen, vitrinlere ve ilan tahtalarına asılan küçük boyutlardaki duyuru araçlarıdır. Pankartlardan daha küçük boyutta, sadece iletilmek istenen mesajı içeren genellikle reklam amaçlı kullanılan el ilanları kalabalık yerlerde elden dağıtılabileceği gibi, genellikle kolay ulaşılamayan kırsal alanlarda havadan atılarak da kişilere ulaştırılabilir” (Yapar, 1999, s. 23).

Afiş, pankart ve el ilanları birbirinden farklı olarak hazırlanmaktadır. Afiş ve pankartların uygun yerlere asılması, el ilanlarının da uygun yerlerde ilgili kişilere dağıtılması gerekmektedir.

#### **2.8.1.6. Diğer Yazılı Araçlar**

Yukarıda belirtilen yazılı araçların dışında, mektuplar, antetli kağıtlar, kartvizitler, pullar, karikatürler, bayram kartları sayılabilir. Kişisel bir araç olarak kullanılan mektuplar, çeşitli bilgilerin kişilere veya gruplara gönderilmesi, herhangi bir etkinliğin duyurulması amaçlı yazılır. Mektup yazılırken inandırıcı, dürüst, samimi olunması gerekir. Kurumların renklerini ve amblemlerini taşıyan antetli kağıtlar, kartvizitler, bayram kartları, pullar, karikatürler de bir kurumu tanıtmada kullanılan diğer yazılı araçlardır (Sabuncuoğlu, 2004, s. 142).

Kısaca özetlemek gerekirse, halkla ilişkilerde iletişimin sağlanması ve bilgilerin iletilmesinde kullanılan yazılı araçların niteliği önem taşımaktadır.

#### **2.8.2. Sözlü Araçlar**

Halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılan yazılı araçların yanında yüzyüze görüşme, telefonda görüşme, toplantılar, konferans ve seminerler gibi sözlü olan iletişim araçları da vardır.

### 2.8.2.1. Yüzyüze ve Telefonla Görüşme

Yüzyüze ve telefonla görüşme, halkla ilişkiler sorumlusunun etkin konuşma, anlatım yeteneği ve iletişim becerilerinin ön planda olduğu iletişim araçlarıdır. Sözlü yapılan iletişim yazılı iletişimden daha etkilidir. Çünkü, yazılı iletişimde, iletişim kurulacak kişilerle doğrudan iletişim mümkün olmamakla birlikte bunun aksine sözlü iletişimde karşılıklı iletişim mümkündür. Telefonda görüşmeye göre karşılıklı görüşme daha etkilidir. Çünkü karşıdaki kişinin davranış ve mimiklerini de görerek onların düşünce ve isteklerini daha kolay ve doğru anlamak mümkün olur. Karşılıklı görüşme yapılırken halkla ilişkiler sorumlusunun anlatacağı konuyu ve soracağı soruları önceden tasarlayıp dikkatli cümleler kurarak anlatması ve sorması gerekir. Konuşurken sabırlı, nazik, güleryüzlü olmak, içten ve samimi davranmak, gerektiğinde karşı tarafı övmek gereklidir (Sabuncuoğlu, 2004, s. 144).

Kısaca belirtmek gerekirse, karşılıklı görüşmede konuşma şekli ve konuşulanların anlatılmak istenenini vermesi önemlidir.

Telefonda görüşme ise yüz yüze görüşmeye göre daha zordur. Yalnız telefonda görüşen kişi mutlaka karşı tarafa kendini tanıtmalı, adını ve soyadını söyleyerek kendini tanıtmalıdır. Anlatılmak istenen konu kısa tutulmalıdır. Konuşurken de karşıdakinin görüşlerini bir not defterine kaydetmek gerekir (Onal, 1997, s. 71). Ayrıca, telefonda konuşan kişinin ses tonu ve hitap şekli etkilemede önem taşır.

### 2.8.2.2. Toplantı, Konferans ve Seminerler

Sözlü iletişim araçlarından biri olan toplantılar bilgi verme, bilgi alma ve değerlendirme amacıyla yapılır. Katılımcıların yüz yüze görüş ve düşüncelerini bildirmeleri açısından etkili bir iletişim aracıdır. Toplantının güncelliği çok önemlidir. Başlama ve bitiş saati önceden belirlenmelidir (Sabuncuoğlu, 2004, s. 146).

Toplantı çeşitlerinden biri olan konferans, tek yönlü bir iletişim aracıdır. Konferansın tek yönlü olması geribildirimini engeller.

Seminerler ise; konferanslardan daha ayrıntılıdır. Daha uzun sürer. Seminerlerde katılımcıların ilgili konularda aydınlatılmaları için geniş çaplı hazırlık yapılır. Konferanslar tek yönlü iletişim özelliğine sahiptir. Seminerler ise; katılımcıların karşılıklı katılımları sağlandığından iki yönlü iletişime olanak tanımaktadır (Yapar, 1999, s. 24).

Toplantı, konferans ve seminerlerin ortak özelliklerine bakıldığında, üçünün de kalabalık bir katılımcı grubuna bilgi veren etkili iletişim araçları olduklarını görmekteyiz.

### **2.8.3. Görsel ve İşitsel Araçlar**

#### **2.8.3.1. Radyo ve Televizyon**

Halkla ilişkilerde radyo ve televizyon göze ve kulağa hitap eden iki önemli kitle iletişim aracıdır. Radyo ve televizyonun hitap ettiği kitle çok geniş olduğundan ve günümüzde genelde her evde bulunduğu için çok etkili ve güncel araçlardır (Yapar, 1999, s. 25). Radyo ve televizyonu birbirinden farklı kılan değişik özellikleri bulunmaktadır.

Radyolarda çeşitli programlar yapılmaktadır. Bunlar haber bültenleri, açık oturumlar, röportajlar, belgeseller ve anonslardır. Bu programların hepsi halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılmaktadır (Kazancı, 1980, s. 126).

Radyo programlarını her yaşta insan ve değişik meslek gruplarında çalışanlar buldukları ortamlarda rahatlıkla dinleme imkanına sahiptirler.

Radyo programları, daha hızlı ve daha ucuz haber dağıttığından etkilidir.

Radyonun sadece kulağa hitap eden bir iletişim aracı olmasına karşın, televizyon hem kulağa hem de göze hitap etmesiyle radyodan daha etkili bir araçtır. Televizyonda görüntü önemlidir. Göze ve kulağa hitap edecek nitelikte programlar, reklamlar

yapılmalıdır. Genelde televizyonlar her evde, işyerinde vs. yerlerde sürekli açık olduğundan seyircilerde uzun süreli etki bırakmaktadır.

Radyoda yapılan programlar televizyon için de geçerlidir. Programların verildiği zamanlar ve ilgili hedef kitleye sunulma biçimi ve görüntüler televizyon yayınlarında önem verilmesi gereken noktalar arasındadır.

Radyo ve televizyon halkla ilişkiler faaliyetlerinde görsel işitsel araçlar olarak yadsınamayacak etkilere sahip iki önemli araçtır.

### **2.8.3.2. Film ve Video Kaset**

Filmler de özellik açısından görüntü ve ses tekniğiyle televizyona benzeyen bir halkla ilişkiler aracıdır. Yalnız, filmleri belli sınırdaki kullanıcı kitlesi alıp izleyebilmektedir. Maliyeti yüksektir.

Eğitsel, kültürel veya tanıtım amaçlarına yönelik çeşitli nitelikte filmler yapılmaktadır. Filmlerde hedef kitle düşünülerek veya verilmek istenen amaç saptanarak hazırlanıp yapıldığında televizyon kadar etkili bir araçtır. Çünkü filmlerde de özellikle tanıtım gibi faaliyetler yapılırken canlılık ve imaj önemlidir.

Videokasetler ise, genelde bir kurumun faaliyetlerini tanıtmak amacıyla kullanılmaktadır. Kurumdaki çalışmaları, faaliyetleri, özellikleri anlatan kasetler hazırlanmaktadır.

### **2.8.3.3. Sergi, Fuar ve Yarışmalar**

Çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından düzenlenen sergiler, değişik şekillerde ve faaliyetlerde oluşturulup halkın ilgisini çekecek şekilde resimler, şekiller, grafikler ve iletişim araçları da kullanılarak desteklenir. Canlı bir biçimde bilgi verdikleri için kuruluşları ve çalışmalarını daha etkili bir şekilde tanıtır.

Sergiler değişik şekillerde düzenlenebilir. Sürekli sergiler vardır. Bu sergiler belli bir yerde uzun süreli tanıtım amaçlı kurulurlar. Geçici sergiler belli bir yerde bir gün gibi kısa süreli kurulup kalkarlar. Gezici sergiler ise, genelde bir araç veya otobüsün içinde kurulup değişik yerlere, şehirlere gidilerek tanıtım yapma amacını güderler.

Sergiler her konuda düzenlenebilir. Ancak, genellikle sanat, minyatür, resim, el sanatları konularında düzenlenir. Sanat dışında çeşitli kurumlarda tanıtıcı nitelikte sergiler de düzenlenmektedir.

Ulusal ve uluslararası düzeyde kurulan fuarlar ise daha çok kurumların kendi ürünlerini tanıtmak amacıyla kurulmuş etkili halkla ilişkiler aracıdır. Fuarı gezen kişiler firmayı ya da kurumu daha iyi tanıma fırsatına sahip olurlar. Kuruluşlar kendilerini tanıtmak için çeşitli slayt gösterileri yaparak, filmler izleterek, broşürler dağıtarak kurdukları fuarı daha canlı ve hareketli hale sokabilirler (Sabuncuoğlu, 2004, s. 150).

Halkın ilgisini çekmek amacıyla belirli bir konuda farklı kişiler ve kurumlar arasında düzenlenen yarışmalar, etkin bir şekilde tanıtım yapmak açısından kuruluşun toplumsal statüsünü arttırmaya yönelik bir halkla ilişkiler aracı olarak yerini almaktadır (Yapar, 1999, s. 26).

Yarışmalar, kurum içi ve kurumlararası sıcak ilişkilerin sağlanmasında etkili olmaktadır.

#### **2.8.3.4. Açılış, Yıldönümü vb. Törenler**

Açılış, bir kurumun ilk kez hizmete başlaması veya bir ürünün ilk kez piyasaya sürülüşü nedeniyle yapılan bir etkinliktir. Yıldönümü kutlamaları ise, bir kuruluşun ilk kez çalışmaya başladığı günde ve bugünün yıldönümlerinde yapılan kutlamalardır (Sabuncuoğlu, 2004, s. 152).

Açılış ve yıldönümü törenlerinde başarılı sonuçlar elde edebilmek için kurumun iyi hazırlanması ve örgütlenmesi gerekir. Bu nedenle birçok kurumdan fikir almak gerekir, tören yerinin, davetli listesinin önceden planlanması gerekir (Tortop, 1997, s. 76).

Açılış ve yıldönümü kutlamaları bir kurumun halkla ilişkiler faaliyetlerini göstermede çok etkilidir. Bu etkinliklerle kurumun güven ve saygınlığı artar ve örgütün halk tarafından tanınması açısından etkili olur.

Sözü edilen yazılı, sözlü ve görsel araçlar, halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılan ve etkili iletişimin sağlanmasında büyük rol oynayan araçlardır.

Bu araçların her kurumda özellikle de üçüncü bölümde söz edeceğimiz üniversitelerde ve üniversite kütüphanelerinde yerinde ve zamanında kullanılması gerekmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkili olmasında, çalışanların davranışları, çalışmalardaki halkla ilişkiler aşamaları ve kitle iletişim araçlarının büyük payı vardır.

## **2.9. İNTERNET, WEB VE HALKLA İLİŞKİLER**

Teknolojideki hızlı gelişmeler sonucu hedef gruplara ulaşmak için kullanılan geleneksel halkla ilişkiler araçlarına internet ve web siteleri gibi yenileri eklenmiştir (Okay ve Okay, 2005, s. 510).

Yeni bir iletişim aracı olan internet, günümüzde haberleşmede ve iletişimin sağlanmasında etkili bir halkla ilişkiler aracı olarak yerini almıştır. Ağların ağı olarak tanımlanan internet, yüzden fazla ülkedeki her geçen gün artan sayıda bilgisayarı birbirine bağlayan dünyanın en yaygın bilgisayar ağıdır (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2004, s. 158).

İnternet ilk olarak ABD üniversitelerindeki bilim adamları arasında pratik ve hızlı bir haberleşme ağı kurmak üzere 1969 yılında kullanıma sunulmuştur. Bu iletişim ağından önceleri çok az sayıda kişi ve kurum yararlanmakta iken, 1990 yılından sonra

daha fazla kişi ve kurum tarafından kullanılmaya başlanmıştır (Yavaş, Eryılmaz ve Alabay, 2001, s. 506).

İnternet hızlı, çabuk ve pratik bir haberleşme imkanı sağlamasından dolayı her alanda kullanılmaktadır. O, sağlık alanında, ticarete ve çeşitli alanlardaki kişi ve kuruluşlara büyük kolaylıklar getirmiştir.

İnternette yararlanma biçimlerini aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz (Yavaş ve diğerleri, 2001, s. 507):

- Web sayfalarında gezinti (www adreslerine bakma),
- Elektronik posta (e-posta),
- Dosya transferi (FTP),
- Arama motorları (Altavista, yahoo, vb),
- Haber grupları (News),
- Sohbet odaları (Chat).

Halkla ilişkiler çalışanları, internet konusunda bilgilenmektedirler ve onlar artık bu hızlı teknolojiyi kullanarak hedef gruplarına çok kısa bir zamanda ve daha pratik bir şekilde ulaşma imkanına sahip olmaktadır.

İnternet üzerinden bilimsel çalışmalara, çeşitli kuruluşlarla ilgili haberlere, seminer, panel ve duyurulara erişebilmek mümkün olmaktadır (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2004, s. 159).

Word Wide Web teknolojisi de günümüzde oldukça gelişmektedir. WWW çeşitli kurum ve kuruluşların hedef kitlelerine ulaşmak amacıyla, kendi faaliyetlerini, çalışma saatlerini, kurum politikalarını ve çalışanlarıyla ilgili bilgileri göstererek oluşturdukları sitelerdir.

Web sitesi oluşturmada siteyi kuracak olan kişilerin bazı unsurları düşünerek siteyi oluşturması gerekmektedir. Bu kişiler, sitenin amacını, kimlere ulaşılmak istendiğini, sitenin nasıl yapılması gerektiğini ve düzenini önceden saptamalı ve karar



vermelidirler (Okay ve Okay, 2005, s. 512). Web sitesini oluşturan kişilerin, siteyi sürekli kontrol etmeleri ve bilgilerin güncel olup olmadığını, siteye gelen istek sorularının cevaplanıp cevaplanmadığı gibi konuları takip etmeleri de son derece önemlidir.

Web sitelerinin kuruluşlar için iyi bir iletişim aracı olduğunu dile getiren Okay ve Okay (2005), Deighton'dan yaptığı alıntı ile bunu şöyle açıklamaktadır;

Günümüzdeki kuruluşlar artık çalışma saatleriyle sınırlı olmaktan çıkmış, web sayesinde 24 saat çalışan kuruluşlar haline gelmişlerdir. Ayrıca yer ve zaman sınırlaması olmadan çeşitli hedef gruplarla iletişim kurma imkanı da elde edilmiştir. Web ve internet sayesinde birebir iletişim imkanı sağlandığı için geleneksel iletişim araçları karşısında da bireyi güçlendirmiştir (s. 512).

Kuruluşlar web'i sadece reklam ve pazarlama amacıyla değil, aynı zamanda halkla ilişkilerini geliştirmek ve hedef gruplardan kuruluş, marka veya ürün hakkında geribildirim elde etmek amacıyla da kullanmaktadırlar. Web sitelerinin çeşitli kullanım alanları vardır. Bunları aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Okay ve Okay, 2005, s. 511):

- Medya kuruluşlarına bilgi vermek,
- Hedef gruplarla iletişim kurmak,
- Farklı hedef gruplar hakkında bilgi elde etmek,
- Kurum imajını yükseltmek,
- Çalışanlarla iletişimi kurmak ve geliştirmek,
- Bir kuruluş için statü sembolü oluşturmak,
- Online hizmet vermek veya satış yapmak,
- Uluslar arası pazarlara ulaşmak,
- İnternette gezen bir kişiye ulaşmak,
- Diğer halkla ilişkiler faaliyetlerini yerine getirmek.

Yukarıda sayılan bu amaçlar kuruluştan kuruluşa farklılıklar göstermektedir. Web siteleri kuruluşlar ve işletmeler için önemli bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. Bazı kuruluşlar web sitelerini satış yapmak ve gelir getiren faaliyetleri gerçekleştirmek için değil, sadece halkla ilişkiler amaçlı kullanmaktadırlar (Hill ve White, 2000, s. 31; Marshall, 2001, s. 119).

Görüldüğü gibi, internet ve web siteleri halkla ilişkilerin geliştirilmesi ve etkili iletişimin sağlanmasında kuruluşlar için büyük önem taşıyan araçlardır.

Amaç, işlev, ilke, uzmanlarında bulunması gereken özellikleri, aşamaları ve araçları anlatılan halkla ilişkilerin üniversite kütüphanelerinde kullanılması konusu bir sonraki bölümde ele alınacaktır.

### 3. BÖLÜM

#### ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER

Üniversite kütüphanesini tanımlamadan önce içinde yer aldığı üniversite kurumuna değinmek gerekmektedir. Üniversiteler bir ülkenin eğitim, öğretim ve araştırma faaliyetlerinin gelişmesinde, toplum kültürünün yükselmesinde önemli işlevler yüklenen eğitim kurumları arasında yer almaktadır.

##### 3.1. ÜNİVERSİTENİN TANIMI, AMAÇLARI VE İŞLEVLERİ

2547 sayılı Yüksek Öğretim Kanununun 3. maddesinde üniversite şu şekilde tanımlanmıştır:

Bilimsel özerkliğe ve kamu tüzel kişiliğine sahip yüksek düzeyde eğitim-öğretim, bilimsel araştırma, yayın yapan; fakülte, enstitü, yüksek okul ve benzeri kuruluş ve birimlerden oluşan bir yüksek öğretim kurumudur (Yüksek Öğretim Kanunu, 1981, s.2).

Üniversitelerin amaçları dört ana başlık altında toplanmaktadır. Bunlar:

1. Toplumun bilimsel, teknik ve kültür düzeyini yükseltmek,
2. Toplumun ihtiyaç duyduğu nitelikte insan yetiştirmesini sağlamak,
3. Yaratıcı ve araştırmacı niteliklere sahip öğrenciler yetişmesini sağlamak,
4. Hizmetinde bulunduğu toplumun ortak kültür ve yaşam seviyesini yükseltmek, (Çakın, 1983, s. 61).

Görüldüğü gibi, üniversiteler bir toplumun gerek kültür düzeyi gerek sosyo-ekonomik düzeyi açısından gelişimde etkili olan kurumlardır. Üniversitelerin yetersizliği toplumun gelişmesini olumsuz yönde etkiler. Bilginin üretilmesinde ve aktarılmasında üniversiteler belirleyici rol oynamaktadırlar.

Üniversiteleri diğer araştırma kurumlarından farklı kılan çeşitli özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikleri şu şekilde sıralamak gerekir:

1. Araştırma çalışmalarının yanında, toplumun gereksinim duyduğu üst düzey insan gücünün yetiştirilmesi,
2. Bilginin üniversite dışındaki vatandaşın anlayabileceği düzeyde yorumu,
3. Üniversite araştırmacıların ve bilim adamlarının akademik seviyede araştırma yapmalarından dolayı, üretilen bilginin daha teorik düzeyde olmasıdır (Toplu, 1992, s. 23).

Üniversitelerin bir ülke içinde değişik yerlerde ve kültürlerde kurulmalarına rağmen, aynı başlık altında toplanan işlevleri bulunmaktadır.

Bu işlevler Wilson ve Tauber (1956, s. 15) tarafından aşağıdaki şekilde belirtilmiştir:

- Bilgileri ve düşünceleri korumak,
- Eğitim ve öğretim faaliyetlerini gerçekleştirmek,
- Araştırma faaliyetlerini yürütmek,
- Yapılan araştırmaları yayınlamak,
- Bilginin yayılmasını sağlamak ve hizmete sunmak,
- Bilginin yorumlanması ve hizmete sunulması.

### **3.2. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNİN TANIMI VE ÖNEMİ**

Üniversitelerin, amaçlarını ve faaliyetlerini yerine getirmelerinde üniversite kütüphaneleri en etkin kurumdur. Üniversite, bünyesinde bulunduğu kütüphane ile yayınlarını toplar, duyurur ve araştırmacıya sunar.

Üniversitelerin etkili bir kurum haline gelmesi, bilimsel çalışmaları ve yayınları izlemesi kütüphane aracılığı ile gerçekleşir.

Üniversite kütüphaneleri, özellikle üniversite öğrencilerine, akademik ve idari personele hizmet vermeye yönelik kütüphanelerdir. Yani, ağırlıklı olarak araştırmacıların kullandığı bir kurum olduğu için araştırmacıların güncel kaynaklardan ve yayınlardan

haberdar olması gerekmektedir. Kütüphane bu etkinliği gösterir, bilimsel yayınlar en çabuk bir şekilde kütüphaneden temin edilir.

Araştırmacıların güncel yayınları takip etmelerinin yanı sıra, üniversite öğrencilerinin de eğitimlerinin kaliteli ve sağlıklı olması, ülkemize yararı olacak çeşitli mesleklerden insan gücünün yetiştirilmesi ve bu bağlamda toplumumuzun kültür düzeyinin yükseltilmesi açısından üniversite kütüphaneleri çok etkin rol oynamaktadır.

Üniversite kütüphanesindeki bilgi kaynakları öğretim üyeleri ve öğrencilerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda kütüphaneciler, üniversite yöneticileri ve çeşitli bölümlerdeki öğretim üyeleri tarafından seçilir ve oluşturulur. Teknolojik alanlardaki gelişmeler izlenerek koleksiyon sürekli geliştirilmeye ve güncel tutulmaya çalışılır. Kütüphanelerdeki teknolojik değişmeler, onların öğretim üyelerine, öğrencilere ve diğer kullanıcılara sağlayabilecekleri yararı da artırmıştır (Withers, 1988, s. 28).

Üniversitelerin araştırma programları ve dersler çağa göre değişiklik göstermektedir. Bu nedenle kütüphanelerde verilen hizmetler bu programlara ve derslere göre değiştirilmektedir.

Üniversite kütüphanesinin çeşitli tanımları bulunmaktadır. Amerikan Kütüphane Derneği'nin Kütüphanecilik ve Bilgi Bilimi sözlüğünde üniversite kütüphanesi şöyle tanımlanmıştır: “Bir üniversite tarafından kurulan, desteklenen, yönetilen ve bağlı bulunduğu üniversitelerin öğrencileri ve akademik personelin ihtiyacı olan bilgileri sağlayan ve yine onların öğretim, araştırma ve hizmet programlarını destekleyen bir kütüphane ya da kütüphaneler sistemidir” (ALA,1983, s.236).

Başka bir tanıma göre, üniversite kütüphanesi; “Kullanıcılarına bilgi hizmetleri sağlayan, kitap ve diğer materyalleri bünyesinde toplayan ve kullanıma sunan kütüphaneler” dir (International , 2003, s.644).

Bir başka tanımda ise, “üniversite kitaplığı: Ait bulunduğu üniversite toplumuna hizmet sunan, o üniversitenin amaçlarının gerçekleştirilmesine yardımcı olmak üzere çalışan araştırma kitaplığı” dır (Yurdadoğ, 1974, s. 67).

Diğer tanıma baktığımızda, üniversite kütüphanesi: “Üniversite içinde öğretim, üniversite içinde ve yakın çevresinde bilimsel araştırma ve geliştirme çalışmalarını desteklemek, her gün gelişip ilerleyen, yeni yayınlarla zenginleşen dünya biliminin son verilerini izlemekle görevli kitaplıklardır” (Baysal, 1982, s. 12).

Görüldüğü gibi, üniversite kütüphanelerine yönelik pek çok tanım mevcuttur. Sonuç olarak, üniversite kütüphaneleri bağlı bulunduğu üniversitenin eğitim, öğretim ve araştırma faaliyetlerini destekleyici bilgi kaynaklarını bünyesinde bulunduran ve bu kaynakları kullanıcıların hizmetine sunan, üniversitenin bilimsel araştırma ve geliştirme faaliyetlerine katkıda bulunan kütüphaneler olarak hizmet vermektedirler.

### **3.3. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNİN İŞLEVLERİ**

Üniversite kütüphanelerinin işlevlerinin, bağlı bulunduğu üniversitenin amaçları, çalışmaları ve işlevleriyle paralel yönde olması gerekir. Üniversite kütüphaneleri varlıklarını sürdürebilmek için bir takım işlevleri yerine getirmek zorundadır. Bu işlevler Çelik ve Uçak (1993)’ın Roger ve Weber’den yaptığı alıntıya göre aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

1. Öğretim elemanı, öğrenci ve diğer araştırmacıların eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetlerinden dolayı ihtiyaçları olan çeşitli bilgi kaynaklarını sağlamak,
2. Bilgi kaynaklarının etkin bir şekilde kullanımı arttıracak ödünç verme, müracaat, enformasyon ve diğer hizmetleri yerine getirerek bunun yanında bibliyografik kaynak ve araçları hizmete sunmak,
3. Okuma ve çalışma alanlarını değişik amaçlı olarak düzenlemek,
4. Kullanıcıların okuma alışkanlıklarının ve boş zamanlarının değerlendirilmesine katkıda bulunmak,
5. Kullanıcı eğitim programları hazırlamak ve düzenlemek,

6. Üniversite yayınları ve diğer belgelerin arşivini oluşturmak,
7. Diğer kütüphanelerle sürekli işbirliği içinde olmak,
8. Kaynaklarını gelecek kuşaklar için korumak (s.115-116).

Üniversite kütüphaneleri yukarıda sayılan işlevlere ve hizmetlere ek olarak öncelikle iyi ve yeterli bir binaya sahip olmalı ve kaliteli, uyumlu meslekten kişileri personel olarak çalıştırmalıdır.

### **3.4. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNİN UNSURLARI**

Üniversite kütüphanelerinin yukarıda sıralanan işlevleri yerine getirebilmeleri için çeşitli özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bağlı oldukları üniversitelerin öğretim ve araştırma çalışmalarını geliştirmek, çeşitli bilimsel yayınları sağlamak, düzenlemek ve kullanıma sunmak için bazı yapısal unsurlara sahip olması gerekmektedir.

Üniversite kütüphanelerinde etkili ve kaliteli hizmet verebilmek amacıyla bulunması gerekli unsurlar; koleksiyon, bina, personel, kullanıcı, bütçe, teknoloji ve işbirliğidir. Üniversite kütüphaneleri bu unsurları sağlamalı ve geliştirmelidir. Ancak, o zaman kullanıcılarına kaliteli ve iyi hizmet sunarak üniversitenin verdiği eğitim ve öğretim faaliyetlerine destek olabilir.

#### **3.4.1. Koleksiyon**

Üniversite kütüphanelerindeki koleksiyon satın alma, bağış ve değişim yoluyla oluşturulur. Satın alınacak olan kitapların seçimi genelde kütüphane müdürü, öğretim üyeleri ve üniversite yöneticilerinden oluşan bir komite tarafından yapılır. Seçim yapılmadan önce fakültelerden gelen ihtiyaç ve istekler göz önünde tutulmalıdır.

Bağış yoluyla gelen kaynaklar hemen koleksiyona dahil edilmemeli, öncelikle niteliğine bakılmalıdır. Tarihleri çok eski veya yıpranmış kitaplar ayıklanmalıdır. Gelen kitapların konu açısından kütüphaneye yararlı olup olamayacağına kütüphaneciler karar vermelidirler. Değişim yoluyla gelen kitaplar da aynı şekilde seçilmeli ve koleksiyona

dahil edilmelidir. Ancak, bu kaynaklar diğer üniversitelerin ya da kuruluşların yayınları olduğu için daha güncel ve yenidirler. Genelde hepsi koleksiyona dahil edilir.

Kütüphanelerdeki kaynakların özellikle niteliği yani içerdiği ve kapsadığı konular üniversitede okuyan öğrenciler ve araştırmacılar için nicelikten çok daha önemlidir. Onların ödevlerinde ve bilimsel araştırmalarında aradıkları bilgiye eksiksiz olarak erişmelerinde kütüphanenin seçim ve sağlama politikasında uyguladığı hedefler etkili olmaktadır.

Koleksiyon oluşturulurken üniversitedeki eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetlerini destekleyecek nitelikte kitap ve dergilerin seçimi ayrıca görsel-işitsel araçlar ve online veri tabanları, CDROM veri tabanları gibi kitap dışı materyallerin de seçimi büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda koleksiyonun oluşturulmasında bazı noktalara dikkat etmek gerekir. Bunlar şöyle sıralanabilir:

1. Koleksiyon açık raf sistemine göre yerleştirilmelidir. Böylece, okuyucuların ilgilendikleri kaynakları bir arada görmeleri ve bulmaları kolaylaştırılmış olur.
2. Koleksiyon seçiminde kütüphaneci, öğretim üyeleri ve üniversite yönetiminden oluşan komite ile işbirliği yapılmalıdır.
3. En güncel kaynakların seçimine özen göstermek gerekir.
4. Üniversitede okutulan fakülteler ve bölümler dikkate alınarak, özellikle gerekli ve ihtiyaç duyulacak nitelikte kaynaklar alınmalıdır.
5. Araştırmacıların yanında öğrencilerin ihtiyaçları da belirlenmelidir (Çelik ve Uçak, 1993, s. 117).

Üniversite kütüphanelerinde önemli olan koleksiyonun raflarda depolanmasından çok bilginin okuyucuya aktarılmasıdır. Bunun için üniversite kütüphanelerinde açık raf sistemi uygulanmalıdır (International , 2003, s. 645).

Koleksiyonun güncel olması, sürekli geliştirilmesi, iyi organize edilmiş olması ve rahat erişilebilir olması da son derece önemlidir (Kayan, 1996, s. 21).



Üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler faaliyetlerinin başarılı bir şekilde yürütülmesinde koleksiyonun önemi büyüktür. Koleksiyona güncel kitapların takip edilerek alınması, üniversitedeki fakülte ve bölümlere göre kaynakların seçilmesi, kullanıcıların kütüphane kullanımını arttırmada etkili olmaktadır. Kütüphane kullanımının artması da kütüphane ile kullanıcılar arasındaki halkla ilişkilerin başarılı ve etkin bir şekilde yürütülmesini sağlamaktadır.

### **3.4.2. Kullanıcı**

Üniversite kütüphanelerinin kullanıcıları, bağlı buldukları üniversitenin öğretim üyeleri, öğrencileri, idari personeli ve diğer araştırmacılarıdır. Üniversite kütüphaneleri öncelikle kullanıcılarını çok iyi tanımalıdır. Üniversitedeki fakülteler ve bölümler kullanıcı grubunu belirler.

Üniversite kütüphaneleri kullanıcıların gereksinimleri doğrultusundaki kaynakları sağlamakla yükümlüdürler. Ancak, kullanıcının kaynak gereksinimlerinin yanında bilgiye rahat ulaşabilmeleri için gerekli olan diğer gereksinimleri de karşılamak zorundadırlar. Bu gereksinimler kullanıcının kütüphaneden rahat yararlanabilmesi için bilgisayardan katalog tarama olanakları, rahat bir çalışma ortamı, binanın esnekliği gibi unsurlardan oluşur. Yani, kullanıcı gereksinimleri bir üniversite kütüphanesinin öncelikle düşünmesi gereken bir konudur.

Kullanıcıların istek ve önerileri de çok dikkatli saptanmalı, istekler doğrultusunda üniversite kütüphanesi kendini yenilemeye ve potansiyel işlerini yürütmeye çalışmalıdır. Bu doğrultuda üniversite kütüphanesi belirli zamanlarda kendi kullanıcı gruplarına anketler yaparak, onların ihtiyaçlarını tespit edebilir.

Halkla ilişkilerde de bir kurumun hizmet verdiği kitlenin gereksinimleri doğrultusunda çalışması esas alındığından, üniversite kütüphaneleri hizmet verdiği kullanıcılarının ihtiyaçlarını anlamaya yönelik çeşitli faaliyetler yapmalıdır. Kullanıcıların istek ve ihtiyaçlarını anlamaya yönelik yapılan anketler, kullanıcı eğitim programları vb. üniversite kütüphanelerinin halkla ilişkilerinin geliştirilmesinde son derece önemlidir.

Üniversitenin potansiyel kullanıcıları olan lisans öğrencileri ve öğretim elemanlarına yönelik özellikle derslerde okutulan ders kitaplarının kütüphanede bulunması son derece gereklidir. Bunun yanında, öğrencilerin ödevlerinde kullanabilecekleri ödevler ve araştırmacıların bilimsel çalışmalarında kullanacakları literatüre yer vermek gerekir. Bu doğrultuda kütüphane kendi kaynaklarını, satın alacağı veri tabanlarını ve süreli yayınları inceleyerek, araştırarak çok dikkatli seçmeli ve okuyucuların kullanımına sunmalıdır.

Bilimsel araştırmalar yapan öğretim elemanları kendilerinin ve öğrencilerinin disiplinlerine dayalı ihtiyaçlarının karşılanması, disiplinlerarası literatüre yer verilmesi, entelektüel merak ve eleştirel düşüncenin geliştirilebilmesi için genel literatürün sağlanması yönünde istekleri söz konusudur (Dow, Meringolo ve Clair, 1995, s. 107).

Üniversite kütüphaneleri ve kütüphanecileri kullanıcılarına daha iyi hizmet verebilmek için kısaca bazı noktalara dikkat etmelidirler. Bu noktalar:

1. Öncelikle kullanıcı grubu çok iyi tanınmalıdır.
2. Kütüphaneye dahil edilecek kaynaklar kullanıcı grubunun yararlanacağı nitelikte tespit edilmeli ve seçilmelidir.
3. Kullanıcı grubunun istek ve dilekleri önemsenmelidir. Bu doğrultuda özellikle potansiyel kullanıcılara anket yapılmalıdır.
4. Kullanıcı eğitim programları düzenlenmelidir.
5. Kütüphanedeki imkanlar kullanıcıya en verimli ve etkin şekilde sunulmalıdır.

Yukarıda söz edilen unsurlardan da anlaşıldığı üzere, üniversite kütüphanesinin, görev ve sorumluluklarını yerine getirirken kullanıcı odaklı çalışmalı ve faaliyetlerini bu doğrultuda yürütmelidir.

Halkla ilişkilerde iletişimin sağlanmasında kullanıcıların belirlenmesi, isteklerinin tanımlanması ve kütüphane imkanlarının bu istekler doğrultusunda yaratılması oldukça önemli olmaktadır. Ayrıca, kütüphaneler kullanıcılarına “hizmet vermek ve iletişim

kurmak” amacını yerine getirdiklerinde kullanıcı sayılarında artış ortaya çıkacaktır (Garvey, 1980, s. 7).

### 3.4.3. Personel

Bu unsur, üniversite kütüphanesinin her açıdan kaliteli hizmet verebilmesinde büyük önem taşımaktadır. Çünkü, kütüphanenin personeli nicelik ve nitelik bakımından ne kadar yeterli ve başarılı olursa, verilen hizmet de o oranda yeterli ve kaliteli olacaktır.

Üniversite kütüphanelerinde profesyonel kütüphaneci sayısı büyük önem taşımaktadır. Bunun dışında destek eleman sayısı da uygun oranda olmalıdır (Withers, 1988, s. 34).

Öncelikle meslekten olan kişilerin kütüphanede çalıştırılması ve onlara yardımcı diğer personelin de görev alması şarttır. Bir kütüphanede kütüphanecilerin ve diğer personelin yeterli sayıda olmalarının yanı sıra, etkin hizmet vermelerinde birtakım özelliklere sahip olmaları gerekir. Bu özellikleri şöylece sıralayabiliriz:

1. Üniversite kütüphanecileri; Öncelikle mesleğini seven, işine hakim, araştırma konularında kendini geliştirebilen,
2. Genel kültür sahibi, güncel olayları takip eden,
3. Sakin, ortama uyum sağlayan, kullanıcılarla iyi ilişkiler kurabilecek özellikte, güler yüzlü,
4. Teknolojiyi takip eden nitelikte kişiler olmaları gerekmektedir.

Üniversite kütüphanelerinde etkili öğretim, araştırma tekniklerinin uygulanmasında ve etkili kütüphane hizmetlerinin verilmesinde iyi personelin seçimi büyük önem taşır. Gelfand (1968, s. 54)’a göre, özellikle kütüphane yöneticilerinin bazı niteliklere sahip olmaları gerekmektedir: Bu nitelikler şunlardır:

- Kapsamlı üniversite eğitimi almış olmaları,
- Kütüphane yönetimi için kütüphanecilik mezunu (dört yıllık lisans eğitimi almış) ya da yönetim konusunda profesyonel eğitim almış kişiler olmaları,
- Birkaç yıl kütüphanecilik yapmış, tecrübeli ve uzman olmaları gerekmektedir.

Kütüphaneci uzman personel dışında alınacak elemanların seçimi de ayrıca önem taşır. Bu kişiler uzman statüsünde çalışan kütüphaneciler için yardımcı ve destek eleman olarak görev yaparlar.

Üniversite kütüphanelerinin kaliteli hizmet verebilmesinde büyük önem taşıyan personel unsurunun, kütüphanenin halkla ilişkilerinde iletişimin sağlanmasında da oldukça etkili olduğu görülmektedir. Personelin kullanıcılara her zaman güler yüzlü ve nazik davranmaları, mesleklerinde bilgili ve tecrübeli olmaları, kullanıcıların yardım isteklerini karşılamaları, onların kütüphaneye karşı ilgilerinin artırılması ve iletişimin sağlanması açısından halkla ilişkilerde verimliliğe katkıda bulunur.

#### **3.4.4. Bina**

Kütüphanelerin etkili hizmet vermelerinde amacına uygun bir şekilde inşa edilmiş binanın önemi büyüktür.

Üniversite kütüphane binası, bağlı bulunduğu üniversitenin büyüklüğü, fakülte sayısı ve öğrenci sayıları esas alınarak yapılandırılmalıdır.

Kütüphane binaları yapılırken, okuyucuların ve araştırmacıların rahatça çalışabilecekleri nitelikte olmasına, uzman ve yardımcı personelin mesleki işlerini yürütebilecek şekilde düzenlenmesine ve mimar eşliğinde planlanmasına kütüphane yöneticisinin ve üniversite yöneticilerinin özen göstermeleri gerekmektedir.

Kütüphane binası bir üniversite içinde herkesin rahatça ulaşabileceği merkezi bir yerde kurulmuş olmalıdır (Çelik ve Uçak, 1993, s. 118-119).

Kütüphane binasının büyük olmasından ziyade işlevsel olması önem taşımaktadır. Yani, koleksiyon büyüdükçe sorun çıkartmayacak yapıda, genişleyebilme özelliğinde, esnek ve gerektiğinde binaya eklemeler yapılabilecek konuma sahip olması gerekmektedir.

Üniversite kütüphane binası kütüphane ihtiyaçları ve işlevleri doğrultusunda özel yapıya, planlamaya ve donanımına uygun biçimde kurulmalıdır. Modern kütüphane binasında yerleşim okuyucuların kaynaklara rahatça erişimlerini sağlayabilecek şekilde planlanmalıdır. Okuyucuların çalışacakları okuma salonları, çalışma odaları özenle hazırlanmalıdır (Gelfand, 1968, s. 123).

Kütüphane binalarının yapımında özellikle kütüphanecinin teknik açıdan bilgili mimarla tartışarak işbirliği yapması önemlidir. Mimarla çalışma yapılmadan önce, yönetici kütüphanecinin öncelikle kütüphanesindeki koleksiyon sayısını belirlemesi, bugünkü ve gelecekteki durumunu tespit etmesi, kullanıcıların özelliklerini, kütüphanede çalışan personelin yer ihtiyacını ayarlaması, çalışma malzemelerinin konulacağı yer örneğin depo gibi özellikleri de göz önüne alarak mimara projesini anlatması gerekmektedir (Metcalf, 1986, s. 210).

Kütüphane binası planlanırken yukarıda sayılan unsurların dışında havalandırma, ışıklandırma, ses yalıtımı, ısının sağlanması, güvenilir elektrik donanımı, neme karşı muhafaza gibi hususların da düşünülerek inşa edilmesi oldukça önem taşımaktadır.

Halkla ilişkilerde üniversite kütüphanesinin temelini oluşturacak bina unsurunun güven verici olması, estetik, sempatik ve iç açıcı olması, gerekli temizliğin sağlanması ve düzenlilik konuları da önem taşımaktadır.

Kütüphanelerin güvenliğinin sağlanması için, kapı girişlerinde güvenlik kontrolü için geniş bir alan ayrılmalıdır. Kütüphane güvenlik cihazının uygun bir yere yerleştirilmesi gerekir. Binanın kullanışlı olmasında sessiz çalışma yerleri, kitapların yerleştirilmesinde ve taşınmasında gürültü ve ses olmaması için gerekli yalıtımın sağlanması çok önemlidir (Thompson, 1996, s. 5).

Üniversite kütüphanelerinde bina unsurunun yukarıda sayılan özellikleri taşıması, kütüphanedeki halkla ilişkiler çalışmalarının başarılı olmasında etkili rol oynamaktadır.

### 3.4.5. Bütçe

Üniversitenin bütçesinden kütüphane için ayrılan mali kaynaklar, üniversitenin akademik programlarına ve öğrencilerin sayılarına bağlı olarak belirlenmelidir. Her üniversite kütüphanesinin bütçesi farklıdır. Bazı kütüphanelerde belli miktarda ayrılmış bütçe vardır, bazılarında ise bütçe, gelen istekler, ihtiyaçlar doğrultusunda belirlenir.

Günümüz koşullarında kaynakların pahalılığını düşünürsek, üniversite bütçelerinin yeterli düzeyde olmaları gerekmektedir. Bir üniversite kütüphanesine ihtiyaca yönelik kaynakların alımı, gerekli işlerde kullanılacak materyallerin alımı, kaliteli personelin çalıştırılması, gerekli donanımın sağlanması ve kullanıcı ihtiyaçlarının geliştirilmesi için yeterli ödenek verilmelidir. Bu konuda da kütüphane yöneticisine büyük görev düşmektedir. Kendi kütüphanesinin ihtiyaçlarını çok iyi belirlemeli, yıllık tahminler yapmalı ve rektörlüğe kendi bütçe önerisini sunmalıdır.

Kütüphanelerde basılı kaynaklarının yanı sıra, özellikle 1990'lı yıllarda elektronik kaynaklara erişim sağlanmaya başlanmıştır. Üniversite kütüphanelerinin çoğu bu kapsamda çevrimiçi veri tabanlarına abone olmaya başlamışlar ve bütçeleri buna bağlı olarak artmıştır. Bütçelerin özellikle bu teknolojik gelişmeler de göz önünde bulundurarak hazırlanması zorunlu olmuştur.

Artan maliyetler, gelişen ve ucuzlayan teknolojinin getirdiği avantajlardan dolayı kütüphanelerin elektronik kaynaklara yöneldikleri görülmektedir. Neal (1996, s. 91) 10 yıl içerisinde kütüphane yayın satın alma harcamalarının yarısının elektronik kaynaklara ayrılacağını öngörmüştür. 2002 Amerikan Araştırma Kütüphanesi verilerine göre; Amerikan Araştırma kütüphaneleri bütçelerinin yaklaşık %16,3'ünü elektronik kaynaklar için kullanmaktadır (ARL, 2002).

Ülkemizde üniversite kütüphanelerinde maddi olanakların azlığı, bilinçli bir satın alma politikası izlenerek daha az masrafla daha çok materyal temin edilmeye çalışılmasını gerektirmektedir (H.Çelik, 1969, s.203). Bu açıdan üniversite yöneticilerinin kütüphanelerine verdikleri değer kütüphane bütçesinin belirlenmesinde büyük önem

taşır. Özellikle yabancı kaynakların temini ve elektronik kaynakların alımında dolar kurunun sürekli yükselmesi kütüphaneye ayrılan mali kaynakların artırılmasını gerektirmektedir (A.Çelik, 1994, s. 269).

Ülkemizde genellikle kütüphanelere ayrılmış belli bir bütçe yoktur. Batıda üniversite kütüphaneleri standartlarına bakıldığında, özellikle ABD’de üniversite bütçesinin % 5’i ile % 10’ unun kütüphane giderleri için ayrılması gerektiği belirtilmiştir (A.Çelik, 1991, s. 61).

Bütçe meselesi üniversite kütüphaneleri için bir sorun teşkil etmektedir. Bazı üniversiteler kütüphaneleri için oldukça iyi bir bütçe ayırırken, bazıları standartlara bile erişememişlerdir (A.Çelik, 1991, s. 61).

Kısaca özetleyecek olursak, üniversite kütüphanesinde yeterli bir bütçeye sahip olabilmek için kütüphane yöneticilerinin standartları dikkate alarak bütçelerini belirlemeye çalışmaları ve üst yönetime de bu standartları kabul ettirmeleri gerekmektedir. Bütçenin kütüphane ihtiyaçları doğrultusunda belirlenmesi kaynak alımını kolaylaştırmalı, böylelikle kullanıcıların ihtiyaçları karşılanmalı ve dolayısıyla kütüphanenin halkla ilişkileri düşünülerek başarılı hizmet vermesi sağlanmaya çalışılmalıdır.

### **3.4.6. Teknoloji**

Üniversite kütüphaneleri günümüz koşullarında gelişen teknolojiye mutlaka ayak uydurmak zorundadırlar. Her şey bilgisayarlar aracılığıyla yapılmaya başlanmış, internet hizmetleri gelişmiştir. Bu kapsamda, kütüphaneler kendilerini sürekli geliştirmelidirler. Örneğin, kütüphaneler kart katalog sistemini bırakıp, neredeyse tamamen kataloglarını bilgisayar ortamına aktarmışlardır. Kütüphanelerde yeni teknolojilerin kullanılması, hem yapılan işler açısından hizmetleri kolaylaştırmakta hem de kullanıcılara daha çabuk ve hızlı hizmet verme olanaklarını yaratmaktadır. Teknolojiyi kullanarak bilgi hizmetinin kullanıcılara daha çabuk ve hızlı verilmesi kütüphanenin halkla ilişkilerinin de olumlu yönde gelişmesini sağlamaktadır.

### 3.4.7. İşbirliği

Üniversite kütüphaneleri öncelikle fakültelerle işbirliği içinde olmalıdırlar. Kütüphanede yapılan çalışmaları ve faaliyetleri fakülte öğretim üyeleri desteklemelidir. Onlardan fikir alınmalıdır. Kullanıcıların fikirlerinin alınması halkla ilişkilerin geliştirilmesinde de son derece önem taşımaktadır.

O, üniversite içi işbirliğinin yanı sıra, diğer kütüphanelerle de kaynak paylaşımı, koleksiyon geliştirme ve toplu katalog oluşturma konularında işbirliğini geliştirmelidir (Sefercioğlu, 1999, s.76).

Üniversite kütüphanelerinin etkili ve kaliteli bir şekilde hizmet verebilmesi için, yukarıda sıralanan unsurları sağlaması ve geliştirmesi büyük önem taşımaktadır. Bu unsurlar kütüphanenin halkla ilişkiler çalışmaları açısından da yararlar sağlamaktadır.

## 3.5. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler, kurum ile hizmet verdiği kitle arasında iyi ilişkiler kurmak amacını kapsayan bir süreçtir.

Halkla ilişkiler, %90 performans gösterme, %10 yorum yapmadır. Yani, büyük çaba gerektirir. Halkla ilişkilerde söylenen değil yapılan önemlidir. Amaç iyi bir hizmet verip, iş yapıp yapılanları halka anlatmaktır. Bu bağlamda halkla ilişkiler kütüphane yönetiminin işleyen bir parçasıdır (Simmons, 1989, s. 187).

Hiçbir organizasyon halkla ilişkiler olmadan etkili programa sahip olamamakta ve etkili çalışmamaktadır. Halkla ilişkilerin amacı yapılacak programların planlanıp, bunların halkın anlayacağı düzeyde açıklanıp, algılanmayı daha yüksek seviyeye çıkartmaktır. Halkla ilişkiler planlama, araştırma, kanıt toplama, iletişim ve değerlendirme aşamalarından oluşmaktadır (Norton, 1984, s.284).



Kullanıcı olan ya da olmayan kişilere en iyi düzeyde hizmet vermeyi temel amaç edinen, kütüphaneler; halkı kurumlarına bağlayıp, benimsetebilmek için halkla ilişkileri günlük kütüphane işlemleri arasında kabul etmek zorundadırlar. Bu işlemlerin de girişken, yaratıcı kütüphaneciler tarafından sabırla sürdürülmesi kaçınılmazdır (E. Yılmaz, 1996, s. 73).

Üniversite kütüphanesi bünyesindeki memnuniyeti dışarı taşımak isterse, halkla ilişkiler devreye girmektedir. Öğrenciler, fakülte üyeleri, araştırma görevlileri ve üniversitenin diğer üyelerinin kütüphaneyi kullanımına yardımcı olunması amaçlanır. Halkla ilişkiler sadece danışma masası ile sınırlı değildir. Yönetimden temizlik görevlilerine kadar herkesin içinde olduğu bir yapıdır. Kütüphanenin kullanıcılarıdaki iyi imajı, danışma masasındaki sorulan soruları cevaplayan görevli, kapıdaki güvenlik, temizlik görevlilerinin giyimi, kendilerini işe vermeleri, kendilerini işle bütünleşmiş hissetmeleriyle sağlanır (Emezi, 1972, s. 30). Üniversite kütüphanelerinde etkili halkla ilişkiler kütüphane personeli, fakülte üyeleri ve öğrenciler arasındaki iletişimin gelişmesiyle artacaktır (Ford, 1985, s. 400).

Kütüphanecilik mesleği, yüksek standartla çalışma ve halka hizmet gerektirir. Kütüphane ile kullanıcılar arasındaki bilgi akışı sürekli olmalı, üniversite kütüphanesi gerekli bilgileri kullanıcılarına verebilmeli ve kullanıcılardan gelen yeni fikirleri de yönetime aktarabilmelidir.

Halkla ilişkilerde öncelikle iç ilişkileri iyi tutmak önemlidir. Personel arasındaki ilişkiler sıcak tutulmalıdır. Bir gülümseme veya kısa sohbetler ilişkileri sağlamlaştırır.

### **3.5.1. Kütüphanelerde Halkla İlişkilerin Amaçları ve İşlevleri**

Kütüphanenin türü ne olursa olsun halkla ilişkiler vazgeçilemeyecek bir süreçtir. Genel olarak her kütüphane kendi kullanıcılarına yönelik hizmet verme ve iyi ilişkiler kurma çabasıdadır. Halkla ilişkilerde iki yönlü yani karşılıklı iletişim çok önemlidir (Kies, 1987, s.38) Bunları gerçekleştirdiği takdirde kütüphaneler verdikleri hizmetler açısından kullanıcılardan daha olumlu geribildirim alırlar.

Kütüphanelerde halkla ilişkilerin amaçlarını aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:

1. Kütüphaneyi ve verilen hizmetleri, mevcut kullanıcılara tanıtmak,
2. Kütüphaneyi ve verilen hizmetlerin kullanılmasını artırmak için çalışmalar yapmak,
3. Kullanıcılara bilgi kaynaklarının kullanımı ile ilgili bilgileri vermek,
4. Kullanıcılarla sürekli iyi ilişkiler kurmak ve onların kütüphane ve kaynaklar hakkında düşüncelerini öğrenmek (Guinchat ve Meneoe, 1990, s.309).

Kütüphanelerde halkla ilişkilerin işlevleri:

1. Çeşitli okuyucu gruplarının tesbiti, ölçümü, değerlendirilmesi ve yorumlanması,
2. Kullanıcıların anlayış ve kabulünü geliştirecek amaçların, kütüphanenin politikalarının belirlenmesi ve personelin seçiminde yönetime yardımcı olma,
3. Bu amaçları okuyucu kitlelerinin ilgi, gereksinim ve hedefleriyle eşleştirme,
4. Program geliştirme, uygulama ve değerlendirme (Robinson, 1967, s. 5).

### **3.5.2. Üniversite Kütüphanesi Kullanıcıları, Kütüphaneci-Kullanıcı İlişkileri ve Halkla İlişkiler**

Üniversite kütüphanesini oluşturan unsurlardan biri olan kullanıcı için bugüne kadar çok değişik isimlendirmeler yapılmıştır. Bunlardan en eskisi “okuyucu” terimi, kısaca “kütüphaneyi kullanan ya da kütüphane hizmetlerinden yararlanan kişi” olarak tanımlanmaktadır. Teknolojik gelişmeler sonucunda da “okuyucu” teriminin yerini daha çok, “kullanıcı”, “sürekli kullanıcı” vb. anlamlara karşılık olarak kullanılan “user”, “patron”, “borrower” ve “client” terimleri almıştır (E. Yılmaz, 2005, s. 180).

Kütüphanenin türü ne olursa olsun, hizmet vermeyi amaçladığı belli bir kullanıcı kitlesi bulunmaktadır. Halk, kütüphanenin hizmet verdiği kitleyi kapsayan bir deyimdir. Üniversite kütüphanelerinde halk, onun hizmet verdiği kullanıcılar olan öğretim elemanları, öğrenciler, araştırmacılar ve idari personeldir. Kütüphane bu kitleye hizmet vermek zorundadır. Üniversite kütüphaneleri, kendi okuyucu grubuna iyi hizmet verebilmesi için öncelikle onları tanımalı, yaş grupları, eğitimleri, ilgileri ve alınan

eğitimlere göre kullanıcıların farklı özelliklerini düşünerek çalışmalar yapmalıdır (Fındık, 1988a, s. 70).

Kütüphane dışı ilişkilerde, öğrenciler ve ğretim yeleri ile yakın ilişki sağlanmalıdır. Bu, kütüphanenin kuruluşunun amacı olan isteğe hizmettir. Kütüphaneden elde edilen ilk iyi izlenim, ondan eğitim için gerekli şekilde yararlanmayı sağlar. Kötü izlenimi ise yıllarca silmek zor olur. Öğrencilere alışma devresinde kütüphanenin hazırlamış olduğu tanıtıcı broşürler dağıtılmalıdır. Bu broşürün ilgi çekmesi ve okunması için, çekici, iyi organize edilmiş, kısa, zl ve kütüphane özel dilinin kullanılmasıyla hazırlanması gerekir (Emezi, 1972, s. 31).

Öğretim yeleri de kütüphane ve kullanımı açısından önemlidir. Onlar, ğrencileri kütüphaneyi kullandırmada da özellikle etkilidirler. Onlar, nerecekleri kitaplar veya kitapların reserve olup olmayacağı konularında mutlaka ktphaneciyile işbirliği içinde çalışmalı, karşılıklı bilgi alışverişinde bulunmalı ve ilişkilerin gelişmesini sağlamaya çalışmalıdırlar.

Günümüzde, kütüphanecilikte halkla ilişkiler kavramı oldukça önem kazanmaktadır. Kütüphane ve kullanıcılar arasında iyi ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri devam ettirebilmek halkla ilişkilerde en önemli amaçtır. Halkla ilişkilerin temelini de iyi insan ilişkileri oluşturur. Kütüphanede alışan gerek kütüphaneci ve gerekse kütüphaneci olmayan personelin okuyuculara karşı nazik, sabırlı, iyi niyetli davranışlar içinde olmaları ve onlara her zaman yardımcı bir tutum içinde bulunmaları kütüphanecilikte halkla ilişkilerdeki birincil unsurdur. İyi insan ilişkileri açısından, özellikle kütüphaneye ilk defa gelmiş, yeni kullanıcılar için kütüphane tanıtılmalı, verilen hizmetler ve imkanlar onlara anlatılmalıdır. Halkla ilişkilerde önemli olan, yapılan işleri farklı göstermek ya da kusurları örtmek değildir. Kütüphane, kullanıcılarının güvenini ve hoşgörüsünü kazanarak, daha iyi hizmetler verme amacında olduğunu göstermelidir (Fındık, 1988a, ss. 69-70). Halkla ilişkiler çalışmalarında kullanıcılarla çalışan personel arasındaki iletişimin iyi olması gerekmektedir.

Üniversite kütüphanelerinin temel amacı, bağlı buldukları üniversitenin akademik programını destekleyen kitapları, dergileri, görsel işitsel ve eğitici materyalleri sağlamak, üniversitesiyle ilgili yayınları toplamak ve araştırmacıların kullanımına sunmaktır. Üniversite kütüphaneleri ve çalışan personel, bu amaçları yerine getirirken belli birtakım stratejiler uygulamak durumundadırlar. Halkla ilişkiler tekniklerini kullanmak bu stratejilerden biridir. Üniversite kütüphanelerinin kullanıcılarına ömür boyu okuma alışkanlığına teşvik etme sorumlulukları da vardır. Bu amaçlara ulaşmak için geliştirilmiş, aktif bir halkla ilişkiler programı gereklidir. (Akınpelu, 1980, s. 24). Bu programların geliştirilmesi ve uygulanması üniversite kütüphanelerinin çalışmaları ve gelişmesi yönünden oldukça önem taşımaktadır.

Üniversite kütüphaneleri ve çalışan kütüphanecilerin, araştırmacının ihtiyaç duyduğu veya duyabileceği bilgilere erişebilmesi için, araştırma yapanlarla mutlaka işbirliği içinde olmaları gerekmektedir. Genel olarak bir üniversite kütüphanecisi şunları yapmalıdır:

- Kullanıcıların ihtiyaç duyduğu ya da duyacağı varsayılan bilgi kaynaklarını takip etmeli
- Kullanıcıları ihtiyaç duydukları konularda haberdar etmeli,
- Bilgi kaynaklarını araştırıp, kullanıcının konusuyla ilgili olanların seçilmesinde ona rehberlik etmeli,
- Kullanıcının ihtiyaç duyduğu bilgiye hızla ve kolayca erişmesini sağlamak amacıyla, gerekli araç, gereç ile yöntemleri tespit etmeli, bu amaçla gerekli düzenlemeleri yapmalıdır.

Dolayısıyla, üniversite kütüphanecisine günümüzde daha fazla sorumluluklar yüklenmiştir. Özellikle, kütüphaneciler araştırmayı gerektiren yeni sorumluluklar almaktadırlar. Bu sorumluluklar için; üniversite düzeyinde eğitim görmüş, konu bilgisi olan, kullanıcının ve çalıştığı kütüphanenin bilgi erişim sorunlarına bilimsel olarak yaklaşabilen, üniversitenin diğer akademik birimleriyle ortak çalışmalar yürütebilen, işbirliği yapabilen kütüphanecilere gereksinim duyulmaktadır (Tunçkanat, 1989, s. 191). Kısaca, halkla ilişkiler konusunda bilgili ve tecrübeli kütüphanecilerin görev yapması büyük önem taşımaktadır.

Üniversite kütüphanelerinde kütüphane yöneticilerinin halkla ilişkilere verdiği önem kütüphanenin kullanıcıları ve diğer birimlerle ilişkilerini geliştirir. Herhangi bir kurumun başarılı olabilmesi için hizmetini ya da ürününü müşteriye tanıtabilmesi gerekmektedir. Kütüphaneler ise bunu kullanıcılarıyla iyi halkla ilişkiler kurarak başarabilirler (Emezi, 1972, s.29).

Üniversite kütüphanecileri hizmetlerini başarıyla yapabilmeleri için birtakım özelliklere sahip olmalıdırlar. Etkileyici kişilikleri ve yüksek entelektüel başarılarını kuvvetli ve enerjik performansları ile birleştirebilmeleri çok önemlidir.

Kütüphanecilik, insanlara hizmet vererek gelişir ve zenginleşir. Kütüphaneciler, bununla beraber zihinsel dikkat, adaptasyon, işine bağlılık, hayal gücü ve ustalık gibi niteliklere sahip olmalıdırlar. Ayrıca insanlarla çalışmaktan keyif alan, sosyal, öğretici yapıda ve geniş bilgiye sahip olan kişiler olmalıdırlar (Emezi, 1972, s. 29).

### **3.5.3. Üniversite Kütüphanesi Personeli ve İç Halkla İlişkiler**

Bir kuruluşun personeli denilince en üst yöneticiden en uç noktadaki memur ve işgörenler de dahil olmak üzere bütün çalışanlar kastedilmektedir (Onal, 1997, s. 41). Hiçbir kurumun personeli olmadan işlerini devam ettirmesi mümkün değildir. Bu nedenle personelin çalıştığı kurumda işini severek yapabilmesinde çalıştığı kurum içinde mutlu, huzurlu olması çok önemlidir.

Kurum içindeki personelin birbiriyle ilişkisi iç halkla ilişkiler açısından önem taşımaktadır. İç halkla ilişkiler kurumun hem düzeninin hem de başarısının bir göstergesidir. İyi halkla ilişkiler iyi iç ilişkiler sayesinde gelişmektedir (Aitufe, 1993, s. 44). Bir kurumun çevresiyle iyi ilişkiler kurabilmesi için önce kendi içinde iyi ve uyumlu olması gerekmektedir. İyi halkla ilişkiler kurumun içinde başlar. Kendi içinde iyi ilişkileri olan kurum personelinin dışarıyla da iyi ilişkiler kurması artmaktadır (Tengilimoğlu ve Öztürk, 2004, s. 117).

Üniversite kütüphane personeli olarak, sağlama, kataloglama, sınıflama, referans vb. temel bölümler ile buralarda hizmet vermekte olan, müdür, müdür yardımcısı, birim sorumluları, uzmanlar, kütüphaneciler, ara elemanlar, fotokopiciler, temizlik görevlileri çalışmaktadır (E. Yılmaz, 2005, s.183). Halkla ilişkiler açısından bütün çalışanların işlerini ve sorumluluklarını iyi bilmeleri ve kütüphanenin amaçlarına uygun çalışmaları ve birbirleriyle işbirliği içinde olmaları çok önemlidir.

Üniversite kütüphanelerinde çalışan personelin her açıdan aktif olması halkla ilişkiler açısından büyük önem taşımaktadır. Kütüphane personeli üniversite içi ve dışında gerçekleşen toplantıları, konferansları ve resepsiyonları takip etmeli ve özellikle meslekle ilgili olanlara katılmalı ve oradaki diğer kütüphanecilerle konuşup mesleki bilgi alışverişlerinde bulunmalıdır (Aitufe, 1993, s. 44). Mesleki toplantılara katılan kütüphaneciler, kütüphanede çalışan diğer personele toplantı konusuyla ilgili bilgi vermeli ve onları yeni gelişmelerden haberdar etmelidir. Üniversite kütüphanelerinde iç ilişkiler açısından bilgi alışverişinin sağlanması büyük önem taşımaktadır.

Üniversite kütüphane personeli kütüphanenin politikaları hakkında bilgi sahibi olmalı ve üniversitede okutulan bölümlerin programlarını ve politikalarını da iyi bilmelidir.

İyi personel ilişkilerinde iletişim büyük önem taşımaktadır (Aitufe, 1993, s. 44). Kütüphane personeli arasındaki iletişim faaliyetleri çeşitli yöntemlerle geliştirilmektedir. Bunlar; personel toplantıları, duyurular, raporlar ve personelin katıldığı dernekler ve çeşitli faaliyetlerdir (Usherwood, 1989, s. 60).

Kütüphane yöneticilerinin iç halkla ilişkiler açısından önemi büyüktür. Kütüphane içerisindeki personel ilişkileri ve birimler arasındaki faaliyetleri düzenlemek, onların motivasyonlarını artırıcı davranarak işlerinde daha verimli çalışmalarını sağlamak ve iletişimlerini artırmak gibi görevler üstlenmektedirler.

Görüldüğü gibi, başta kütüphane yöneticisi olmak üzere tüm kütüphane personelinin haberleşmesinin sağlanması ve iletişimin kurulması iç halkla ilişkiler açısından büyük önem taşımaktadır.

Bir kurum öncelikle kendi içinde halkla ilişkilerini ve diyaloglarını sağlamlaştırdığında, dış kullanıcılarına ya da müşterilerine daha yararlı olacak ve verdiği hizmet kalitesini artıracaktır. Kütüphanenin etkili hizmet vermesinde, iç halkla ilişkilerin geliştirilmesi ve personel ilişkilerinin de iyi tutulması çok önemlidir.

#### **3.5.4. Üniversite Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler Programının Planlanması**

Üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler programını planlamak gerekmektedir. Kütüphanede halkla ilişkiler programına eğilmeden önce, kütüphanenin amaçları ve hedefleri kütüphaneciler ve uzman personel tarafından gözden geçirilmelidir. Çünkü halkla ilişkiler genelde kütüphanenin ihtiyaçları doğrultusunda oluşturulur (Aitufe, 1993, s. 40). Bu nokta Aitufe (1993, s.40) R.B. Harwell'den aldığı alıntıya göre şu şekilde anlatılmıştır: "Halkla ilişkiler her bir kütüphane için, bireyselliği, kişiliği vurgulayan bir program ve en değerli vasıftır".

Üniversite kütüphanesi kendi halkla ilişkiler programını hazırlamadan önce kendi ihtiyaçlarını ve kütüphanesinin yapısını düşünerek bir plan hazırlamalıdır. Kütüphanenin iletişim faaliyetlerinin geliştirilmesi için araştırmalar yapılmalıdır (Ford, 1985, s. 400). Halkla ilişkiler programında amaç, kütüphaneyi kullanıcılara yani öğrencilere, öğretim üyelerine, personele ve diğer araştırmacılara en çekici şekilde ifade etmektir.

Her üniversite kütüphanesi halkla ilişkiler programı geliştirmeden önce kendilerine birtakım sorular sormalı ve sorulara cevap bulmalıdır. Bu sorular:

- 1-) Öğrenciler ve personel (akademik, idari personel) kütüphane ve çalışan kütüphaneciler hakkında ne biliyorlar?
- 2-) Kütüphanenin öğrencilere ve personele karşı politikası nedir?
- 3-) Kütüphanede yapılan çalışmalar doğru yürüyor mu veya çalışmalarda herhangi bir eksiklik yanlışlık var mı? (Aitufe, 1993, s. 41).

Öncelikle, kütüphanenin yukarıda söz edilen sorulara cevap vermesi gerekir. Bu ve buna benzer sorularla kütüphaneyi ve hizmetleri değerlendirmek için ve sorulara cevap bulmak için kullanıcılara birtakım anketler ve araştırmalar yapılmalıdır. Üniversite kütüphanesi ve çalışan kütüphaneciler, kütüphaneye ilgili belli konularda araştırma yapmalı, öğrencilere ve personele verilen hizmetleri iyileştirmek ve geliştirmek için anketler hazırlamalı ve uygulamalıdır. Bunun sonucunda anketlerin değerlendirilmesi çok önemlidir. Anketlerden kütüphanenin zayıflıkları ya da yetersizlikleri konusunda pek çok şey öğrenilebilir ve bu doğrultuda kütüphane kendini geliştirebilir. Bunların çoğu da planlı halkla ilişkiler programıyla düzeltilebilir.

### **3.5.5. Üniversite Kütüphanelerinde Verilen Hizmetlerde Halkla İlişkiler**

Üniversite kütüphanelerinde verilen hizmetler “teknik hizmetler” ve “kullanıcı hizmetleri” olarak iki ana başlık altında toplanmıştır.

#### **3.5.5.1. Kullanıcı Hizmetlerinde Halkla İlişkiler**

Kullanıcı hizmetlerinde halkla ilişkiler çalışmalarına bakıldığında “danışma hizmetleri birimi” ve “ödünç verme hizmetleri” birimindeki çalışmalar incelenmektedir. Kullanıcı hizmetleri özellikle okuyucularla sürekli yüz yüze iletişimin gerçekleştiği birimdir.

Üniversite kütüphanelerinde ödünç verme hizmetleri, üniversitenin kendi kullanıcılarına belirli zamanlarda, belirli adet materyalleri kullanmalarına imkan veren birimdir. Kullanıcılar da materyalleri kullandıktan sonra tekrar aynı birime gelerek aldıkları materyalleri iade ederler. Ödünç materyal alınırken veya iade edilirken her kütüphane önceden kendi kurallarını belirlemek zorundadır. Özellikle, kütüphaneye ilk gelen kullanıcılara bu kuralları anlatmak gerekmektedir. Bu kurallar, ödünç alabilecekleri materyal sayıları ve çeşitleri konusu, okuyucunun materyalleri kaybettiğinde ya da geciktirdiğinde ne tür cezaların olduğu gibi kurallardır (Kayan, 1996, s. 91). Bunları kütüphane kendi hazırladığı tanıtım broşüründe de anlatmalı ve web sayfasında kütüphaneden yararlanma koşulları kısmında da belirtmelidir.



Ödünç verme biriminde çalışan sorumlu kütüphaneci, ödünç verme masasındaki hizmetlerin koordine edilmesi, ödünç verme biriminde çalışan diğer kütüphane memurlarının okuyucularla ilişkileri, rafların düzeninin sağlanması, raflarda okuyucuların araştırmalarına yardım edilmesi ve kitapların kaldırılması konularındaki işleri kontrol etmesi ve sürekli takipte olması gerekmektedir (Babafemi, 2002, s. 464).

Ödünç verme biriminde çalışan kütüphaneci, kütüphanedeki mevcut bilgilerin kullanıcılara aktarılması ve kullanıcıların aradıkları kaynaklara erişebilmelerinin sağlanmasında önemli rol oynarlar. Kullanıcıların ihtiyaçlarını anlamak ve bilmek için onlarla mutlaka iyi ilişkiler kurmalıdırlar.

Kütüphanede halkla ilişkiler programlarının iyileştirilmesinde özellikle okuyucularla sürekli iletişim içinde olması gereken ödünç verme birimindeki kütüphaneciler etkili, enerji dolu, bilgili, araştırma yapmayı seven ve yardımsever yapıda olmalıdırlar. Onlar, bütün kullanıcılara arkadaş gibi davranmalı; taraf tutan ve kendini beğenmiş davranışlardan kaçınmalı ve her zaman nazik olmalıdırlar. Kullanıcılar kütüphanedeki halkla ilişkiler araçlarını kullanırken, örneğin kütüphane katalog programı, raflarla ilgili yönlendirmeler ve kütüphanedeki yeni gelenleri gösteren tabloları kullanırken onlara her zaman yardımcı olmak gerekmektedir. Kütüphane personelinin hoşgörülü ve sabırlı olmaları, insan psikolojisinden anlamaları, kullanıcılarla aynı şekilde ilişkilere girebilmeleri de çok önemlidir (Babafemi, 2002, s. 466). Çünkü ödünç verme birimine değişik yapılarda ve karakterlerde kullanıcılar gelebilmektedir.

Ödünç verme hizmetlerinde halkla ilişkiler hizmetlerini geliştirmek için etkili olan araçların kullanılması gerekir. Bunlar:

- Yer gösteren kütüphane tabelaları
- Kataloglar
- Raf yönlendirmeleri
- Sergiler
- Personel ve öğrenciler için ilan tahtaları
- Duyuru panosu

-İstek ve şikayet kutusu

-Kullanıcı bilgilendirme masası'dır (Babafemi, 2002, s. 465).

*Yer Gösteren Kütüphane Tabelaları:* Kütüphane hizmetlerinden kolay yararlanabilmek için kullanıcıları bilgilendiren ve aradıkları bölümlere yönlendiren, dikkat çekici, renkli ve büyük yazılarla yazılmış tabelalar halkla ilişkiler açısından son derece önem taşımaktadırlar.

Tabelalar, kütüphanelerde bilgilendirme, yönlendirme amaçlı bulunmaktadır. Kütüphane planını gösteren krokiler, bölümleri işaret eden yazılar, kütüphane kullanımı ile ilgili bilgiler kütüphane tabelalarını oluşturmaktadır (K.C. Harrison, 1982, s.92).

*Kataloglar:* Katalog, özellikle kütüphanenin ödünç verme hizmetlerinde halkla ilişkiler hizmetlerini geliştirmek için etkili olan bir araçtır.

Kütüphane kataloğu kullanıcıların kütüphane kaynaklarına ve kütüphane hakkındaki bilgilere erişebilmelerini sağlayan bir halkla ilişkiler aracıdır. Üniversite kütüphanelerinde farklı katalog programları kullanılmaktadır (Aitufe, 1993, s. 42).

Katalog programı kütüphanedeki kaynaklara ulaşım açısından çok gerekli ve kütüphanenin tanıtımında etkili olan bir halkla ilişkiler aracıdır.

*Raf Yönlendirmeleri:* Okuyucuların aradıkları bilgi kaynaklarına ve ihtiyaç duydukları materyallere ulaşabilmelerini sağlayan belli bir sınıflama sistemine düzenlenmiş rafların başına, rafın hangi aralıklarında hangi kaynakların yer aldığını gösteren yönlendirmeler, kullanıcılara çabuk ve kolay bir biçimde zorluk çekmeden aradıkları kaynaklara erişimlerini sağlayan işaretlerdir.

Raf yönlendirmelerinin kullanıcıların görebilecekleri şekilde düzgün ve büyük yazılarla yazılmış olması, kullanıcının rahatlıkla yönlendirilebilmeleri için anlaşılır olması gerekmektedir.

Yönlendirmelerin ve kütüphanedeki raf düzeninin yazılı olan işaretlere göre doğru olup olmadığı kütüphaneciler tarafından sürekli kontrol edilmelidir (K.C. Harrison, 1982, s. 92).

*Sergiler:* Sergiler, kütüphanenin verdiği hizmetler ve koleksiyonu hakkında kütüphane kullanıcılarını bilgilendirmek ve kütüphane kullanımını artırmak için yapılan sunumlar ve gösteriler olarak tanımlanmaktadır (Karp, 1995, s. 10).

Kütüphaneler halkla ilişkiler çalışmalarında hizmetlerini tanıtmak ve kullanımını artırmak, kullanıcıların kütüphaneye ziyaretlerini artırmak, kullanıcılar da kütüphaneye karşı olumlu bir tavır geliştirmek, kütüphanenin başarılarını ve çalışmalarını topluma iletmek, kütüphanenin personelini tanıtmak ve yaptıklarını kullanıcılara sunmak amacıyla sergiler düzenlemelidirler (Ogunrombi, 1997, s. 428; Wolfe, 1997, s.163).

Sergiler kütüphanenin içinde veya üniversitenin herhangi bir bölümünde düzenlenebilir. Kütüphane içinde, kütüphaneye gelen yeni kitap tanıtımları, müzik ve sanatla ilgili koleksiyon tanıtımları ve konularla ilgili afişler asılarak düzenlenmelidir.

Sergilerin dikkat çekici bir yerde hazırlanması, konuya uygun bir şekilde düzenlenmesi halkla ilişkiler çalışmalarında önem taşımaktadır.

*Personel ve Öğrenciler İçin İlan Tahtaları:* Kütüphanede çalışan personeli ve kütüphane kullanıcılarını çeşitli konulardan haberdar etmek için kütüphanenin çeşitli bölümlerinde ilan tahtaları yer almaktadır.

İlan tahtaları kütüphanenin etkinlikleri, hizmetleri ile ilgili veya meslekle ilgili çeşitli konulardaki tören, toplantı, sergi vb. bilgileri duyurmak için halkla ilişkiler açısından önemlidir.

İlan tahtalarına posterler, tanıtım afişleri de asılabilmektedir (K.C. Harrison, 1982, s. 98).

*Duyuru Panosu:* Kütüphane içinde ve dışında hem kütüphane personelini hem de kullanıcıları bilgilendirmeye ve çeşitli konularda haberdar etmeye yönelik bir halkla ilişkiler aracıdır.

İlan tahtalarında olduğu gibi duyuru panosunda da kütüphaneye ilgili veya üniversiteyle ilgili ya da farklı konularda çeşitli afişler asılmakta, kütüphanenin hizmetleri ve yenilikleri tanıtılmaktadır.

Duyuru panolarının güncel tutulması çok önemlidir. Zamanı geçmiş duyuruların ve afişlerin kaldırılması gerekmektedir.

Duyuru panolarının özellikle kütüphanenin girişinde ya da kullanıcıların görebilecekleri bir yerde asılması yapılan duyuruları kullanıcılara gösterebilmek açısından önem taşımaktadır.

*İstek ve Şikayet Kutusu:* İstek ve şikayet kutusu kütüphane kullanıcılarının kütüphane ile ilgili istekleri ya da şikayetlerinin toplandığı, genellikle kütüphanenin girişinde bulunan bir halka ilişkiler aracıdır.

Bu kutunun kütüphaneciler tarafından sürekli kontrol edilmesi, istek ve şikayetlerin ilgili kütüphaneci tarafından alınarak yöneticiye bildirilmesi gerekmektedir. Yönetici, kullanıcıların istek ve şikayetleri hakkında kütüphanesinde değişiklikler yapmalı veya üst yönetime çıkarak kullanıcının kütüphane ile ilgili sorunlarını dile getirmelidir.

Kullanıcı görüşlerinin ve fikirlerinin önem taşıdığı halkla ilişkiler çalışmalarında bu aracın etkili bir şekilde kullanılabilmesi son derece önemlidir.

*Kullanıcı Bilgilendirme Masası:* Kullanıcıların okuyucu hizmetlerine gelerek kütüphane hakkında bilgilendirmelerin alındığı masadır. Burada mutlaka meslekten bir personelin oturması ve gelen sorulara yanıt vermesi gerekmektedir.

Kullanıcılar bu bölümde kütüphane ile ilgili her türlü konu hakkında yani kitap, dergi gibi çeşitli bölümlere ait bilgiler, katalog taraması, nasıl tarayacakları, araştırma

yaparken izlemeleri gereken yollar ve kütüphane kurallarını öğrenebilmektedirler (Keyman, 1982, s. 164).

Yukarıda sayılan ve üniversite kütüphanelerinde standart olarak bulunması gereken halkla ilişkiler araçlarının dışında başka araçlar ve etkinlikler de yapılmaktadır. Yazılı ve basılı araçlar, görsel işitsel araçlar, sözlü araçlar ve internet de kullanılmaktadır.

Üniversite kütüphanelerinde yazılı ve basılı araçlar olarak, gazete, dergi, broşür, el kitapları, afiş, pankart, el ilanları, yıllık rapor, mektup, bayram kartları, kartvizitler gibi araçları kullanmak halkla ilişkiler faaliyetleri için son derece etkili olmaktadır.

Üniversite kütüphanesinde gazete ve dergi kütüphane ile kullanıcılar arasında iletişimin sağlanmasında ve hizmetler hakkında tanıtım ve duyuruların yapılmasına imkan sağlamaktadır. Kütüphane yöneticilerinin gazetelerle bağlantı kurması, gazetelerin editörlerini tanıması, araştırması ve görüşmesi halkla ilişkilerde kütüphanenin tanıtımı açısından önem taşımaktadır (Rice, 1972, s.40; Sherman, 1971, s.30). Üniversite kütüphanesi kendi gazete ve dergisini yayınlama olanağına sahipse bunu gerçekleştirmelidir (Marshall, 2001, s. 119).

Broşürler üniversite kütüphanesi tarafından hazırlanabilmektedir. Kütüphaneyi tanıtıcı hizmetlerin ve kuralların anlatıldığı broşürlerin az sayfalı olması önem taşımaktadır. Üniversite kütüphanesi ile ilgili renkli resimler ve yazılar olmasına önem göstermek gerekmektedir.

El kitapları da üniversite kütüphanesi ile ilgili bilgilerin yer aldığı, resimden çok yazının bulunduğu kaynaklardır. El kitapları da iyi düzenlenmeli ve kütüphane ile ilgili bilgileri anlatan bir rehber niteliğinde hazırlanmalıdır.

Üniversite kütüphanelerinin tanıtımında kullanılan diğer yazılı araçlar afişler ve pankartlardır. Bunların kullanıcıların rahat görebilecekleri yerlere asılması ve dikkat çekici renk ve düzende basılması hizmetlerle ilgili bilgilerin iletilmesinde oldukça etkili olmaktadır.

El ilanları da rahat dağıtabilecek şekilde basılmış olmalıdır. El ilanlarının ilgili kişilere dağıtılması gerekmektedir. Örneğin, öğrencilere yönelik bilgiler için kafeteryalar ve sınıflar belirlenerek el ilanı dağıtılması hizmetlerin hedef kitlelere duyurulmasını kolaylaştırmış olacaktır.

Yıllık raporlar üniversite kütüphanesi ile ilgili hazırlanmış bir yıl içerisinde yapılan faaliyetleri ve istatistiki bilgileri içermektedir. Bu bilgilerin üniversite içindeki kullanıcılara duyurulmasının yanı sıra, diğer üniversite kütüphanelerine de gönderilmesi faydalı olmaktadır.

Mektuplar, kartvizitler, düğün kartları gibi farklı yazılı araçlar da kullanılmaktadır. Mektuplar daha çok kişisel amaçlı yazılmaktadır. Kütüphane ile ilgili her türlü bilgiyi mektupla ilgili kişiye göndermek mümkündür. Mektup yazılırken inandırıcı, dürüst ve samimi olunması gerekmektedir.

Bayram kartları ve kartvizitler de halkla ilişkiler açısından önem taşıyan basılı araçlardır. Üniversite kütüphanesini temsil ederek gönderilen bayram kartları kütüphane ile kullanıcılar ya da diğer üniversite kütüphaneleri arasındaki iletişimin sağlanmasında oldukça etkili araçlardır.

Yazılı ve basılı araçların dışında görsel ve işitsel araçlar olarak tanımlanan radyo, televizyon, film ve video kaset gibi araçlar da halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılmaktadır. Bunlar göze ve kulağa hitap eden, dinleme ve görme yoluyla bilgileri ileten halkla ilişkiler araçlardır (Fındık, 1988b, 73).

Radyo ve televizyon üniversite kütüphanesinin hizmetlerini duyurmasında etkili olan iki araçtır. Eğer üniversitenin kendi radyo ve televizyon kanalı varsa, buradan kütüphane ile ilgili hizmet duyurularını ve kitap tanıtımları vb. yapabilir. Radyo sadece kulağa hitap etmektedir. Televizyon ise hem göze hem de kulağa hitap ettiği için daha etkili ve akılda kalıcı olmaktadır. Radyo ve televizyon geniş bir kitleye ulaştığı için üniversite kütüphanesi ile ilgili haberlerin verilmesinde etkili olacaktır.

Film ve video bantlar da halkla ilişkilerde kullanılan diğer görsel ve işitsel araçlardır. Film ve video gösterileri için kütüphanenin içinde veya üniversitede çeşitli malzemeye ve uygun bir mekana ihtiyaç vardır (Kayan, 1996, s. 106). Film ve video gösterilerindeki sunumların kütüphane ile ilgili olarak bir kütüphaneci tarafından hazırlanması mümkündür. Kütüphane hizmetlerinin tanıtımında film ve videoların hizmet tanıtımına yönelik hazırlanması halkla ilişkilerde oldukça etkili olmaktadır (S. Harrison, 1995, s.95).

Bu araçlar dışında yüz yüze görüşme, telefonda görüşme, toplantı, konferans ve seminer gibi sözlü araçlar da üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler çalışmaları için büyük önem taşımaktadır.

Üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkilerin gelişmesinde kullanıcılarla karşılıklı iyi ilişkiler kurmak ve iletişimi sağlamak çok önemlidir. Bu açıdan sözlü araçlar yazılı araçlardan daha etkili olmaktadır.

Yüz yüze görüşme kütüphanelerde kullanıcı ile kütüphaneci arasında iletişimin sağlanmasında oldukça etkili bir araçtır. Yüz yüze görüşme yapılırken mimik hareketlerinden kullanıcıyı ve isteklerini anlamak kütüphaneci için daha kolay olmaktadır. Bu sayede kullanıcı ile birebir karşılıklı olarak iletişim ortamı sağlanmış olur. Kütüphanecinin kullanıcı ile konuşurken kibar, nazik, güler yüzlü olması gerekmektedir. Telefonla görüşme ise yüz yüze görüşmeden daha zordur. Kullanıcıya kütüphane ile ilgili bilgi verilirken konu fazla uzatılmamalıdır. Kütüphanecinin telefonda görüşürken ses tonuna ve hitap şekline özen göstermesi gerekmektedir.

Halkla ilişkilerde kullanılacak diğer sözlü araçlar toplantı, konferans ve seminerlerdir. Toplantılar, konferanslar ve seminerler kütüphane hakkında bilgi verme, bilgi alma ve değerlendirme amacıyla yapılır. Üniversite kütüphane kullanıcılarına kütüphane hizmetleri ve kütüphanede yapılan yenilikler hakkında katılımcıların da yüz yüze görüş ve düşüncelerini bildirmelerine imkan sağlayan etkili halkla ilişkiler araçlarıdır. Toplantı, konferans ve seminerlerin başlama ve bitiş saati kütüphane tarafından önceden belirlenmelidir.

Üniversite kütüphanelerinde kullanılacak diğer halkla ilişkiler araçları arasında açılış, yıldönümü gibi çeşitli törenler de düzenlenmelidir. Kütüphane ile ilgili herhangi bir yeniliğin duyurulmasında, kütüphanenin kuruluş yıldönümünde üniversite kütüphanesi kullanıcılarının da katıldığı törenler düzenlenebilir. Kütüphaneye toplu bağış yapan kişiler kütüphaneye davet edilerek teşekkür için törenler düzenlenebilir. Bunlar da kuruluşun halkla ilişkiler faaliyetlerinde etkili olan araçlardır. Yine, üniversite kütüphanelerinde çeşitli yarışmalar ya da konserlerin düzenlenmesi sağlanabilir. Kütüphane personeli yani iç halkla ilişkiler ve kütüphane kullanıcıları arasında iletişimin artması sağlanmaktadır. Ayrıca, kütüphanenin güven ve saygınlığı bu faaliyetlerle artırılmış olacaktır.

Üniversite kütüphanelerinde son teknolojik ürün olarak kullanılan internet önemli bir halkla ilişkiler aracıdır. İnternet kütüphanenin web sayfası ve e-posta yoluyla duyuru hizmetlerini içine alan bir halkla ilişkiler aracıdır. Kütüphanenin e-posta yoluyla yaptığı duyuruların kullanıcılara çabuk ve kolay ulaşması sağlanmış olmaktadır. Kütüphanenin hizmetleri ve programları hakkında kullanıcılara çeşitli sorular sorarak onların fikirlerini alması e-posta yoluyla sağlanabilmektedir (Wolfe, 1997, s.141).

Üniversite kütüphanesinin web sayfası kütüphane ile ilgili genel bilgilerin bulunduğu kütüphane açılış kapanış saatleri, verilen hizmetler, koleksiyonun özelliği, veri tabanları, elektronik dergiler hakkında bilgi veren ve herkesin bu bilgilere erişebileceği bir halkla ilişkiler aracıdır (Wolfe, 1997, s. 145). Kütüphaneciler web sayfasının düzenlenmesi ve yenilenmesi konusunda dikkatli çalışmalıdırlar. Özellikle bilgilerin güncel olması büyük önem taşımaktadır (Marshall, 2001, s. 119). Web sayfasını tasarlayan kütüphanecinin bağlantılar, grafikler, kütüphane hizmetleri ve kaynakları konularına özen göstermesi gerekmektedir (Welch, 2005, s. 226).

Kullanıcı hizmetleri içinde inceleyeceğimiz ikinci birim danışma hizmetleri'dir. Danışma hizmetleri bölümü genel başvuru kaynaklarının, yani, ansiklopediler, sözlükler, rehberler, yıllıklar ve almanaklar vs. kaynakların bulunduğu ve okuyucuların çeşitli veritabanlarından araştırma ve tarama yaptıkları birimdir.



Danışma hizmetleri birimi de ödünç verme biriminde olduğu gibi bire bir okuyucuyla iletişimin gerçekleştiği birimdir. Ödünç verme kütüphanecisinde bulunması gereken tüm özellikler danışma kütüphanecisinde de olmalıdır. Yani, danışma kütüphanecisi de sabırlı, nazik olmalı, yardımsever olmalı ve kibirli davranışlardan kaçınmalıdır. Ayrıca, danışma kütüphanecisi araştırma yapmayı seven, enerji dolu, genel kültürü yüksek, güncel olayları takip eden kişiler olmalıdır. Kütüphanenin imajı açısından kütüphaneci çok etkilidir. Kütüphaneyi ve kütüphaneciyi seven okuyucu sık sık kütüphaneye gelir ve kullanır. Okuyucuda iyi izlenim bırakmak kütüphaneci için önemli olmalıdır.

Danışma kütüphanecisi kullanıcıya yardımcı olabilmek için bütün danışma kaynaklarını ve bunların özelliklerini çok iyi bilmeli, kullanıcıdan herhangi bir soru geldiğinde ilgili kaynağa yönlendirebilmelidir.

Günümüzde danışma birimi hizmetleri daha çok bilgisayardan veri tabanlarından veya cd-rom veri tabanlarından araştırma yapmaya dayanmaktadır. Kullanıcılar danışma birimine gelerek araştırma yapmak istedikleri konuları söylerler. Danışma kütüphanecisinin gelebilecek her türlü soruya hazırlıklı olması ve kullanıcıyı konuyla ilgili kaynaklara ve veri tabanlarına yönlendirmesi gerekir. Herhangi bir veritabanından tarama yapan kullanıcıya tarama tekniklerini göstermek, taramalarda yıl sınırlaması, yazar sınırlaması vs. gibi yöntemlerin gösterilmesi danışma birimine gelen araştırmacılar için gereklidir.

Danışma biriminde tarama hizmetlerinin yanında güncel duyuru, seçimli bilgi yayımı hizmeti, özel hizmetler gibi bilgi yayım hizmetleri de verilmektedir. Bu hizmetlerde yeni gelen yayınlar ve kaynaklardan okuyucular haberdar olur. Seçimli bilgi yayımı hizmetinde okuyucuların ilgilendikleri konulardaki kaynaklarından, makalelerden ve çeşitli veritabanlarından haberdar olmaları sağlanır. Ayrıca, bazı üniversite kütüphanelerinde web üzerinden araştırma ve tarama hizmetleri mevcuttur. Web üzerinden verilen hizmetler halkla ilişkilerde, kütüphanenin elektronik kaynaklarını, koleksiyonunu tanıtmada etkili olmaktadır. Web sayfasının düzeninin kütüphane kullanıcılarına göre belirlenmesi ve gerektiğinde kullanıcıların kütüphanecilerle temas kurabilmeleri için gereken unsurlar sayfada yapılmalıdır (Marshall, 2001, s. 119). Bu

bağlamda, dış kullanıcılar da web üzerinden danışma hizmetlerinden faydalanabilmektedirler.

### **3.5.5.2. Teknik Hizmetlerde Halkla İlişkiler**

Üniversite kütüphanelerinde verilen diğer hizmetler teknik hizmetlerdir. Teknik hizmetler sağlama ve kataloglama-sınıflama birimlerinden oluşur.

Sağlama birimi okuyucularla birebir iletişim içinde olmayan bir birim olarak görünse de aslında okuyucularla gerektiğinde ilişki içinde olan bir birimdir. Kütüphaneye alınacak olan kaynakların seçiminde ve sağlanmasında sağlama kütüphanecisi üniversitedeki öğretim üeleriyle sürekli ilişki halinde çalışmalıdır. Öğretim üyelerinin kütüphaneye aldıkları kaynaklar hakkında mutlaka kütüphanecilere danışarak ve kaynakların kütüphanede olup olmadığını kontrol ederek istekte bulunmaları gerekir. Sağlama kütüphanecilerinin de öğrencilerin ve öğretim üyelerinin ihtiyaçları doğrultusunda kaynak aldıkları son derece önemlidir.

Öğretim üeleri, önerecekleri kitapları önceden sayıca araştırmalıdır ve kitap gelince rezerve olup olmayacağını sağlama kütüphanecisine bildirmelidirler. Bazen kütüphaneye aynı kaynaktan yanlışlıkla birkaç tane gereksiz istekler yapılmış olabilir. Bunları en aza indirmek için ilişkileri geliştirmek ve sürekli karşılıklı bilgi alışverişinde bulunmak gereklidir (Emezi, 1972, s. 30).

Sağlama kütüphanecisi kaynakları yurt içinden ve yurt dışından temin etmektedir. Aracı firmalarla ve kitapçılarla diyaloglar geliştirip, iyi ilişkiler kurmak kütüphanenin her zaman yararına olacaktır. Bazı kitapçılar iyi ilişkiler sonucunda yeni çıkan kaynakların listesini göndermekte ve satın alınan kaynaklarda indirimlere gitmektedirler.

Kataloglama ve sınıflama birimlerinde sağlama biriminden satın alma, bağış ve değişim yoluyla gelen kaynaklar önce konularına göre sınıflanır sonra kataloglama işlemleri yapılır. Kataloglama ve sınıflama hizmetleri mutlaka o konuda eğitim görmüş kütüphaneciler tarafından yapılmalıdır.

Bazı kitapların sınıflandırılmasında ve konularının belirlenmesinde kütüphaneciler karar veremezler, zorluk çekerler. Bu durumlarda kütüphaneciler öğretim üyelerine kitabın sınıflanmasında danışma mecburiyeti duyarlar. Bu açıdan, kütüphanecilerin öğretim üyeleri ile ilişkilerini geliştirmeleri ve bilgi alışverişinde bulunmaları gerekmektedir. Yine bazı materyallerin dilini kütüphaneci anlayamamaktadır. O kaynağın dilini bilen veya dil okulundan çağrılan öğretim üyeleri kaynağın konu başlıklarının belirlenmesinde ilgili kütüphaneciye yardımcı olacaktır.

Bu bağlamda üniversitede çalışan akademik personelle kütüphanecilerin her zaman iletişim içinde olmaları, iyi ilişkiler kurmaları ve bilgi alışverişinde bulunmaları her birim için gereklidir.

### **3.6. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ VE HALKLA İLİŞKİLER**

Kalite ve toplam kalite yaklaşımları sanayileşme süreciyle iç içe düşünülen iki kavram olarak günümüzde yerini almıştır. Toplam kalite kurumların kalite ilerleme çabalarına sistematik bir yaklaşım getirmekte ve genellikle bütün sektörlerde uygulanmaktadır. Üretim, hizmet ve sağlık sektörlerinin yanısıra üniversitelerde de başarı ile gerçekleştirilmektedir. “Toplam kalite anlayışı ve toplam kalite yönetimi, kurumsal unsurların tümüne yönelik bütünlük bir kalite anlayışının ürünüdür” (Külcü, 2005, s. 21) Herhangi bir kurum tarafından benimsenecek olan toplam kalite anlayışının, o kurumun bütün birimlerinde uygulanması ve benimsenmesi gerekmektedir.

Günümüzde oldukça önemli bir yeri olan toplam kalite yönetiminin halkla ilişkiler faaliyetleriyle amaçlar ve hedef kitlelere hizmet yönünden çeşitli ortak özellikleri bulunmaktadır. Bu özelliklerden bahsetmeden önce toplam kalite yönetiminin, amaçlarını ve özelliklerini bilmek gerekmektedir.

Toplam kalite yönetimi ile ilgili değişik tanımlar bulunmaktadır. Bazı tanımları sıralayacak olursak;

Toplam kalite yönetimi;

- “ bir kuruluşta iş süreçlerinin sürekli iyileştirilmesi yoluyla önceden belirlenmiş olan müşteri gereksinim ve beklentilerinin yerine getirmesini öngören bir yönetim felsefesidir” (Çağın, 2000, s. 10).

- “ Tüm çalışanların katılımı esasına dayanan ve müşterinin memnuniyetini amaçlayan yönetim modelidir”(Toplam, 1999, s. 4).

- “ Bir kuruluşta üretilen mal ve hizmetlerin işletme süreçleri ve personelin sürekli iyileştirilmesi ve geliştirilmesi yolu ile en düşük maliyet düzeyinde önceden belirlenmiş müşteri ihtiyaç ve beklentilerinin tatmin edilerek işletme performansının iyileştirilmesi stratejisi olarak tanımlanabilir” (Peşkircioğlu, 1996, s. 32).

- “ Uzun vadede, müşterinin tatmin olmasını, başarmayı, kendi personeli ve toplum için avantajlar elde etmeyi amaçlayan, kalite üzerine yoğunlaşmış ve tüm personelin katılımına dayanan bir kuruluş yönetim biçimidir”(Efil, 1999, s. 42).

Görüldüğü gibi toplam kalite yönetiminin birbirine benzer değişik tanımları yapılmıştır. Bu tanımlara baktığımızda toplam kalite yönetiminde müşterinin memnuniyeti, yapılan işlerin sürekli iyileştirilmesi ve tüm personelin katılımına yönelik bir yönetim anlayışı olduğu görülmektedir.

Kavrakoğlu (1993)' na göre toplam kalite yönetiminin gerekleri dört maddede toplanmaktadır. Bunlar:

1. Önleyici Yaklaşım: İşlerin sorun çıkmadan planlanıp uygulanmasını sağlar. Önemli olan, sorun çıktıktan sonra düzeltmek yerine önceden önlem almaktır.
2. İstatistik ve analiz: Duygusal çalışmak yerine bilimsel çalışmayı ve akılcılığı ön plana çıkarmak ve objektif olmak önemlidir.

3. Grup çalışması: Yapılan çalışmalar ve çözümlenmesi gereken problemler, gönüllü olarak oluşturulmuş takımlar tarafından çözümlenir.

4. Sürekli gelişme: Yapılan çalışmalarını sürekli ileriye götürmek ve geliştirmek esastır. Sürekli gelişme sürecinde dört aşama vardır. Bunlar: Planlamak, uygulamak, değerlendirmek ve gereğini yapmaktır. Sürekli gelişmede neyin geliştirileceği, sorunlar ve mevcut durumlar konusunda önce planlama yapmak gerekir. Sorunların nedenlerini ortaya koymak ve sorunları çözecek önlemler almak için de uygulamaya geçilmelidir. Alınan önlemlerin başarılı olup olmadığı konusunda araştırma yapmak da değerlendirmeyi içerir. Son aşamada da, alınan önlemler başarılı ise standartlaşmış uygulamaya devam edilir, başarılı değilse tekrar yeni önlemler alınmalı ve sonuçlar tekrar değerlendirilmelidir.

Toplam kaliteye dayalı yönetim anlayışının özellikleri Toplam Kalite Yönetimi (1999)' de şu şekilde sıralanmaktadır:

- Çok çalışmak değil, akıllı çalışmak esastır.
- Yöneticinin görevi, liderlik etmektir.
- İletişim, karşılıklı ve sürekli.
- Kurum için öncelikli olan kalitedir.
- Çalışanlar, kendilerine değer verilmesi ve yaptıkları işin takdir edilmesiyle yönlendirilirler.
- Hizmette hedef "sıfır hata" dır.
- Hataları önlemeye dayalı bir anlayış vardır.
- Problemler, yönetimin uygulamalarından kaynaklanır.
- Hizmete ilişkin problemler, gönüllü olarak oluşturulmuş takımlar tarafından çözümlenir.
- İş yapan, o işi en iyi bilendir.
- Çalışanlar yaratıcı olmaları için teşvik edilir.
- Sürekli öğrenme esastır. (s. 8-9).

Bu özellikler de anlaşıldığı gibi, toplam kalite yönetimi, müşteri memnuniyeti, insana ve çalışana saygıyı amaçlayan, sürekli gelişme ve yeniliği savunan, tüm çalışanların katkısını yani grup çalışmasını ön plana çıkaran, işlerin hatasız olarak yapılmasını amaçlayan, önlemeye dayanan sürekli eğitimi hedefleyen bir süreçtir (Çukadar, 1999, s. 332).

Toplam kalite yönetimi her tür kütüphane için (halk, üniversite, araştırma vb.) benimsenip, uygulanabilecek bir yönetim anlayışıdır. Bu anlayışta, kütüphanelerde yapılan bütün işlemleri kapsayan bir sistemden oluşmaktadır.

E. Yılmaz (2005) 'ın Hernon, Nitecki ve Altman'dan yaptığı alıntıya göre;

üniversiteler, öğrencilerin memnuniyetini sağlamak üzere, yurtlar, yemek servisleri ve diğer hizmetlerdeki kaliteyi artırmaya çalışırken, bir yandan da akreditasyon standartları içerisinde yer alan öğretim üyeleri ve öğrencilerin enformasyon gereksinimlerinin karşılanması için kütüphanelerin kalitesini de dikkate almak durumunda olduklarının farkına varmışlardır (s.175).

Üniversite kütüphaneleri, sağladıkları bilgi hizmetleri ile bağlı buldukları üniversitelerin eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetlerini destekleyen ve üniversitelerin gelişmelerini etkileyen akademik birimlerdir. Bir üniversite kütüphanesinin başarılı olabilmesi ise, kütüphane çalışanlarına ve kullanıcılarına kaliteli hizmet verebilmesine bağlıdır.

Daha önce belirttiğimiz toplam kalite yönetimi temel felsefesinin dört ana başlığını kütüphaneciliğe ve üniversite kütüphanelerine uyguladığımızda; müşteriler kütüphane kullanıcılarıdır. Onların beklentilerine cevap veren bir hizmet sunma politikası belirlenmeli ve hizmetler bu politika çerçevesinde verilip, kullanıcı merkezli bir yönetim anlayışı benimsenmelidir. Yani, müşteri memnuniyetini esas alan bir sistem uygulanmalıdır. Üniversite kütüphanelerinde çalışan personelin bilgilerini hızla gelişen çağa ayak uydurarak geliştirmeleri sağlanmalıdır. Bu işlemlerde süreklilik esas olmalıdır. Bunun dışında örgüt politikaları ve işlemlerde kullanılan tekniklerde de aynı şekilde düşünmek gerekmektedir. Üniversite kütüphanelerinde hedefler daima iletilmeye çalışılmalıdır. Kütüphane içinde çalışan bütün personel örgütün bir parçası olarak görülmelidir.

Toplam kalite yönetim felsefesini benimsemeye en önemli rol yöneticilere düşmektedir. Öncelikle yöneticiler bu felsefeyi kendileri benimseyip, daha sonra bütün kütüphane personeline benimsetmek için çalışmalıdırlar (Basık, 1997, s.63). Toplam kalite yönetimi uygulanan bir bilgi merkezinde, yöneticinin verdiği kararların toplam kalite yönetiminin niteliklerine uygun olması gerekmektedir (M. Yılmaz, 2003, s. 262).

Üniversite kütüphanelerinde yöneticilerin lider olmaları gerekmektedir. Her liderin kendi ekibini oluşturması gerekmektedir. Üniversite kütüphanelerinde lider kütüphane yöneticisidir. Kütüphane yönetici yardımcıları, birim şefleri ve uzmanlaşmış kütüphaneciler de ekibin bir parçasıdır.

Toplam kalite yönetimi ile, amacı halka iyi hizmet vermek ve halkla iletişimi sağlamak olan halkla ilişkilerin çeşitli benzer özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler şunlardır:

1. Halkla ilişkiler, bir kurumda, kapıdaki görevliden üst kademedeki yöneticiye kadar herkesin işidir. Toplam kalite yönetiminde de kurumu geliştirmek için ve hizmetlerin iyileştirilmesinde tüm çalışanlar sorumludur (Tak, 1996, s. 18; Aydemir, 1995, s.30).
2. Halkla ilişkilerde ve toplam kalite yönetiminde yapılan çalışmalar üst yönetimin liderliğine dayanarak yapılmaktadır. Yani örgütlenme şekli açısından her ikisi de benzerdir (Sabuncuoğlu, 2004, s. 32).
3. Halkla ilişkilerde insan faktörü çok önemlidir. Kurum içinde çalışanların mutluluğu, motivasyonu, işyerinde huzurlu olmaları halkla ilişkiler faaliyetlerinin temelini oluşturur. Toplam kalite yönetiminde de çalışanların motivasyonu, takım çalışması ve sürekli iyileştirme yani insan faktörü önce gelmektedir.
4. Halkla ilişkiler faaliyetlerinde iç hedef kitle ve dış hedef kitle bulunmaktadır. Bir kurumun çalışanları iç hedef kitleyi oluşturmaktadır. Kurumdan yararlanmak için gelen kullanıcılar, üniversite kütüphaneleri için araştırmacılar da dış hedef kitleyi oluşturmaktadır. Halkla ilişkilerde önemli olan, dış hedef kitlenin yani müşterilerin memnuniyeti, onlardan alınan fikirler çok önemlidir. Toplam kalite yönetiminde de müşteri memnuniyetine önem verilmektedir. Müşteri tatmini toplam kalite yönetimi çalışmalarının odak noktasını oluşturmaktadır (Tak, 1996, s. 18; Sabuncuoğlu, 2004, s. 32). Müşteri tatmini ve müşterilere verilen önem bakımından her ikisi de aynı amaçları taşımaktadır.

5. Halkla ilişkiler çalışmaları kurum hakkındaki bilgilerin doğruluk ilkesi ile topluma aktarılmasını esas almaktadır. Kamuoyunda oluşan kurum ile ilgili bilgileri toplayarak iki yönlü iletişim kanalı görevini üstlenmektedir. Toplam kalite yönetiminde hedeflerinden bir tanesi toplumsal sorumluluktur. Yani kurumların kâr elde etme amacının yanında topluma yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesini esas almaktadır (Sabuncuoğlu, 2004, s. 31; Tak, 1996, s.18). Yani, halkla ilişkiler çalışmalarında ve toplam kalite yönetiminde topluma dönük olmak esastır. Toplumsal sorumluluk her ikisinde de büyük önem taşımaktadır.

Toplam kalite yönetiminin hedefi, herkesin yaptığı işi sürekli iyileştirmeye çalışmak, ürettiği mal ve hizmetleri kullananları mutlu etmeye çalışmak ve sürekli öğrenmeyi ve başarmayı ilke edinen bir topluluk yaratmayı sağlamaktır (Kantarıcı, 1999, s. 3). Halkla ilişkilerde de kurum ve hizmet verdiği kitle arasında ilişkilerin iyileştirilmesi, kullanıcıların mutluluğu çok önem taşımaktadır.

Üniversite kütüphanelerinin toplam kalite yönetimi felsefesini uygulayıp halkla ilişkiler çalışmalarını da aynı anda sürdürebilmeleri mümkün olmaktadır. Bunun sonucu olarak, hizmetler daha etkin ve verimli olacak ve kullanıcıların üniversite kütüphanelerinden beklentileri böylelikle daha rahat karşılanacaktır.

Kısaca özetlemek gerekirse, halkla ilişkiler ve toplam kalite yönetimi çalışmalarında, toplumsal sorumluluk, müşteri memnuniyeti, çalışanların memnuniyeti, takım çalışması, insan faktörü, liderlik ve yapılan işlerde tüm çalışanların sorumluluğunu kapsayan konularda benzer özellikler bulunmaktadır.

Bu bölümde kuramsal olarak ele alınan halkla ilişkiler konusu, bir sonraki bölümde BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının görüşleri ve kişisel gözlemlerimiz temelinde değerlendirilecektir.



## 4. BÖLÜM

### BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ VE HALKLA İLİŞKİLER

#### 4.1. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ

##### 4.1.1. Tarihçe

1980 yılından beri sağlık alanında hizmet veren Türkiye Organ Nakli ve Yanık Tedavi Vakfı'nın deneyim ve birikimleriyle birlikte mevcut tesislerin üniversite düzeyinde bir yapıya dönüştürülmesi kararı alınmıştır. 1993 yılı ortalarında Haberal Eğitim Vakfı ile birlikte kurulması kararlaştırılan Başkent Üniversitesi'nin kuruluş işlemleri başlatılıp kısa sürede tamamlanmıştır ve 13 Ocak 1994 tarihinde 3961 sayılı kanunla kurulmuştur (Başkent Üniversitesi, 1999, s.1; Başkent Üniversitesi, 2001, s.1).

Başkent Üniversitesinin amacı, “ Bilgi çağının gerektirdiği evrensel “ Bilgiye-Ulaşım” ve “Bilgi-Kullanım” yeteneklerine sahip; sağlık, insan bilimleri, sanat, çevre, endüstri, ticaret ve teknoloji alanlarında bilgili ve deneyimli; araştırmacı, dinamik, ülke sorunlarına duyarlı; mesleklerinde ve iş dünyasında başarılı; rekabete açık; uluslararası çevrelerle yakından ilişkili; sanatsal, kültürel ve tarihsel değerlerimize sahip çıkan; çevre sorunlarına ve korunmasına duyarlı insanlar yetiştirmektir”(Başkent Üniversitesi, 2000, s.1).

1994-1995 öğretim ve eğitim yılında, Tıp Fakültesi, Hemşirelik Yüksekokulu ve Biyomedikal Cihaz Teknolojisi Meslek Yüksekokulu programlarında öğretim ve eğitim faaliyetleri başlatılmıştır. Ankara-Eskişehir Devlet Yolu 20. km'de (Bağlıca Köyü mücavir alanında) 650 dönümlük arazide, kısa sürede başlatılan yapılaşmanın tamamlanan bölümlerinde 1995-1996 öğretim yılında, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi , Meslek Yüksekokulu kapsamında Büro Yönetimi ve Sekreterlik programları faaliyete geçirilmiştir. Yine, aynı öğretim yılında Merkez Kampusunda (Bahçelievler) Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde "İşletme Yönetimi Bilim Uzmanlığı" programı açılmıştır.

Bağlıca Kampusunda, 1994-1995 öğretim yılında başlatılıp, 1996-1997 öğretim yılından önce tamamlanması gerçekleştirilen fiziksel yapılaşma göz önünde tutularak, 1996-1997 öğretim yılında, Mühendislik Fakültesi, Sağlık İdaresi ve İşletmesi Yüksekokulu, Sağlık Kurumları İşletmeciliği yüksek lisans, ve Meslek Yüksekokulu öğretime başlamıştır (Başkent Üniversitesi, 2000, s.1).

1997-1998 öğretim yılında Mühendislik Fakültesi'nin diğer başka bölümleri, Hukuk Fakültesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu açılmıştır. Fen Bilimleri Enstitüsünde yüksek lisans programlarında da eğitim verilmeye başlanmıştır (Başkent Üniversitesi, 2002, s. 2).

1998-1999 öğretim yılında da yine Mühendislik Fakültesinin ve İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinin çeşitli bölümleri açılmıştır. Yine bu öğretim yılında Fen Bilimleri Enstitüsü bünyesinde farklı yüksek lisans ve doktora programları açılmıştır (Başkent Üniversitesi, 2000, s.2)

1999-2000 öğretim yılında, Sağlık Bilimleri Fakültesi'nin diğer bölümleri eğitim-öğretim hizmeti vermeye başlamıştır. Aynı yıl içinde Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu da açılarak eğitime başlanmıştır (Başkent Üniversitesi, 2002, s. 2).

2000-2001 eğitim-öğretim yılında Meslek Yüksekokulları ile Sağlık Teknolojisi Yüksekokuluna öğrenci alınmamıştır. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu içinde farklı bölümler de açılarak ilk öğrencilerini almıştır. Eğitim Fakültesi de aynı dönem açılmıştır. Lisansüstü eğitim veren enstitüler arasına, Eğitim Bilimleri Enstitüsü eklenmiş, Sağlık Bilimleri Enstitüsü bünyesinde de çeşitli eğitim programları açılmıştır. Ayrıca, Transplantasyon ve Gen Bilimleri Enstitüsü ile Yanık, Yangın ve Doğal Afetler Enstitüleri kurulmuştur (Başkent Üniversitesi, 2004, s. 5).

2001-2002 eğitim-öğretim yılında Meslek Yüksekokullarına tekrar öğrenci alınmaya başlanmıştır. Ayrıca Eğitim Fakültesi, İletişim Fakültesi ve Sağlık Bilimleri Fakültesi bünyesinde çeşitli bölümler açılmıştır (Başkent Üniversitesi, 2004, s. 5).

2002-2003 eğitim-öğretim yılında İletişim Fakültesi, Mühendislik Fakültesi, Güzel Sanatlar, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi bünyesinde bazı yeni bölümler eğitime başlamıştır. Eğitim Bilimleri Enstitüsü bünyesinde çeşitli alanlarda tezsiz yüksek lisans programları da açılmıştır (Başkent Üniversitesi, 2004, s. 7).

2003-2004 eğitim öğretim yılında Eğitim Fakültesi bünyesinde, çeşitli anabilim Dalları açılmıştır. Sosyal Bilimler Enstitüsü Müzik ve Sahne Sanatları Anabilim Dalı bünyesinde çeşitli Tezli Yüksek Lisans Programları, Fen Bilimleri Enstitüsü bünyesinde ve Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi bünyesinde çeşitli bölümler eğitim vermeye başlamıştır (Başkent Üniversitesi, 2004, s. 7).

Başkent Üniversitesi, toplam kalite yönetimi felsefesini benimseyen ve Türkiye’de, ilk defa Toplam Kalite Merkezini kurmuş olan bir yükseköğretim kurumudur. Bu merkezin amacı, toplam kalite yönetimi anlayışının, eğitim-öğretim ve sağlık alanlarında kurum içinde ve yurt çapında yaygınlaşmasını sağlamaktır. Başkent Üniversitesi, Kalite Sistem Belgesini, Mayıs 1998 tarihinde alarak ülkemizde bir ilki gerçekleştirmiştir (Başkent Üniversitesi, 2003, s.11; Başkent Üniversitesi, 1994, s. 11-12).

Başkent Üniversitesinin kalite politikası, öğretimde bilimsel araştırma-geliştirme faaliyetlerini nitelikli bir düzeyde yürütmek ve Türk vatandaşlarının sosyo-ekonomik düzeylerinin sürekli olarak yükseltilmesine katkıda bulunacak önder nesiller yetiştirmektir. TS-EN ISO 9000 Standartı başlangıçta ticarete yönelik endüstriler için geliştirilmiştir. Başkent Üniversitesi bu standartın, günümüzde eğitim-öğretim alanlarında da uyarlanabileceğinin bir örneğini vererek eğitimde kalite çalışmalarına başlamış ve Türk Standartları Enstitüsü tarafından verilen TS-EN-ISO 9001 Kalite Sistem Belgesini almıştır. Böylelikle üniversitenin tüm birimleri kalite iyileştirme ve geliştirme anlayışını benimsemiş ve bu anlayışla hizmet verdiği de TSE tarafından belgelendirilmiştir (Başkent Üniversitesi, 2003, 11). Halen, Başkent Üniversitesinde tüm birimler kalite çalışmalarını devam ettirerek, hizmetlerin sürekli iyileştirilmesi ve geliştirilmesini sağlamaya çalışmaktadırlar.

## 4.2. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ\*

Başkent Üniversitesi Kütüphanesi 1993 yılında Bahçelievler’de hastane binasının çatı katında küçük bir odada ve çok az sayıda kitapla hizmet vermeye başlamıştır. Önceleri, dergilerin toplanarak doktorların kullanıma sunulmasıyla hizmet veren kütüphane, bağış kitaplar gelmesiyle koleksiyonunu oluşturmaya başlamıştır. 1995 yılında şu an hizmet vermekte olduğu Bağlıca Kampusune taşınmıştır (Arda, 2000, s. 12) . Başlangıçta 1000 m<sup>2</sup>’lik bir salonda hizmet vermeye başlanmış, ama bu alan zaman içerisinde ihtiyaçlara cevap verememeye başlamış süreli yayınlar ve referans birimleri için toplam 2000 m<sup>2</sup> yeni alanının kullanıma açılması ile birlikte toplam hizmet alanı 3000 m<sup>2</sup>’ye çıkmıştır.

Başkent Üniversitesi Kütüphanesinde verilen hizmetler; sağlama, sınıflama ve kataloglama, süreli yayınlar, okuyucu hizmetleri ve ödünç verme, referans hizmetleri ve otomasyon hizmetleri başlıkları altında toplanmaktadır.

### 4.2.1 Sağlama Hizmetleri

Sağlama Hizmetleri çerçevesinde; 2005 yılı içerisinde döneminde koleksiyona, satın alma, bağış ve değişim yoluyla 6252 adet yeni materyal ilave olmuş ve bu çerçevede mevcut materyal sayısı 90917’ye yükselmiştir. Kaynakların materyal cinslerine göre dağılımı Tablo 2’de gösterilmiştir. Yeni gelen yayınların duyurusu; hem yayını isteyen bölümlere gönderilerek, hem de web üzerinde ve panolarda yapılmaktadır.

**TABLO 2. BÜ Kütüphanesi Koleksiyonu (2005)**

<b>Materyal türü</b>	<b>Sayı</b>
Kitaplar	71302
Referans Kaynakları	6984
Görsel İşitsel Materyaller	1735
Ciltli Dergi Sayısı	10896
<b>Toplam</b>	<b>90917</b>

\* Hizmet ile ilgili bu bölümde sunulan veriler BÜ Kütüphanesi 2005 yılı Değerlendirme Raporundan alınmıştır.

#### **4.2.2. Sınıflama ve Kataloqlama Hizmetleri**

Sınıflama ve kataloglama hizmetleri kapsamında; 2005 yılında 8200 adet materyalin sınıflaması yapılmış, 9889 adet materyalin bilgisayar kayıtları sisteme girilmiş ve geriye dönük kayıtlarla ilgili düzeltmeler yapılmıştır. Sınıflama işlemlerinde uluslararası bir kaynak olan Library of Congress Classification Web (LCCW) kullanılmaktadır. Bu sistem sayesinde hem yapılan işlemler doğrulanmakta hem de en güncel bilgiye ulaşılmaktadır. Tıp konulu kitapların sınıflanmasında ise National Library of Medicine Sistem (NLM) kullanılmaktadır. Kütüphane web sayfası üzerinden mevcut kaynakların tümünün bibliyografik bilgilerine ulaşılmaktadır.

#### **4.2.3. Süreli Yayınlar**

Süreli yayınlar sayısı toplamı 2005 sonu itibariyle 993'dür. 774 adet yurtiçi ve yurtdışı yayın aktif olarak okuyucuların hizmetine sunulmuştur. 224 adet yayının ise bazılarının abonelikleri bitmiş, bazı bağışlar ise artık gönderilmemektedir. Fakat araştırmacılara yararlı olur düşüncesiyle kayıtlarımızda yer almaktadır. Süreli yayınların çeşitli konulara göre dağılımı Tablo 3'de verilmiştir. Kütüphane tarafından her sene yenilene "Başkent Üniversitesi Süreli Yayınlar Katalogu" İngilizce ve Türkçe konu başlıkları indeksiyle çok daha kolay yararlanılabilir bir şekilde hazırlanmaktadır. Alfabetik liste ve konu başlıkları ayrıca web'e aktarılmıştır. Dış kullanıcıların INTERNET kanalıyla kütüphane web sayfasından yararlanmaları mümkündür. Elektronik abonelikler, kütüphanenin abone olduğu veri tabanları üzerinden görülebilmekte, tüm yayınların içerik sayfalarına, büyük oranda da makalelerin tam metnine ulaşabilmektedirler. Ulaşılamayan makaleler için sürekli fotokopi hizmeti verilmektedir.

**TABLO 3. Süreli Yayınların Konuları ve Elde Edilişlerine Göre Dağılımı (2005)**

<b>Konular</b>	<b>Bağış</b>	<b>Satın alma</b>	<b>Toplam</b>
Bilim ve Teknoloji	54	46	100
Coğrafya	2	3	5
Dil ve Edebiyat	23	30	53
Felsefe	0	2	2
Genel	76	8	84
Sanat	7	25	32
Sosyal Bilimler	228	85	313
Tarih	5	9	14
Tıp ve Sağlık Bilimleri	170	220	390
<b>Genel Toplam</b>	<b>565</b>	<b>428</b>	<b>993</b>

#### 4.2.4. Kullanıcı Hizmetleri ve Ödünç Verme

Kullanıcı hizmetleri kapsamında 2005 yılı içerisinde 211521 kullanıcı kütüphaneden yararlanmıştır. Mevcut üye sayısı, mezun öğrencilerin kayıtları düşülmesinden sonra 5386'dır. Ödünç alınamayan yayınlar için fotokopi hizmetleri verilmektedir. 2005 yılında 88533 sayfa fotokopi çekilmiştir.

#### 4.2.5. Referans Hizmetleri

Referans hizmetleri kapsamında; gerek kütüphane kaynaklarından, gerekse cd-rom ve on-line veritabanlarından okuyuculara kütüphane içinde, telefonla ya da e-posta yoluyla tarama hizmeti verilmektedir. Başkent Üniversitesi Kütüphanesi ANKOS (Anadolu Üniversiteleri Konsorsiyumu) üyesidir. Bu konsorsiyum kapsamında çeşitli veritabanlarına üye olunmuştur. Kullanılmakta olan veritabanlarına, kütüphane web sayfasından ulaşarak üniversite dahilindeki kullanıcılar taramalarını doğrudan kendileri de yapabilmektedirler. Ayrıca, elektronik referans hizmetiyle üniversite dışından gelen bilgi istekleri de karşılanmaktadır.

Başkent Üniversitesi kullanıcıları abone olunan veri tabanlarına veri tabanlarının IP denetimli olmasından dolayı üniversite genelindeki bilgisayarlardan erişim sağlayabilmektedirler. Uzaktan erişimi sağlayabilmek amacı ile Proxy sisteme devreye sokulmuştur. Başkent Üniversitesi'nin 2005 yılı için abone olduğu veri tabanları listesi aşağıda sıralanmaktadır:

A to Z

Blackwell-Synergy

Ebrary Elektronik Kitaplar,

Elsevier Science Direct,

Emerald FullText,

İçtihat Bilgi Bankası Programı

IEEE/IEE Electronic Library,

LC Classification

Oxford University Pres,

OVID-Lippincott, Williams and Wilkins

Proquest 5000,

Science Citation Index (1970-),

Social Science Citation Index (1970-),

Springer-Link,

Taylor & Francis,

Wiley InterScience,

2006 yılı için; Art & Humanities Citation Index, BMJ, Cochrane, JSTOR (Business Colection), Sage Publication veri tabanlarına abone olunmuştur.

*CD-ROM Olarak Kullanılmakta Olan Veri Tabanları:*

Books in Print Plus-monthly (1997-)

Health Star (pre 1981-1998).

Medline (1966-2001).

MLA (1963-1997).

Orthodisc (1994-1998).

Physician's Silver Platters Cardiology (1988-1998).

Serflin (2000-)

Serline (1996-1999).

Yargıtay Kararları Bilgisayar programı .

Bunların dışında Gale Bilgi Bankaları, Proquest veritabanları, Dünya Bankası veritabanları, Kluwer Online, Kluwer Law International, Oxford Reference Online, Blackwell Synergy Full Collection, ALPSP Bilimsel Derki Koleksiyonu, Scopus, Nature Publishing Group Dergileri, OTÜRKDİGİTAL, EBSCOHOST Veritabanları, WorldScinet, BioOne, Royal Society Chemistry, BMJ Journals Online, OCLC First Search, Net Library, Springer Lecture Notes, Enginneering Village2 ve CRC, OVID, Britannica, EMBASE, ISI Emerging Markets, SAGE Elektronik Dergiler, Safari Elektronik Kitaplar, MD Consult veritabanları deneme amaçlı olarak Üniversitelerarası Konsorsiyum çerçevesinde kullanıma açılmıştır.

#### **4.2.6. Otomasyon Hizmetleri**

Otomasyon hizmetleri kapsamında; kullanılmakta olan kütüphane programında meydana gelen aksaklıklar ve sorunlar sürekli olarak giderilmeye çalışılmakta, yeni düzenlemeler programa uyarlanmaktadır. Bilgisayarlarla ilgili personelin eğitimi ve yeni gelişmelerin sisteme uyarlanması, ayrıca web sayfasının geliştirilmesi ve güncelleştirilmesi de otomasyon biriminin görevleri arasındadır. Sürekli duyuru hizmetleri web'den verilmekte ve gelen sorular yine otomasyon hizmetleri çerçevesinde cevaplandırılmaktadır. 2004 yılından itibaren Otomasyon Hizmetleri Birimi tarafından alt yapısı oluşturulan tez veri tabanı aracılığı ile üniversite bünyesinde hazırlanan yüksek lisans, tıpta uzmanlık ve doktora tezlerinin tamamına, tezin hazırlayanı tarafından belirtilen koşullar doğrultusunda tam metin olarak web üzerinden erişilebilmektedir.

Başkent Üniversitesi Kütüphanesi olarak 2001 yılı içinde başlanan "Hukuk Veritabanı" projesi devam etmektedir. Dergi ve armağan kitaplarda yer alan son yıllara ait makaleler



sisteme aktarılmış olup, toplam makale sayısı 11879'dur. Sistemin sürekli güncel tutulmasına çaba sarf edilmekte ve geriye dönük çalışmalara devam edilmektedir.

Müzik ve Sanat Koleksiyonu; Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi'nin açılmasının ardından Mart 2004 tarihinde öğrencilerin ve araştırmacıların daha kolay yararlanabilmesi için, kütüphane içinde ayrı bir salonda hizmete sunulmuştur. Koleksiyonda Eylül 2005 tarihi itibarıyla 2286 adet kitap, referans kaynağı, nota, DVD ve VCD yer almakta olup, bu koleksiyon sayı ve materyal türü olarak sürekli gelişmektedir. Müzik-sanat koleksiyonunda kullanıcılar kulaklıklarla DVD ve VCD dinleme ve izleme imkanına sahiptirler.

#### **4.2.7. Başkent Üniversitesi Kütüphanesi Toplam Kalite Yönetimi Çalışmaları ve Uygulamaları**

Başkent Üniversitesinde bütün bölüm ve birimlerde yürütülmekte olan Toplam Kalite Yönetimi çalışmaları kapsamında; kütüphanede de gerek kütüphane personelinin sürekli eğitimi ve gerekse bu çerçevede işlerin sürekli takibi, sorunların tespiti, hataların önlenmesi ve hizmetlerin daha iyiye götürülmesi çalışmaları yürütülmektedir.

Başkent Üniversitesi kalite standartlarından genele hitap eden ilk uluslararası standart ISO 9000 "Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Standardı" uygulanmaya başlanmıştır. Kurumlar ISO çalışmaları kapsamında TSE (Türk Standartları Enstitüsü) tarafından denetlenmektedirler ve "sertifika" almaktadırlar (Külcü, 2005, s.29).

Başkent Üniversitesi'ndeki TS-EN-ISO 9000 çalışmaları kendi bünyesinde bulunan Toplam Kalite Yönetim Merkezi tarafından koordine edilmiştir. 23-25 Aralık 1997 tarihleri arasında Türk Standartları Enstitüsü'nde TS-EN-ISO 9000 hakkında kütüphaneden de bir personelin katıldığı üç günlük eğitim düzenlenmiştir. Daha sonra kütüphanedeki diğer personele de bu konuda eğitim verilmiş ve çalışmalar başlatılmıştır. Bu çalışmalar kapsamında, kütüphanede yapılan işler, verilen hizmetler belirlenmiş olup, kütüphanede bulunan birimlerin sorumluları hizmet prosedürlerini ve görev talimatlarını oluşturmuşlardır (Çınar, 1998, s. 71).

Kalite çalışmaları kapsamında her bölüm kendi hizmetleri, prosedürleri ve talimatlarını anlatan bir klasör hazırlamıştır. Kütüphane de hazırlanan klasörde bulunan maddeler şunlardır:

1. Kütüphanenin organizasyon şeması,
2. Amacı,
3. Çalışanların görevleri,
4. Yetki ve sorumlulukları,
5. Hizmet prosedürleri,
6. Görev talimatları,
7. Kullanılan formların birer kopyası.

Üniversite genelinde ve kütüphane çapında bu klasörler hazırlandıktan sonra, üniversitenin “Kalite El Kitabı” oluşturulmuştur. Daha sonra Türk Standartlarına kalite belgesi alınmak üzere başvurulmuştur. Türk Standartları Enstitüsünden gelen yetkililer tetkiklerini yapmışlar ve Başkent Üniversitesi ve kütüphane de bu belgeyi almaya hak kazanmıştır. Her sene Türk Standartları Enstitüsü yetkilileri üniversiteye gelerek kütüphane dahil diğer birimleri de tetkik etmektedirler. Bu kalitenin devamlılığını sağlamaktadır. Ayrıca, üniversitede çeşitli birimlerden seçilip, eğitim görmüş kurum içi iç tetkikçiler de bulunmaktadır. Bunlar da senede iki kere iç tetkik yapıp, üniversiteyi denetlemektedirler.

Kütüphanede toplam kalite yönetimi çalışmalarının yapılması ve üniversite genelinde TS-EN-ISO-9000 kalite belgesinin alınması, kütüphanede yapılan işlerde çeşitli düzenlemeler getirmiştir. Bunlar:

1. Hazırlanan prosedürler ve talimatlar sayesinde verilen hizmetler ve yapılan işler belli bir sıra takip edilerek yazılı hale getirilmiştir.
2. Kütüphanede çalışanların görevleri, görev talimatları sayesinde yazılı olarak kesinlik kazanmış ve personelin işlerini öğrenmeleri kolaylaştırmıştır.

3. Her birim sorumlusu, kendi birimlerine ait prosedür, görev talimatları ve dokümanlardan oluşan dosyaları hazır hale getirmiş ve bu sayede kendi birimleriyle ilgili işlerde izlenebilirlik sağlanmıştır.
4. Kütüphanede çalışanların sorumlulukları yazılı hale getirilmiştir.
5. Her birim kendi içinde çıkan sorunları yazılı hale getirerek düzeltici-önleyici faaliyet kayıtları tutulmaya başlanmıştır. Bunlar sorunların takibi ve çözüm önerileri getirmek ve sorunu takip etmek için önemlidir.
6. TS-EN-ISO-9000 çalışmaları sayesinde kütüphanede sürekli iyileştirmeye gidilmeye başlanmıştır.
7. Her birim, yaptıkları işlerle ilgili senelik hedefler belirlemiştir. Bu hedeflerin gerçekleşip gerçekleşmediği altı ayda bir gözden geçirilmektedir. Böylelikle yapılan işlerde hedeflere ulaşılacak amaçlanmaktadır. Bu da başarıyı ve iş verimliliğini arttırmaktadır.

TSE tarafından en son standart olarak yayınlanan ISO 9001:2000 standart üniversitemizde ve kütüphanemizde uygulanmaktadır. ISO 9001:2000 standardı kurumsal kalitenin geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında bazı ilkeleri benimsemektedir. Bu ilkeler TS EN ISO 9001 2000'den aktaran Külcü (2005, s.32)'ye göre şunlardır: "Kalite yönetim sistemleri, dokümantasyon şartları ve doküman kontrolü, yönetim sorumluluğu, yetki ve iletişim, yönetimin gözden geçirilmesi, kaynak yönetimi, ürün gerçekleştirme, tasarım ve geliştirme, satın alma, üretim ve hizmetlerin sağlanması, ölçme analiz ve iyileştirme, veri analizi ve önleyici faaliyetlerden oluşmaktadır". Halen Başkent Üniversitesi Kütüphanesi ISO'nun yayımladığı ve en son standart olan ISO 9001 Standardını kullanmaktadır. Bu standart kapsamında Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde sürekli gelişme ve iyileştirme faaliyetleri, müşteri memnuniyetini içine alan uygulamalar ve doküman çalışmalarını yürütülmektedir. ISO 9001:2000 revizyonunda sürekli iyileştirme kavramı çok geniş bir şekilde ele alınmıştır. Sürekli iyileştirmede kuruluştaki kalıcı amaç, ölçme, izleme ve verilerin analizi, kalite hedeflerinin olması ve bunların ölçülebilir olması gerekmektedir (TS-EN-ISO 9001:2000, s. 91). Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde bu kapsamda her yıl kalite hedefleri belirlenmekte, bunlar her altı ayda bir gözden geçirilmektedir. Yıl sonu bu hedeflere

ulaşılıp ulaşılamadığı ölçülerek ve analiz edilerek belirlenmekte ve öneriler getirilmektedir.

### **4.3. BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ'NDE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI**

Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde 13'ü Kütüphanecilik Bölümü mezunu, 4'ü fakülte mezunu, 2'si yüksekokul mezunu ve 9'u lise mezunu olmak üzere toplam 28 personel görev yapmaktadır. Tüm çalışanlar, çalıştıkları birimler ve diğer birimlerde yürütülen işlerle ilgili sürekli hizmet içi eğitim almaktadırlar. Ayrıca, özellikle kütüphanecilik bölümü mezunları, kurum içi halkla ilişkiler açısından önem taşıyan, meslekle ilgili kurum dışında gerçekleşen eğitim ve seminerleri takip edip, katılmaktadırlar. Kurum içi halkla ilişkiler kapsamında personele ait olan duyuru panosunda eğitim ve seminerler duyurulmaktadır. Personelin düğün, sünnet vb. davetiyeleri de bu panoda asılmaktadır. Doğum günleri gibi özel günlerde de kütüphanede çalışan personel ve yönetici ile yemek organize edilmektedir. Ayrıca, kütüphanede görev yapan birim şefleri ve yönetici aylık toplantılar düzenleyerek, sorunlar tartışılmakta, işlem ve hizmetler incelenmekte ve çözüm önerileri üretilmektedir. Bunlar kütüphanede çalışan personelin gerçekleştirdiği iç halkla ilişkiler faaliyetleridir

Başkent Üniversitesi Kütüphanesi, iki kitap okuma salonu, bir süreli yayınlar salonu ve bir de referans salonu olmak üzere dört ayrı salonda aynı anda toplam 347 kişinin oturarak çalışmasına olanak sağlamaktadır. Ayrıca, müstakil çalışma odalarında da kütüphaneden yararlanmak mümkündür.

1994 yılında kütüphanenin kurulmasına paralel olarak otomasyon programı için çalışmalara başlanmış ve BLISS-PC programı satın alınarak materyallerin sisteme aktarılması işlemine başlanmıştır. 31 Aralık 2005 itibarıyla 90917 adet materyal sisteme kaydedilmiş durumdadır. Başkent Üniversitesi kütüphanesi web sayfası internet üzerinden okuyucuların kullanabileceği şekilde düzenlenmiştir. Sayfada kütüphane hakkında genel bilgi, yararlanma koşulları, çalışma saatleri, süreli yayınlar, online veri tabanları, hukuk veritabanı, yeni gelen yayınlar, çeşitli araştırma kütüphaneleri ve üniversite kütüphanelerine linkler ve kütüphaneye

ulaşmak için iletişim bilgileri de yer almaktadır. İnternet üzerinden BLISS-PC kütüphane kataloğuna da erişim mümkündür. İnternet adresi <http://bliss.baskent.edu.tr/search.html>'dir. Başkent Üniversitesi kütüphanesi web üzerinden e-posta yoluyla elektronik referans hizmeti vermektedir. Bu hizmetten yararlanmak için, web sayfasında elektronik referans hizmetine girip formu doldurmak yeterlidir. Referans hizmetlerinde çalışan kütüphaneciler, kaynaklardan ve veri tabanlarından buldukları bilgileri isteyen okuyuculara e-posta yoluyla göndermektedirler. Bu hizmet bilgiye ihtiyaç duyan, üniversite içi ve dış tüm kullanıcılara açıktır.

Web sayfasında kullanıcılar kendileriyle ilgili kütüphane bilgilerine de erişebilmektedirler. Öğrenciler ve akademik personel üzerlerindeki yayınları görebilmekte ve öğretim üyeleri de buradan kendi şifreleriyle ayrıca uzatma yapabilmektedirler.

Başkent Üniversitesi Kütüphanesi Haziran 1995 yılında internete modem ile bağlantı sağlamış ve yapılan çalışmalar sonucunda 1997 yılından bu yana ULAKNET üzerinden hizmet vermeye devam etmektedir.

1995 yılında toplam 2 adet bilgisayar ile yürütülmekte olan kütüphane hizmetleri bugün gelinen noktada 11 adedi okuyucuya açık olmak üzere toplam 37 adet bilgisayar ile yürütülmektedir.

Kütüphanede ayrı bir halkla ilişkiler bölümü ve uzmanı bulunmamaktadır. Dolayısıyla, halkla ilişkiler programının planlanması da yapılmamaktadır. Yani, Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde aşamalı ve planlı halkla ilişkiler çalışmaları yürütülmemektedir. Ancak, kütüphanede halkla ilişkiler açısından gerekli olan bazı faaliyetler yapılmakta ve çeşitli halkla ilişkiler araçları kullanılmaktadır.

Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde halkla ilişkiler faaliyetlerine yönelik çeşitli araçlar kullanılmakta ve farklı hizmetler verilmektedir. Bunlar: Yer gösteren kütüphane tabelaları, raf yönlendirmeleri, şikayet defteri, şikayet-dilek kutusu, duyuru panoları, uyarı yazıları, çeşitli şekillerde yapılan kütüphaneyi tanıtım ve duyuru hizmetleri ve kütüphanede kullanılan katalog programı gibi araçlar ve hizmetlerdir.

### 4.3.1. Yer Gösteren Kütüphane Tabelaları

Başkent Üniversitesi kütüphanesi'nde kullanıcıların kütüphane içinde ihtiyaç duydukları birimlere ve materyallere kolay bir şekilde erişebilmeleri için, öncelikle kütüphanenin girişinde, kütüphanenin bölümlerini, çalışma salonlarını gösteren bir kütüphane krokisi bulunmaktadır. Aynı kroki okuyucu hizmetleri salonunda kullanıcıların rahat görebilecekleri bir yerde de mevcuttur. Yine, kütüphanenin girişinde kütüphanenin hafta içi ve hafta sonu çalışma saatlerini gösteren bilgi tabelası bulunmaktadır.

Kütüphanede birimleri, çalışma salonlarını ve özel koleksiyonları gösteren tabelalar yer almaktadır. Bu tabelalar okuyucuların aradıkları birime rahat ulaşabilmelerini sağlayan, oklarla birimlerin yönünü gösteren yönlendirici tabelalardır. Ayrıca okuyucu salonunun dışında da fotokopi hizmetlerini ve tuvaletleri gösteren yine oklarla yönlendirilmiş tabelalar da bulunmaktadır.

Başkent üniversitesi kütüphanesi'nde üç adet özel koleksiyon mevcuttur. Bu koleksiyonları yerlerini gösteren ve bağış yapan kişilerin isimlerinin yazılı olduğu tabelalar bulunmaktadır ve ilgili yerlere asılmıştır.

Kütüphanenin ödünç verme bankosunda kütüphanenin kullanımını anlatan kütüphane kurallarının yazılı olduğu tabela bulunmaktadır.

Ayrıca bilgisayar terminallerinin yanında konu başlıkları listesi bulunmaktadır. Tıp kitaplarının bulunduğu rafların yanında da tıp konu başlıkları listesini gösteren tabela yer almaktadır.

Bu tabelalar, kullanıcıların kütüphane hakkında bilgi sahibi olmaları ve kütüphane içinde aradıkları birimlere rahat bir şekilde ulaşabilmeleri açısından kolaylık sağlamaktadır.

### **4.3.2. Raf Yönlendirmeleri**

Başkent Üniversitesi kütüphanesinde, okuyucuların aradıkları bilgi kaynaklarına ve ihtiyaç duydukları materyallere ulaşabilmelerini sağlayan Kongre Kütüphanesi Sınıflama Sistemi'ne göre alfabetik olarak düzenlenmiş rafların başına, rafın hangi harf aralıklarında yer aldığını gösteren yönlendirmeler konulmuştur.

Bilgisayar terminallerinden tarama yapan okuyucular, aradıkları kaynaklara raf yönlendirmeleri sayesinde daha rahat ve çabuk erişebilmektedirler. Yazılan bu yönlendirmeler, büyük ve koyu renkli harflerle rahat okunabilecek şekilde rafların başına, okuyucunun rahat görebileceği yerde asılmıştır.

### **4.3.3. Şikayet-Dilek Defteri ve Şikayet-Dilek Kutusu**

Okuyucu hizmetlerinde ödünç verme bankosunda okuyucuların kütüphane hakkındaki dilek, istek ve şikayetlerini yazabilecekleri bir defter bulunmaktadır. Bu defter kütüphaneciler tarafından sürekli okunmakta ve istek ve şikayetler doğrultusunda hizmetlere yön verilmeye çalışılmaktadır. Gerektiğinde kütüphane yöneticisi üst yönetime çıkararak defterdeki okuyucu isteklerini ve şikayetlerini iletmektedir.

Kütüphane kapı girişinde de tahtadan yapılmış kilitli şikayet ve dilek kutusu bulunmaktadır. Bu kutuya da okuyucular, kütüphane hakkındaki düşüncelerini, isteklerini ve şikayetlerini kağıtlara yazarak atmaktadırlar. Bu kutu da yine kütüphaneciler tarafından açılmakta ve kütüphane yöneticisi tarafından istekler ve şikayetler değerlendirilmektedir.

Kullanıcıların isteklerini bilmek ve şikayetlerini değerlendirmek, kütüphanenin halkla ilişkileri açısından oldukça yararlı ve etkili bir çalışmadır.

### **4.3.4. Duyuru Panoları**

Başkent Üniversitesi Kütüphanesinde üç adet duyuru panosu bulunmaktadır. Duyuru panolarının ikisi kullanıcılara bilgi vermeye yöneliktir. Bunlardan biri kütüphanenin giriş

kısımındaki lobide yer almaktadır. Bu panoda kütüphaneye yeni gelen kitaplar, kütüphanenin abone olduğu veri tabanları, verilen hizmetlerle ilgili çeşitli duyurular ve üniversite genelinde yapılan seminer, konferans ve önemli gün ve haftalarla ilgili afişler ve posterler asılarak kullanıcılara duyuru yapılmaktadır. Kütüphaneye yeni gelen satın ve bağış kitaplar her ay düzenli olarak panoda güncellenmektedir.

Kütüphane duyuru panolarından bir diğeri müzik-sanat koleksiyonunun olduğu salonda yer almaktadır. Buraya da sanatla ilgili konulardaki konferanslar, seminerler, resim sergileri ile ilgili posterler ve afişler asılmakta, ayrıca da opera ve tiyatroların aylık programları takip edilerek kullanıcılara sunulmaktadır. Bu pano, sanatla ilgilenen okuyucuların çeşitli konularda bilgilendirilmesinde ve haberdar edilmesinde etkili olmaktadır.

Başkent Üniversitesi Kütüphanesinin üst katında beş oda, personelin çalışma ofisleri olarak ayrılmıştır. Bu nedenle, kütüphaneden üst kata çıkılan merdivenlerin yanına asılan pano personel içindir. Bu panoda da kurum içi halkla ilişkiler açısından önem taşıyan, personel ilişkilerini sağlayan önemli gün ve davetiyeler (evlilik, sünnet vs. gibi) asılmaktadır. Ayrıca, burada kütüphanecilik mesleğiyle ilgili çalışanları ilgilendirecek seminer ve konferans afişleri de asılarak kütüphaneciler bilgilendirilmektedir. Personelin aylık nöbet listesi de buraya asılmaktadır.

Kütüphanenin girişinde, kütüphaneye büyük miktarlarda bağış yapan kişilerin isimlerinin ve bağış yaptıkları tarihlerin yazılı olduğu büyük bir pano bulunmaktadır. Başkent Üniversitesine bağış yapan kişi ve gruplara bazı zamanlar kütüphanede teşekkür töreni düzenlenmiştir. 1997 yılında Amerikan Kütüphanesinden toplu bağış gelmiştir. Amerikan Kütüphanesi yöneticileri ve Başkent Üniversitesi personelinin ve ayrıca basınının da bulunduğu bir tören yapılmıştır. Bu törende Başkent Üniversitesi Kütüphanecileri Amerikan Kütüphanesine teşekkür etmişler ve onlara yemek vermişlerdir. Yine Gazeteci yazar Emin Çölaşan'ında kütüphaneye toplu bağışı olmuştur. Aynı şekilde, Emin Çölaşan'a teşekkür için kütüphanede basının da katıldığı teşekkür töreni düzenlenmiştir. Emin Çölaşan daha sonra bir köşe yazısında bağış kitaplar ve düzenlenen teşekkür töreniyle ilgili yazı yazmıştır. Bunların hepsi Başkent Üniversitesi Kütüphanesinde yapılmış olan halkla ilişkiler faaliyetlerinin göstergesidir.



#### 4.3.5. Duyuru ve Tanıtım Hizmetleri

Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde verilen hizmetler ve yapılan çalışmalarla ilgili çeşitli şekillerde duyuru ve tanıtım hizmetleri yapılmaktadır.

Başkent Üniversitesi kütüphanesi'nin web sayfası sürekli güncel tutulmaktadır. Kütüphanenin abone olduğu ve olacağı elektronik veri tabanları, deneme amaçlı açılan elektronik veri tabanları, kütüphaneye yeni gelen satın ve bağış kitaplar, kütüphane hakkındaki bilgiler (toplam materyal sayısı, ödünç alınan materyal sayısı, üye olanların sayısı vb. gibi) kütüphane web sayfasında bulunmaktadır ve otomasyon hizmetleri tarafından sayfa sürekli güncellenmektedir. Türkçe web sayfasının dışında İngilizce web sayfası da kullanıma açılmıştır. Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nin web sayfasında elektronik veri tabanlarının nasıl kullanılacağını anlatan Türkçe kullanım kılavuzları da bulunmaktadır.

Kütüphane yeni bir veri tabanına abone olduğunda ya da deneme amaçlı bir veri tabanı kullanıma açıldığında web sayfasının yanısıra e-posta yoluyla da üniversitenin bütün birimlerine kampus ve hastaneye sürekli duyurular yapılmaktadır.

Kütüphanenin tanıtımı, verilen hizmetler, abone olunan elektronik veri tabanları ve kullanımlarıyla ilgili çeşitli bölüm öğrencilerine tanıtım yapılmaktadır. Ayrıca hastaneden farklı bölümlerden gelen talepler üzerine, kütüphane yöneticisi ve referans hizmetleri sorumlusu birlikte çeşitli zamanlarda hastaneye giderek tanıtım yapmaktadırlar. Kampus içinde çeşitli fakültelere de bizzat gidilerek de tanıtım faaliyetleri sürmektedir. Kütüphaneye gelen kullanıcılara, özellikle öğrencilere bütün birimler anlatılmakta ve tanıtım turları yapılmaktadır. Verilen hizmetler, kütüphane kuralları, yaptırımlar, katalog programı, kullanıcıların bu programdan nasıl tarama yapacakları, veri tabanlarından nasıl yararlanacakları gibi konular tanıtım turlarında detaylı olarak anlatılmaktadır.

Tanıtım hizmetleri kapsamında, okuyucu hizmetleri salonunda kütüphaneye yeni gelen kitapların sergilendiği bir raf bulunmaktadır.

Kütüphanede verilen hizmetler, amaç, yararlanma koşulları, kütüphane kuralları ve yaptırımların anlatıldığı Başkent Üniversitesi Kütüphanesi Tanıtım ve Kullanım Kılavuzu

broşürü de kütüphaneye ilk defa gelen kullanıcılar ve yeni üye olanlar için, kütüphanenin tanıtımında önem taşımaktadır.

Kütüphaneye ilgili çeşitli şekillerde yapılan duyurular ve tanıtım faaliyetleri halkla ilişkilerin açısından kütüphanede etkili olmaktadır.

#### **4.3.6. Uyarı Yazıları**

Kütüphanede uyulması gereken kuralları anlatan, kullanıcıların kaynakları kullanırken yapmaları gereken unsurları gösteren yazılar kütüphanenin girişinde ve salonlarda asılmıştır.

Kütüphanenin girişinde vestiyer bulunmaktadır. Vestiyerde kütüphaneye girerken palto, çanta vb. gibi eşyaların bırakılmasını anlatan ve kıymetli eşyaların kullanıcıların yanlarına almaları gerektiğini gösteren uyarı yazıları mevcuttur.

Girişte ve kütüphane salonlarının içinde cep telefonlarının kapalı tutulması ile ilgili uyarı yazıları da dikkati çekmektedir.

Okuyucu salonunda, süreli yayınlar ve diğer salonlarda alınan kitapların kullanıldıktan sonra masaların üzerinde bırakılması gerektiğini belirten uyarı yazıları da bulunmaktadır.

Kütüphane içinde yer alan uyarı yazılarının dışında, kütüphane web sayfasında da çeşitli konularla ilgili uyarı yazıları yazılmaktadır. Ayrıca e-posta yoluyla da kullanıcılara kütüphane hakkında uyarı yazıları gönderilmektedir.

Uyarı yazıları, okuyucuların kütüphane kullanımında bilgilendirilmeleri ve çeşitli konularda dikkat etmeleri açısından önem taşımaktadır.

#### **4.3.7. Kütüphane Katalogu**

Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde BLISS-Unix kütüphane katalog programı kullanılmaktadır. BLISS-Unix kütüphane katalog programına kullanıcılar gerek kütüphaneye

gelerek bilgisayar terminallerinden ve gerekse evlerinden internetten ulaşıp kütüphane kaynaklarını tarayabilmekte ve kütüphane hakkındaki bilgilere buradan da erişebilmektedirler.

Katalog, özellikle kütüphanenin ödünç verme hizmetlerinde halkla ilişkiler hizmetlerini geliştirmek için etkili olan bir araçtır.

BLISS-Unix kütüphane katalog programı okuyucuların kütüphanedeki koleksiyonuna rahat ulaşabilmeleri için çeşitli şekillerde tarama imkanı sunmaktadır. Kullanıcılar konudan, yazardan, eser adından, kitabın sınıflama numarasından, yayınevinden tarama yapıp kütüphanede aradıkları kaynaklara ulaşabilmektedirler.

BLISS-Unix katalog programında tarama menülerinin yanısıra okuyucular için, “Üyeye Özel İşlemler” ve kütüphane hakkında bilgi alınabilecek “Kütüphane Bilgileri” menüsü de bulunmaktadır.

“Üyeye Özel İşlemler” menüsünde kullanıcılar kendi aldıkları şifrelerle üzerlerindeki yayınları ve ödünç ve iade tarihlerini görebilmekte ve uzatma işlemi yapabilmektedirler.

“Kütüphane Bilgileri” menüsünde kullanıcılar, Başkent Üniversitesi Kütüphanesi hakkında aradıkları bilgilere erişebilmektedirler. Kütüphanenin yerleşim düzeni, açık olduğu saatler, katalog taramasının kullanımı, referans hizmetleri, müzik-sanat koleksiyonu ve süreli yayımlarla ilgili bilgiler, kütüphane kullanım kuralları, kütüphaneye üyelik bilgileri, kitap ayırma ve yaptırımlar, Amerikan Kongre Kütüphanesi sınıflama sistemiyle ilgili bilgilere kullanıcılar erişebilmekte ve bilgi alabilmektedirler.

Katalog programı kütüphanedeki kaynaklara ulaşım açısından çok gerekli ve kütüphanenin tanıtımında etkili olan bir halkla ilişkiler aracıdır.

Başkent Üniversitesi Kütüphanesi’nde kullanıcıların kütüphanede yapılan işlem ve hizmetler hakkında fikirlerini almak amacıyla belirli zamanlarda anket uygulamaları yapılmaktadır.

Kütüphanede yazılı halkla ilişkiler araçlarından broşür, afiş ve diğer yazılı araçlar kullanılmaktadır. Mektup ve bayram kartları gibi yazılı araçların kullanımı da kurumlarla ve kullanıcılarla iletişim açısından önemlidir. Kütüphanede gazete, dergi, yıllık rapor gibi yazılı halkla ilişkiler araçları kullanılmamaktadır. Başkent Üniversitesi Kütüphanesi yazışmalarda antetli kağıt kullanılmaktadır. Bu da kütüphanenin tanıtımında etkili olmaktadır. Kullanıcılarla kütüphane çalışanları gerektiğinde yüz yüze, gerektiğinde de telefonda görüşmektedirler. Kütüphanede zaman zaman çeşitli veri tabanlarının kullanımı ve tanıtımı için toplantılar ve seminerler düzenlenmektedir. Kütüphane içindeki personelin ve kullanıcıların kütüphaneye gelerek toplantılara ve seminerlere katılımları sağlanmaktadır. Radyo, televizyon, film, video kaset, sergi, fuar, yarışma, açılış ve yıldönümü törenleri gibi görsel işitsel halkla ilişkiler araçları genelde kullanılmamaktadır.

Yukarıda saydığımız unsurların yanı sıra, halkla ilişkiler için önem taşıyan aydınlatma, temizlik, düzen, ısınma gibi diğer unsurlara da kütüphanede dikkat edilmektedir. Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde aydınlatma beyaz ışıklarla yapılmaktadır. Isınma kütüphane için yeterlidir. Yerler halı kaplıdır. Kütüphanenin temizliğine özen gösterilmektedir. Temizlik görevlileri tarafından günlük temizlik yapılmakta, haftalık olarak da genel temizlik yapılmaktadır.

Kütüphaneyi güzelleştirmek için peyzaj mimarları tarafından canlı görünümündeki büyük saksıdaki çiçekler okuyucu salonlara ve çeşitli birimlere yerleştirilmiştir. Bu çiçekler kütüphanenin daha hoş ve iç açıcı görünmesini sağlamak amacıyla konulmuştur.

Sonuç olarak; Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde, halkla ilişkilere yönelik yukarıda belirtilen çeşitli araçlar kullanılmakta ve çeşitli hizmetler verilmektedir.

Bir sonraki bölümde buraya kadar söz edilen halkla ilişkiler çalışmaları hakkında kütüphane kullanıcılarının düşünceleri değerlendirilecektir.

## 5. BÖLÜM

### BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Bu bölümde BÜ Kütüphanesi'nde gerçekleştirilen halkla ilişkiler etkinliklerine yönelik olarak uygulanan anket ile elde edilen kullanıcı görüşleri yorumlanacak, ayrıca, ilgili konulardaki kişisel gözlemlerimizde değerlendirmeye katılacaktır. Anket uygulamadaki temel amaç, BÜ Kütüphanesi'nde gerçekleştirilen halkla ilişkilerin kullanıcılarda kütüphaneye karşı bir ilgi, sempati ve güven yaratıp yaratmadığını ortaya koymaktır. Kuramsal bölümde de açıklandığı üzere, halkla ilişkiler programlarının temel hedefleri sözü edilen ilgi, sempati ve güvenin oluşturulmasıdır. Anket soruları ile BÜ Kütüphanesi'ne ilişkin bu sempati, ilgi ve güvenin ne ölçüde yaratıldığı ve eksiklikler var ise nedenlerin neler olduğu ortaya konmaya çalışılacaktır.

2'si açık uçlu olmak üzere toplam 23 sorudan oluşan "Başkent Üniversitesi Kütüphanesi'nde Halkla İlişkiler Kullanıcı Anketi" her aşamadaki öğretim üyesi ve öğrencilerden oluşan 200 kullanıcıya uygulanmıştır. Bu bölümde anket bulguları değerlendirilirken ilgili konudaki gözlemlerimiz de sunulacaktır.

Anket uygulanan kullanıcılarının örneklem gereği 162'si (%81,1) lisans öğrencisi, 15'i (%7,6) yüksek lisans ve doktora öğrencisi, 13'ü (%6,2) öğretim üye yardımcıları ve 10'u (%5,1) öğretim üyesidir.

#### 5.1. KULLANICILARIN\* BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ (BÜ) KÜTÜPHANESİ'Nİ KULLANMA SIKLIKLARI

BÜ Kütüphanesi'ndeki kullanıcıların kütüphaneye ne kadar sıklıkla geldikleri ve kullanıcı grubunun etkin olup olmadığını belirlemek amacıyla, öncelikle onların kütüphaneyi kullanım düzeyleri incelenmiştir. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'ni kullanım sıklıkları Tablo 4'de verilmiştir.

\* Anket uygulanan BÜ öğrenci ve öğretim elemanları

**TABLO 4. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'ni Kullanım Sıklıkları**

<b>Kullanım sıklığı</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Haftada birkaç kez ve daha fazla	55	27,5
Haftada bir kez	54	27,0
Ayda birkaç kez	58	29,0
İki ayda bir kez ve daha az	33	16,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 4 verilerine göre, BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının kütüphaneyi sık kullandıkları söylenebilir. Kullanıcıların yarıdan fazlası (%54,5) kütüphaneyi haftada en az 1 kez ve daha fazla kullanmaktadır. Zayıf kullanım anlamına gelen “2 ayda bir kez ve daha az” sıklığının en düşük yüzdeye (%16,5) sahip olduğu görülmektedir.

Bu tablo verilerine göre, kütüphanenin etkin bir kullanıcı grubuna sahip olduğu, dolayısıyla gerçekleştirilecek halkla ilişkiler etkinlikleri için alıcı bir kitlenin olduğu öne sürülebilir. Ayrıca, kullanıcıların çoğunlukla etkin kullanıcı olmaları anket ile kütüphanenin halkla ilişkiler etkinliklerine yönelik olarak elde edilmek istenen kullanıcı görüşlerinin görece daha güvenilir olacağı olasılığını artırmaktadır.

## **5.2. KULLANICILARIN BÜ KÜTÜPHANESİ'Nİ KULLANMAYI NASIL ÖĞRENDİKLERİ**

Uygulanan halkla ilişkiler etkinliklerinin, kullanıcıların kütüphaneyi kullanmayı öğrenmelerinde etkili olup olmadığı konumuz açısından büyük önem taşımaktadır. Kısaca belirtmek gerekirse, BÜ Kütüphanesi kütüphane kullanımını öğretme konusunda halkla ilişkiler çerçevesinde kütüphane tanıtım turları düzenlemekte ve kütüphane web sayfasında bilgiler sunmaktadır. BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının kütüphane kullanımını hangi yollarla öğrendikleri Tablo 5’de gösterilmiştir.

**TABLO 5. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi’ni Kullanmayı Nasıl Öğrendikleri**

<b>Kullanmayı nasıl öğrendikleri</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Kütüphanecilerden	45	22,5
Kütüphane tanıtım turundan	3	1,5
Kütüphane web sayfasından	8	4,0
Kendi çabalarımla	124	62,0
Diğer	20	10,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 5 verileri incelendiğinde, kullanıcılarının çok büyük bir bölümünün (%62,0) BÜ Kütüphanesi’ni kullanmayı kendi çabalarıyla öğrendiği anlaşılmaktadır. Bu konuda kütüphanecilerin katkısının %22,5 düzeyinde olduğu, kütüphane tanıtım turlarının ise, çok etkili olmadığı (%1,5) görülmektedir. Halkla ilişkilerde teknolojik bir araç olarak son dönemlerde öne çıkan web sayfasının da kütüphane kullanımını öğretmek açısından çok fazla katkı sağlayamadığı (%4,0) dikkati çekmektedir. Anket sorusunda “diğer” seçeneğini işaretleyen kullanıcıların büyük çoğunluğu kütüphane kullanımını arkadaşlarından ya da öğretmenlerinden öğrendiklerini belirtmişlerdir. Kütüphane kullanımını öğretmenin belirli ölçüde halkla ilişkiler olgusu içine girdiği göz önüne alınırsa, %62,0 oranı (kütüphane kullanmayı kendi çabasıyla öğrenenler), gerçekleştirilen halkla ilişkiler etkinliklerinin kütüphane kullanımını öğrenmeye yeterince katkısının olmadığı düşünülebilir.

Bu konuda gözlemlerimize dayanarak BÜ Kütüphanesi’nin kullanıcılara kütüphane kullanımını konusunda halkla ilişkiler çerçevesinde gerçekleştirdiği etkinliklerin yetersiz olduğu ve yeterince işlevsel olmadığını söyleyebiliriz. Dolayısıyla, bu konudaki gözlemlerimiz kullanıcı görüşleri ile tutarlı görünmektedir.

### **5.3. KULLANICILARIN BÜ KÜTÜPHANESİ’Nİ KULLANIRLARKEN GÜÇLÜK ÇEKİP ÇEKMEDİKLERİ**

Bu bölümde BÜ Kütüphanesi’nde verilen hizmetlerden kullanıcıların kolay yararlanıp yararlanmadıkları incelenmiş ve yararlanırken zorluk çektikleri konular belirlenmiştir.

Kullanıcıların kütüphaneden yararlanırken güçlük yaşayıp yaşamadıkları kütüphaneye karşı olan düşüncelerini büyük ölçüde belirleyeceği için, bu, halkla ilişkiler açısından önem taşımaktadır. Bu konuda güçlük çekmemeleri kütüphaneye ilişkin güven ve sempatiilerini artıracak, tersi azaltacaktır. Çektikleri güçlüklerin saptanması da halkla ilişkiler etkinliklerini geliştirme açısından önemli veriler anlamına gelecektir.

Tablo 6, kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'ni kullanırken güçlük çekip çekmediklerine ilişkin verileri içermektedir.

**TABLO 6. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'ni Kullanırlarken Güçlük Çekip Çekmedikleri**

<b>Kullanıcılar güçlük çekiyorlar mı?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	66	33,0
Hayır	81	40,5
Kısmen	53	26,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 6 verilerine bakıldığında, BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının önemli sayılabilecek bir bölümü kütüphaneyi kullanırken güçlük çekmektedir. Kullanıcıların % 33'ünün kütüphaneyi kullanırken tam olarak, % 26,5'inin de kısmen güçlük yaşadıkları anlaşılmaktadır. % 60'a yaklaşan bu oran kütüphaneye sempati duyulmasını olumsuz etkileyecek bir durum olarak yorumlanabilir. Kütüphaneyi rahat kullanamayan, bu konuda sıkıntı çeken kullanıcıların kütüphaneye ilişkin düşünceleri bazı güvensizlikler içerebilecektir. Önceki verilerde belirlenen ve kullanıcıların büyük ölçüde etkin kullanıcı olmalarına karşın kütüphane kullanımında güçlük yaşamaları kütüphanede gerçekleştirilen halkla ilişkiler etkinliklerinin bu konudaki yetersizliğini ortaya koymaktadır.

Çünkü, bir halkla ilişkiler programı için en önemli nokta kullanıcıların kendilerini kütüphanede rahat hissetmeleridir. Kütüphaneyi kullanırken kendisini rahat hissetmeyen kullanıcının kütüphane hakkında olumlu düşünme olasılığı düşecektir. Kullanıcıları etkin olan bir üniversite kütüphanesi için kullanıcılarının sadece % 40,5'inin bir



anlamda “sorunsuz” olması halkla ilişkiler açısından dikkate alınması gereken olumsuz bir durumdur.

Kullanıcıların kütüphane kullanımları sırasında kütüphaneci ve diğer personele kullanımla ilgili çok soru sorduklarını biz de gözlemledik. Dolayısıyla, bu konuda bir sıkıntı olduğu anlaşılmaktadır.

BÜ Kütüphanesi’nde kullanıcıların hizmetlerden yararlanırken çeşitli konularda güçlük çektikleri gözlenmiştir. Buna ilişkin verileri içeren tablo (Tablo 7) aşağıdadır.

**TABLO 7. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi’ni Kullanırken Çektikleri Güçlükler**

<b>Çekilen güçlükler</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Kaynak yetersizliği	27	13,5
Tarama bilgisayarlarının eski olması	10	5,0
Personelin ilgisizliği	3	1,5
Yerleşim alanının küçük olması ve çalışma alanı yetersizliği	17	8,5
Aranılan kitapların yerinde bulunamaması	13	6,5
Raf düzeninin iyi olmaması	5	2,5
Güçlük belirtmeyen	125	62,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 7 verilerine göre, kullanıcıların BÜ Kütüphanesi’nde yaşadıkları güçlükler arasında ilk sırayı gereksinim duydukları kaynakları bulamamak (%13,5) gelmektedir. Kullanıcılar için kütüphane alanının küçük ve yetersiz olması güçlük yaşamalarının ikinci önemli nedeni (%8,5) olarak görünmekte, bunu, yakın sayılabilecek oranda “aranılan kaynakların yerinde bulunamaması” (%6,5) izlemektedir. Bu güçlük nedenine seçenekler arasında yer alan “Raf düzeninin iyi olmaması” da eklenebilir. Bu durumda aranılan kaynakların bulunamaması % 9 gibi bir oranla önemli bir güçlük kaynağı olarak yorumlanabilir. Tarama bilgisayarlarının eski olması da (% 5) bir güçlük kaynağı olarak dile getirilmiştir. Kullanıcıların kütüphane personeli ile ilgili bir güçlük dile

getirmemeleri halkla ilişkileri açısından son derece olumlu bir durum olarak değerlendirilebilir.

Kullanıcıların kütüphane kullanımını konusunda çektikleri güçlüklerin kütüphanenin mekansal yetersizliğinde yoğunlaştığı anlaşılmaktadır. Halkla ilişkilerde mekanın hizmete uygunluğu son derece önemli bir gerekliliktir. BÜ Kütüphanesi'nde bu konudaki yetersizliği kullanıcı görüşleri yanı sıra gözlemlerimizle de anlaşılmıştır. Hatta, kanımızca kütüphane açısından acil çözüm bekleyen öncelikli sorun mekansal yetersizlik sorunudur. Bu mekanda ya da bu mekan için gerçekleştirilecek halkla ilişkiler etkinliklerinin yeterince işlevsel olamayacağı, en azından yeterince görülüp, algılanamayacağı söylenebilir.

#### **5.4. BÜ KÜTÜPHANESİ'NDE GERÇEKLEŞTİRİLEN İŞLEM VE HİZMETLER HAKKINDA KULLANICI GÖRÜŞLERİ**

Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'nde gerçekleştirilen işlem ve hizmetlere yönelik genel değerlendirmeleri, bu işlem ve hizmetleri genelde nasıl buldukları onların kütüphaneye ilişkin düşüncelerini doğrudan belirleyici niteliktedir. Kullanıcıların kütüphaneye karşı ilgi, sempati ve güven duymaları, büyük ölçüde onların kütüphanedeki işlem ve hizmetler hakkındaki düşüncelerine dayalı olacaktır.

Ayrıca, hızlılık, kolaylık ve dinamiklik halkla ilişkilerin temel ilkeleri arasında sayılmaktadır. Dolayısıyla, kütüphanenin bu öğeler açısından değerlendirilmesi çalışma konusu bakımından da önem taşımaktadır.

Bu konuda kullanıcı görüşlerini yansıtan verileri içeren tablo (Tablo 8) aşağıdadır.

**TABLO 8. BÜ Kütüphanesi'nin İşlem ve Hizmetleri Hakkında Kullanıcı Düşünceleri**

<b>İşlem ve hizmetler nasıl ?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Hızlı, kolay ve dinamik	76	38,0
Yavaş, zor ve hantal	13	6,5
Zaman zaman hızlı ve kolay, zaman zaman yavaş ve zor	111	55,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 8 verilerine göre, BÜ Kütüphanesi'ndeki işlem ve hizmetleri genelde yavaş, zor ve hantal bulan kullanıcı oranı oldukça düşük sayılabilir. (% 6,5). Buna karşın, bu işlem ve hizmetler için açıkça olumlu görüş bildirenlerin oranı da % 38'de kalmaktadır. Kullanıcıların yarından çoğu (%55,5) kütüphane işlem ve hizmetleri için olumsuzluk da içeren görüş bildirmektedir. Halkla ilişkiler açısından "kısmen olumlu, kısmen olumsuz" denilebilecek böyle bir seçeneğin olumsuz görüş bildirenlerle birlikte % 62'ye ulaşan düzeyi dikkati çekmektedir. Kısmen de olsa olumsuzluk içeren duygu ve düşüncelerle bir kuruma bütünüyle ilgi, sempati ve güven duyulabileceği söylenemez. Bu nedenle BÜ Kütüphanesi işlem ve hizmetleri hakkındaki kullanıcı düşüncelerinin niteliği, kütüphanenin halkla ilişkiler etkinliklerinin de yetersizliğini ortaya koyar nitelikte görünmektedir. Bir başka deyişle, kullanıcıların kütüphanedeki işlem ve hizmetlere yönelik değerlendirmeleri, onların kütüphaneye karşı güven duymalarını bütünüyle sağlayacak nitelikte değildir.

Gözlemlerimiz, kütüphanenin özellikle elektronik işlem ve hizmetlerle sözü edilen konudaki açığını kapatmaya çalıştığı yönündedir.

##### **5.5. KULLANICILARIN BÜ KÜTÜPHANESİ WEB SAYFASINI KULLANMALARININ KÜTÜPHANE HİZMETLERİNDEN YARARLANMALARINA ETKİSİ**

Kütüphane ile ilgili her türlü bilgilendirme için yoğun olarak kullanılmaya başlanan internet web sayfaları halkla ilişkilerin en son ve popüler aracı olduğu söylenebilir. Bir başka deyişle, son yıllarda kurumlar halkla ilişkiler etkinliklerini gerçekleştirmede

internet ve dolayısıyla web sayfalarından yoğun olarak yararlanmaktadır. BÜ Kütüphanesi web sayfasının kullanıcılar tarafından kullanılmasının onların kütüphane kullanımlarını nasıl etkilediğine yönelik veriler, web sayfasının bir halkla ilişkiler aracı olarak işlevselliğini ortaya koyacaktır.

**TABLO 9. Web Sayfasını Kullanmanın Kütüphaneden Yararlanmaya Etkisi**

<b>Web sayfası kullanmanız kütüphaneden yararlanmanızı olumlu etkiliyor mu?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	73	36,5
Hayır	20	10,0
Kısmen	44	22,0
BÜ Kütüphanesi web sayfasını kullanmıyorum	63	31,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 9 verilerinde dikkati çeken en önemli nokta, kullanıcıların % 31,5'inin BÜ Kütüphanesi web sayfasını kullanmıyor olmasıdır. Bu veri BÜ Kütüphanesi'nin web sayfasını bir halkla ilişkiler aracı olarak yeterince kullanamadığı biçiminde yorumlanabilir. Web sayfasını kullanmanın, kullanıcıların kütüphaneden yararlanmalarına yönelik etkisi değerlendirildiğinde, kullanıcıların % 36,5'inin web sayfasının kütüphane kullanımlarını olumlu etkilediğini, geri kalan % 32'lik bölümü de olumlu etkilemediğini ya da kısmen olumlu etkilediğini belirtmiştir. Genel bir değerlendirme yapacak olursak, BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının yaklaşık üçte biri web sayfasından yararlanmakta olduğunu ve bunun kütüphane kullanımlarını olumlu etkilediğini, geriye kalan % 63,5'lük bölümünün web sayfasını ya kullanmadığını, kullansa da olumlu etkisi olmadığını ya da kısmen olumlu etkisi olduğunu söylemektedirler. Web sayfasının etkili bir halkla ilişkiler aracı niteliğine ulaşamadığı anlaşılmaktadır. Oysa, gözlemlerimize göre BÜ Kütüphanesi web sayfası düzenli olarak güncellenmekte ve kütüphane ile ilgili gelişmeler kullanıcılara duyurulmaktadır. Ancak, sayfanın yeterli kullanım düzeyine ulaşamadığı ve dolayısıyla, BÜ Kütüphanesi halkla ilişkiler çalışmalarının web sayfası konusundaki kullanım yetersizliği sorununu aşamadığı söylenebilir.

## 5.6. BÜ KÜTÜPHANESİ'NDEKİ YER GÖSTEREN TABELA, YÖNLENDİRME VE KÜTÜPHANE KURALLARINI ANLATAN AÇIKLAMALARIN YETERLİLİĞİ

Bu başlık altında, BÜ Kütüphanesi'nde halkla ilişkiler araçları olarak kullanılan ve kullanıcıların kütüphaneden rahat yararlanabilmeleri için gerekli olan yer gösterici tabelaların, raflardaki yönlendirmelerin ve kütüphane kurallarını içeren açıklamaların yeterli olup olmadığına yönelik kullanıcı görüşleri incelenmiştir. Buna ilişkin bulgular aşağıda (Tablo 10'da) verilmiştir.

**TABLO 10. Yer Gösteren Tabela, Raf Yönlendirmeleri ve Kural Açıklamalarının Yeterli Olup Olmadığı**

Yer gösteren tabelalar, yönlendirmeler vb. yeterli mi?	Sayı	%
Evet	86	43,0
Hayır	41	20,5
Kısmen	73	36,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 10 verileri, kullanıcıların % 43 gibi yarıya yakın sayılabilecek bir oranının önemli halkla ilişkiler araçları sayılan tabela, yönlendirme levhaları ve kural açıklamalarının yeterli olduğunu söylemelerine karşın, sözü edilen araçları yetersiz ya da kısmen yeterli bulanların oranı yarıyı aşmaktadır (% 57). Ciddi bir halkla ilişkiler çalışmasının dikkatini olumsuz ve yarı olumlu/olumsuz seçeneklere yoğunlaştırmak zorunda olması gerektiği daha önce de belirtilmişti. Dolayısıyla, geleneksel halkla ilişkiler araçları sayılan tabela, levha vb'nin çoğunlukla yetersiz ya da kısmen yeterli olarak değerlendirilmesi BÜ Kütüphanesi halkla ilişkiler çalışmaları adına bu konuda, “bir yetersizlik söz konusudur” biçiminde yorumlanabilir. Kişisel olarak da bu yetersizlik gözlemlenmiştir. Örneğin, kütüphane krokisi ve personel ofisleri ile ilgili yönlendirmeler bulunmamaktadır ya da yetersiz kalmaktadır.

## 5.7. BÜ KÜTÜPHANE BİNASININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde BÜ Kütüphane binasının estetik ve iç açıcı olup olmadığı, temizliği, düzenliliği, aydınlatılması ve ısınması ile ilgili kullanıcı değerlendirmelerine yönelik verilere yer verilmiştir. Hizmet verilen bir binanın ferah, aydınlık, sıcak, havalandırılıyor olması yani iç açıcı ve estetik olması halkla ilişkiler açısından önemsenmesi gereken bir durumdur. Kullanıcıların kütüphane hakkında olumlu tutum ve düşüncelere sahip olması ve kuruma güvenmeleri halkla ilişkiler çalışmalarının temel amaçlarından birisidir. Kullanıcıların kütüphane hakkında sözü edilen nitelikte düşüncelere sahip olabilmeleri ve o kuruma güvenebilmeleri için bina özelliklerinin uygun olması büyük önem taşımaktadır. Kötü tasarımlanmış, iyi ısıtılamayan ve havalandırılmayan, düzensiz ve temizlik sorunu olan bir kütüphanenin kullanıcılar da sempati yaratması beklenemez.

### 5.7.1. BÜ Kütüphane Binasının Sağlamlığı, Estetikliği ve İç Açıcılığı

Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'nin sağlam, iç açıcı ve estetik olup olmadığına yönelik düşünceleri, yukarıda da açıklandığı üzere halkla ilişkiler açısından değerlendirilmesi gereken bir konudur. Bu konuya ilişkin kullanıcı düşüncelerini içeren veriler Tablo 11'de verilmektedir.

**TABLO 11. BÜ Kütüphane Binasının Sağlam, Estetik ve İç Açıcı Olup Olmadığı**

Bina sağlam, estetik ve iç açıcı mı?	Sayı	%
Evet	34	17,0
Hayır	117	58,5
Kısmen	49	24,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 11 verilerine göre, kullanıcıların yarısından fazlası (%58,5) kütüphaneyi sağlam, estetik ve iç açıcı bulmamaktadır. Bina hakkında kısmen olumlu düşünenlerle (%24,5) birlikte bu oranın % 83'e ulaşması oldukça dikkat çekicidir. Bu, kütüphanenin

kullanıcılara yansıyan estetik görüntüsünün son derece olumsuz olduğu anlamına gelir. Bu değerlendirmeye dayanarak BÜ Kütüphanesi'nin estetik açıdan kullanıcılara güven vermediği, bir başka deyişle, kullanıcıların BÜ Kütüphane binasını ilgi çekici ve sempatik bulmadıkları söylenebilir. Bu sonuç halkla ilişkiler açısından olumsuz bir duruma da işaret etmektedir.

BÜ Kütüphane binasını incelediğimizde, sağlamlık açısından, estetik yönden ve ferah çalışma alanları, iç açıcı ortam, aydınlatma, ısınma ve havalandırma bakımlarından olumlu bir görüntü çizmediğini görmekteyiz. Kütüphane, mekan olarak da çok küçüktür. Bundan doğan kullanım zorluklarından dolayı kullanıcılar diğer kütüphanelere yöneldiklerini söylemektedirler. Ayrıca, kullanılan mekanların ofisler ve okuma salonları ile iç içe olması kullanıcılarla pek çok sorunların yaşanmasına neden olmaktadır. Bu tür sorunlar da kütüphanenin görüntüsüne halkla ilişkiler açısından zarar vermektedir.

### 5.7.2. BÜ Kütüphane Binasının Temizliği

Estetiklik gibi temizlik de kullanıcıların kütüphaneye ilişkin düşüncelerini etkileyen bir unsurdur. Sıradan bir konu gibi görünmesine karşın temizlik kurumun halkla ilişkiler çalışmalarının başarısı açısından dikkat edilmesi gereken son derece önemli bir noktadır. Kullanıcıların bu konuda BÜ Kütüphanesi'ne ilişkin düşünceleri Tablo 12'de sunulmuştur.

**TABLO 12. BÜ Kütüphane Binasının Temiz Olup Olmadığı**

<b>Kütüphane temiz mi?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	168	84,0
Hayır	4	2,0
Kısmen	28	14,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 12 verileri incelendiğinde, BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının çok büyük bir bölümünün (% 84) kütüphaneyi temiz bulduğu anlaşılmaktadır. Temizlik açısından kütüphanenin iyi durumda olduğu ortaya çıkmaktadır. Bir başka deyişle, kullanıcılar kütüphanenin temizlik açısından sorunsuz bir kurum olduğunu düşünmektedirler.

Gözlemlerimiz sonucu kütüphanenin temizliğine kurumun son derece önem verdiği, temizlik görevlilerince ofislerde her gün, haftada bir de mutlaka kütüphanede genel temizlik yapıldığı görülmektedir. Halkla ilişkiler açısından incelediğimizde kütüphanenin temizlik ve bakım unsurlarına dikkat ettiği anlaşılmaktadır.

### 5.7.3. BÜ Kütüphanesi'nin Düzenliliği

Kullanıcıların kütüphane hakkında olumlu düşüncelere sahip olmalarını sağlayacak önemli unsurlardan bir diğeri de kurumun düzenli olup olmadığıdır. Bu konudaki kullanıcı düşünceleri Tablo 13'de verilmiştir.

**TABLO 13. BÜ Kütüphanesi'nin Düzenli Olup Olmadığı**

<b>Kütüphane düzenli mi?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	96	48,0
Hayır	28	14,0
Kısmen	76	38,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 13 verilerine göre, BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının çoğunluğu kütüphaneyi düzenli bulmaktadır. Kütüphaneyi düzenli bulan ya da kısmen düzenli bulanların oranı % 86'dır. Kullanıcıların çok az bir kısmı (% 14,0) düzensiz olduğunu düşünmektedir. Kütüphanede halkla ilişkilerdeki düzenlilik unsuruna özen gösterildiği tespit edilmiştir.

Gözlemlerimize göre, BÜ Kütüphanesi'nin düzenli olduğu, çalışma salonlarındaki eşyaların uygun ve kullanışlı biçimde yerleştirildiği, bilgisayar ve diğer araçların uygun yerlere konulduğu düşünülebilir. Ancak, BÜ Kütüphanesi düzen konusunda bazı



açılardan eksik kalmaktadır. Örneğin, mekanların birbirine çok yakın ve iç içe olması, kullanıcı çalışma salonlarının bir bölümünün kütüphanenin dışında bir yerde bulunması, salonlardaki personel ofislerinin kullanıcılarla yan yana olması, kapalı ofislerin olmayışı düzen açısından olumsuzluklar olarak göze çarpmaktadır.

BÜ Kütüphanesi binasının özelliklerini genel olarak değerlendirirsek, kütüphane estetiklik, aydınlatma ve iç açıklık yönünden yetersiz, mekan açısından dar ve sıkıntılı olmasına karşın temizlik ve düzen açısından iyi olduğu söylenebilir. Kütüphane binası olarak yapılmış bağımsız bir mekanın olmaması en önemli eksikliktir. Halkla ilişkiler açısından kütüphanenin bazı özellikleri itibariyle olumsuz düşüncelere neden olabileceği fakat temizlik ve düzen gibi unsurlar açısından olumlu görüldüğü söylenebilir.

#### **5.8. BÜ KÜTÜPHANESİ'NİN İŞLEM VE HİZMETLERİNİ GERÇEKLEŞTİRMEDE KULLANICILARIN FİKİRLERİNİ ALIP ALMADIĞI**

Halkla ilişkilerin en önemli ilke ve uygulamalarından birisi hizmet verilen kitlenin kurum ile ilgili fikirlerinin alınmasıdır. Bu uygulama ile kullanıcıların hem kendilerini o kuruma ait hissetmeleri, yani örgüt kültürünün oluşması, hem de onların fikirleri doğrultusunda hizmette yenilikler gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi hizmetleri ile ilgili kendilerinden fikir alınıp alınmadığına dair düşüncelerini içeren veriler aşağıda verilmiştir.

**TABLO 14. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi İşlem ve Hizmetleri İle İlgili Fikirlerinin Alınm Alınmadığı**

	Sayı	%
<b>Kütüphane işlem ve hizmetleri ile ilgili olarak fikriniz alınıyor mu?</b>		
Evet	62	31,0
Hayır	65	32,5
Kısmen	73	36,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 14 verilerine göre, kullanıcıların yalnızca % 31'i kütüphane hizmetlerine ilişkin olarak kendilerinden fikir alındığını belirtmiştir. Bu konuda fikrinin alınmadığını söyleyenlerle kısmen alındığını belirtenlerin oranı % 69' a ulaşmaktadır ki bu oldukça yüksek bir orandır. Bu durum halkla ilişkiler açısından olumsuz bir görüntüye işaret etmektedir. Bu verilere göre, BÜ Kütüphanesi'nin halkla ilişkiler çalışmaları gereği fikirlerini alma konusunda kullanıcılara yeterince ulaşamadığı, bu konuda yeterli işbirliğini sağlayamadığı söylenebilir. Bir başka deyişle, BÜ Kütüphanesi'nin halkla ilişkiler açısından işbirliği ilkesini uygulamaya geçirme yönünde zayıf kaldığı anlaşılmaktadır.

Gözlemlerimize göre de BÜ Kütüphanesi'nde kullanıcılara verilen hizmetler konusunda yeterli işbirliğinin yapılmadığı görülmektedir. Kütüphanede kullanıcının fikirlerini ve düşüncelerini, şikayetlerini anlamak amacıyla istek-şikayet kutusu, şikayet defteri vb. gibi araçlar bulunmaktadır. Fakat bunlar kullanıcıların istek ve düşüncelerini öğrenmek için yeterli olmamaktadır. Anket çalışmaları da düzensiz aralıklarla yapılmaktadır.

## **5.9. BÜ KÜTÜPHANESİ'NDE VERİLEN HİZMETLERLE İLGİLİ BİLGİLENDİRMELER**

Bu bölümde üç alt başlık altında BÜ Kütüphanesi tarafından yapılan bilgilendirmelerin güvenilir olup olmadığı, kullanıcıların nasıl bilgilendirildikleri ve yapılan bilgilendirmelerin yeterliliği incelenmiştir. Kullanıcıların kütüphane hizmetleri

hakkında bilgilendirilmeleri halkla ilişkiler açısından son derece önemli bir konudur. Kuruma karşı güven ve sempati duygusunun oluşmasında yapılan uygulamalar ve verilen hizmetlerle ilgili çeşitli yollarla ve düzenli zaman aralıkları ile yapılan bilgilendirmelerin güçlü bir etkisi vardır.

### **5.9.1 Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi İşlem ve Hizmetleri Hakkında Nasıl Bilgilendirildikleri**

BÜ Kütüphanesi'nin hizmetler ve uygulamaları hakkında bilgilendirmek amacıyla kullandığı halkla ilişkiler araçları ve gerçekleştirdiği halkla ilişkiler etkinliklerinin kullanıcılar tarafından hangi ölçüde tercih edildiği çalışmamız açısından değerlendirilmesi gereken bir konudur.

**TABLO 15. Kullanıcıların Kütüphane Hizmetleri Hakkında Nasıl Bilgilendirildikleri**

<b>Kütüphane hizmetleri hakkında nasıl bilgileneyorsunuz?</b>	<b>Sayı*</b>	<b>%</b>
Kendim kütüphaneye gelerek	130	65,0
İnternet (e-posta yoluyla yapılan duyurular)	83	41,5
Duyuru panosu	76	38,0
Afiş, pankart, el ilanı, broşür	64	32,0
Yüz yüze görüşme, telefon	22	11,0
Kütüphanenin fakültelere ve bölümlere yaptığı tanıtıcı hizmetler	20	10,0
Radyo, televizyon	8	4,0
Yıllık rapor	4	2,0
Tören, toplantı	4	2,0

Tablo 15'deki verilere göre, kullanıcıların büyük bölümü (%65,0) kütüphanenin bilgilendirme etkinlik ve araçlarından yararlanamamaktadır. Bir başka deyişle, kütüphane kullanıcısının yaklaşık üçte birini hizmetleri ile ilgili olarak bilgilendirebilmektedir. Bu önemli bir orandır. Bilgilendirme araçları içinde en çok kullanılan ve işlevsel görünen internettir (%41,5). Yani bilgi teknolojisine dayalı halkla ilişkilerin daha etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bunu geleneksel diyebileceğimiz duyuru panosu (%38,0), afiş, pankart, el ilanı vb. (%32,0) izlemektedir. Yüz yüze görüşme (%11,0) ile kütüphanenin fakülte ve bölümlere giderek yaptığı tanıtımların (%10,0) çok etkili olamadığı, radyo ve televizyon gibi önemli araçlardan ise neredeyse hiç yararlanılmadığı (%4,0) görülmektedir. En az etkili halkla ilişkiler aracı olarak da yıllık raporlar (%2,0) ve tören-toplantılar (%2,0) yer almaktadır. Kütüphanede halkla ilişkilerin kullanıcıların üçte birine hiç ulaşamaması olumsuz bir durumken, ulaştıklarında da internetin temel araç olması son teknolojik ürünü kullanma açısından

\* Kullanıcılar birden fazla seçenek işaretlemişlerdir. En çok işaretlenenden en az işaretlenen seçeneğe doğru bir sıralama yapılmıştır.

olumlu karşılanabilir. Ancak, verilerden her kullanıcıya aynı yolla ulaşılamayacağı da anlaşılmaktadır. Yaygın gibi görünen internetin 100 kişiden 41 kişiye erişme olanağı sağlıyor olması ya bu konuda gerekli uygulamaların eksik olduğunu ya da geleneksel yolların yeterince işlevsel kılınmadığını göstermektedir. Ancak, sonuç olarak, BÜ Kütüphanesi'nin hizmet ve uygulamalarını duyurmada halkla ilişkiler araçlarını yeterli ve dengeli biçimde kullanabildiği söylenemez.

### 5.9.2. BÜ Kütüphanesi'nde Verilen Hizmetlerle İlgili Bilgilendirmelerin Güvenirliği

Bir önceki bölümde kullanıcıların kütüphane hizmetleri ile ilgili olarak çeşitli araçlarla bilgilendirilmelerinin halkla ilişkiler açısından önemi belirtilmişti. Kullanıcıların bilgilendirme için hangi aracı tercih ettiklerinin yanı sıra ve belki de daha önemlisi kütüphane hakkında kendilerine iletilen bilgilerin doğruluğuna ve güvenirliliğine inanıp inanmadıklarıdır. Halkla ilişkiler çalışmalarında iletilen bilgiye güven duyulması temel ilkeler arasında yer almaktadır. Çünkü, kuruma karşı güven öncelikle kurumun kendilerine ilettiği bilgilere olan güvene dayandığı söylenebilir. BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının bu konudaki düşüncelerini içeren tablo aşağıdadır.

**TABLO 16. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi İle İlgili Yapılan Bilgilendirmelere İnanıp İnanmadıkları**

<b>BÜ Kütüphanesi ile ilgili bilgilendirmelere inanıyor musunuz?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	104	52,0
Hayır	32	16,0
Kısmen	64	32,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 16 verilerine göre, kullanıcıların yaklaşık yarısı (% 52) BÜ Kütüphanesi'nin, hizmetleri ile ilgili olarak yaptığı bilgilendirmelere güven duymaktadır. Bu, olumlu bir durum olarak değerlendirilmekle birlikte, BÜ Kütüphanesi tarafından yapılan bilgilendirmelere kullanıcıların % 48'inin tamamen ya da kısmen güvenmiyor olması, üzerinde dikkatle durulması gereken bir durumdur. Bir başka deyişle, BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının yaklaşık yarısı yapılan bilgilendirmelerin doğruluğuna inanırken, diğer yarısı tam anlamıyla inanmamaktadır. Halkla ilişkiler çalışmaları açısından burada dikkate alınarak, üzerine gidilmesi gereken boyut sözü edilen konuda olumsuz düşünce bildirenler olmak durumundadır. BÜ Kütüphanesi'nin yaptığı bilgilendirmelere kullanıcıların yarıya yakınının tam olarak güvenmiyor oluşu, kütüphanenin halkla ilişkiler çalışmaları açısından başarısının da ele alınan konu itibariyle yarıya yakın olduğu biçiminde yorumlanması yanlış olmayacaktır.

Yapılan incelemeler sonucu kütüphanede verilen hizmetler ve yenilikler kullanıcılara dürüst bir şekilde duyurulmakta, kütüphanede yapılan aylık, yıllık raporlar ve istatistikler personel tarafından tespit edilmekte ve aylık toplantılarda alınan kararlar bir deftere yazılarak uygulamaya geçirilmesi sağlanmaktadır. Bu yapılan istatistiksel çalışmalar ile, kütüphane hizmetlerinin ve yapılan faaliyetlerin güvenilirlik ve inandırıcılık ilkelerini benimsediği gözlenmiştir.

### **5.9.3. BÜ Kütüphanesi'nin İşlem, Hizmet ve Kuralları Hakkında Kullanıcılarını Bilgilendirme Yeterliliği**

Kullanıcıların, önceki bölümde değerlendirilen kütüphanenin, hizmetlerine ilişkin yaptığı bilgilendirmeleri güvenli bulması kadar, yeterli, doyurucu ve işe yarar (işlevsel) bulması da halkla ilişkiler açısından önem taşımaktadır. BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının kütüphane işlem ve hizmetleri ile ilgili olarak yapılan bilgilendirmeleri yeterli bulup bulmadıklarına ilişkin düşüncelerini içeren veriler Tablo 17'de yer almaktadır.

**TABLO 17. BÜ Kütüphanesi'nin İşlem, Hizmet ve Kurallar Hakkında****Kullanıcıları Bilgilendirme Yeterliliği**

<b>Kütüphanenin işlem ve hizmetleri ile ilgili yaptığı bilgilendirme yeterli mi?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Evet	67	33,5
Hayır	43	21,5
Kısmen	90	45,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 17 verilerine göre, kullanıcıların sadece üçte biri (% 33,5) işlem ve hizmetler ile ilgili olarak kütüphanenin yaptığı bilgilendirmeleri yeterli bulmaktadır. Bu güvenle ilgili verilerden daha olumsuz bir durumu ifade etmektedir. Kullanıcıların en büyük çoğunluğu (% 45,0) “kısmen” seçeneğini işaretlemiştir. Ancak diğer bir açıdan bakacak olursak, kullanıcıların % 66,5'i (“kısmen” ve “hayır” diyenlerin toplam oranı) kütüphanenin işlem ve hizmetlere ilişkin olarak verdiği bilgileri ya da yaptığı bilgilendirmeleri tam anlamıyla yeterli bulmamaktadır. Bu durum, halkla ilişkiler açısından olumsuz bir duruma işaret etmektedir. Zira, halkla ilişkilerin en önemli ilkesi işlem ve hizmetlerle ilgili yeterli bilgilendirmeler yaparak, kuruma karşı güven duygusu yaratmaktır. Bu nedenle, bir önceki bölümde belirlenen güven eksikliğinin belli ölçüde bilgilendirmedeki yetersizlikten kaynaklandığı düşünülebilir. Bir başka deyişle, BÜ Kütüphanesi'nin işlem ve hizmetleri ile ilgili bilgilendirmelerinin yetersiz olması kullanıcılarda kütüphaneye karşı güvensizlik yaratabilmektedir.

Bir başka soruya alınan yanıtlara göre, bu bilgilendirmelerin yapıldığı duyuruların da (internet, afiş, duyuru panosu vb.) kullanıcıların sadece % 28'i tarafından yeterli bulunduğu anlaşılmıştır. Dolayısıyla, BÜ Kütüphanesi tarafından yapılan gerek bilgilendirmeler gerekse kullanılan bilgilendirme araçları büyük çoğunluk tarafından yetersiz bulunmaktadır.

BÜ Kütüphanesi'nde verilen hizmetlerle ilgili duyurular yapılmaktadır ama yetersiz kalmaktadır. Bu konu ile ilgili eksiklikler ve olumsuzluklar tarafımızdan da gözlenmiştir.

### 5.10. KULLANICILARIN KÜTÜPHANEDEKİ YENİLİKLERE KARŞI İLGİLERİ

Halkla ilişkiler çalışmalarının temel amaçlarından birisi kullanıcılarda o kuruma karşı ilgi yaratmak ve bu ilgiyi canlı tutmaktır. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi işlem ve hizmetlerinde gerçekleştirilen yenilikleri merak etmelerinin sözü edilen ilginin varlığına işaret edeceği düşünülmüştür. Buna ilişkin veriler Tablo 18'de yer almaktadır.

**TABLO 18. Kullanıcıların Yenilikleri Merak Edip Etmediği**

Kütüphane hizmetlerindeki yenilikleri merak ediyor musunuz?	Sayı	%
Evet	64	32,5
Hayır	107	14,5
Kısmen	29	53,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 18 verileri, kullanıcıların yalnızca % 32,5'inin kütüphanedeki işlem ve hizmetlerindeki yeniliklere, dolayısıyla bir anlamda kütüphaneye ilgi duydukları anlaşılmaktadır. Çoğunluğun (% 53,0) kısmen ilgi duyduğu (ya da duymadığı) görülmektedir. Kütüphane hizmetlerindeki yeniliklere ilgi duymayanlarla (% 14,5), kısmen ilgi duyanların oranı % 67,5'e ulaşmaktadır. Bu oran kullanıcıların BÜ Kütüphanesine karşı ilgi eksikliğinin olduğunu ortaya koymaktadır.



### 5.11. BÜ KÜTÜPHANESİ'NİN İŞLEM VE HİZMETLERİ HAKKINDA KULLANICILARINI BİLGİLENDİRMESİNİN KULLANIMA ETKİSİ

Halkla ilişkilerin genel amacı kullanıcılarda olumlu düşünceler geliştirerek kurumun kullanımını, yararlanmayı artırmaktır. Bu bölümde BÜ Kütüphanesi'nin, işlem ve hizmetleri hakkında yaptığı bilgilendirmelerin kullanıcıların kütüphane kullanımını nasıl etkilediği değerlendirilecektir. Bu bir anlamda halkla ilişkiler çalışmalarının kütüphane açısından yararı olup olmadığını ortaya koyacaktır.

**TABLO 19. İşlem ve Hizmetler Hakkında Haberdar Etmenin Kütüphane Kullanıma Etkisi**

<b>Kütüphanedeki işlem ve hizmetlerden haberdar edilmeniz kütüphane kullanımınızı nasıl etkiliyor?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Olumlu etkiliyor	156	78,0
Etkilemiyor	41	20,5
Olumsuz etkiliyor	3	1,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 19 verilerine göre, kullanıcıların % 78'i işlem ve hizmetleri hakkında kütüphane tarafından yapılan bilgilendirmelerin, kütüphane kullanımını olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir. Oldukça yüksek olan bu oran halkla ilişkilerin (bilgilendirmenin) kütüphane açısından ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu tür bilgilendirmelerin kütüphane kullanımını etkilemediğini söyleyen % 20,5'lik kullanıcı grubu bunun nedeni olarak, genelde, "kütüphaneye zaten geldiklerini ve bilgilendirme yapılsa da geleceklerini" belirtmişlerdir.

Kuşkusuz, burada % 78,0 oranı BÜ Kütüphanesi'nin gerçekleştirdiği halkla ilişkiler çalışmalarının bu oranda etkili olduğu biçiminde yorumlanamaz. Kullanıcıların çok

büyük çoğunluğu bilgilendirmelerin kütüphane kullanımlarını olumlu etkilediğini belirtirken, bu oranın içinde yer alanların büyük bölümü önceki bölümlerde değerlendirildiği üzere bu bilgilendirmelerde güven, ilgi eksikliği duyduğunu ve yetersiz bulduğunu belirtmiştir. Bu tablodaki veriler BÜ Kütüphanesi'nde halkla ilişkilere gereksinim duyulduğu ve halkla ilişkiler çalışmalarının kütüphane kullanımı açısından önemli olduğu biçiminde algılanmalıdır.

Gözlemlerimiz ve yaptığımız görüşmelerde kullanıcılar bilgilendirmelerin kendileri için çok önemli olduğunu ancak bu konuda yetersizlikler bulunduğunu dile getirmişlerdir.

## 5.12. BÜ KÜTÜPHANESİ'NİN KULLANICILARIN BİLGİ GEREKSİNİMLERİNİ KARŞILAMA DURUMU

Kütüphane, ancak kullanıcıların bilgi gereksinimlerini tam anlamıyla karşılayarak onlarda halkla ilişkilerin temel ilkelerinden olan “kuruma ilişkin güven duygusunun oluşmasına” katkıda bulunabilir. Bu amaçla sorulan soruya alınan yanıtları içeren tablo aşağıdadır.

**TABLO 20. Kütüphanenin Kullanıcıların Bilgi Gereksinimlerini Karşılıyıp Karşılamadığı**

<b>BÜ Kütüphanesi bilgi gereksinimlerinizi ne kadar karşılayabilmektedir?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Tamamen karşılamaktadır	28	14,0
Kısmen karşılamaktadır	148	74,0
Genelde karşılayamamaktadır	24	12,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 20 verilerine göre, kullanıcıların sadece % 14'ü BÜ Kütüphanesi'nin bilgi gereksinimlerini tam olarak karşılayabildiğini belirtmiştir. Kütüphanenin, bilgi gereksinimlerini karşılayamadığını belirtenlerin oranı (%12) ile “kısmen karşılayabildiğini” dile getirenlerin oranının (% 74) toplamı % 88'e ulaşmaktadır ki, bu, kütüphane açısından son derece olumsuz bir durumu ifade etmektedir. Bu veriler, BÜ Kütüphanesi kullanıcıların bilgi gereksinimlerini büyük ölçüde tam anlamıyla karşılayamamaktadır” biçiminde yorumlanabilir. BÜ Kütüphanesi'nin bu tablo ile kullanıcılarda tam olarak güven duygusu yaratması zor görünmektedir. Ayrıca, kütüphaneye ilişkin bu yetersizlik düşünceleri değişmediği sürece halkla ilişkiler açısından yapılacakların etki gücü de sınırlı olacaktır. Kullanıcılarda kütüphanenin temel işlevi (bilgi gereksinimlerini karşılama) ile ilgili genel bir yetersizlik düşüncesi bulunmaktadır. Bu, onların kütüphaneye ilişkin ilgi, sempati ve güven duygularını olumsuz etkileyebilir. Halkla ilişkiler çalışmalarının amacına ulaşabilmesi (kullanıcılarda kuruma ilişkin olumlu düşünceler yaratmak) için öncelikle hizmetlere yönelik bu temel sorunun ya da yetersizliğin giderilmesi gerekmektedir.

Gözlemlerimize göre, kullanıcılar bilgi gereksinimlerini BÜ kütüphanesi'nden yeterince karşılayamadıkları için başka kütüphanelere gitmektedirler. Bu durum, kütüphanenin halkla ilişkiler çabalarını olumsuz yönde etkilemektedir.

### **5.13. BÜ KÜTÜPHANESİ'NDE ÇALIŞAN PERSONEL HAKKINDA KULLANICILARIN DÜŞÜNCELERİ**

Kullanıcıların kütüphane hakkında sahip olacakları düşüncelerin niteliğini belirleyecek başlıca unsurlardan bir tanesi kütüphane personelidir. Dolayısıyla, personel, kütüphane halkla ilişkiler çalışmalarının üzerinde titizlikle durulması gereken parçalarından birisidir. Personel hakkında olumlu düşünen kullanıcıların kütüphane hakkında da olumlu düşünme olasılıkları yüksek olacaktır. Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi personeline yönelik düşünceleri aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

**TABLO 21. BÜ Kütüphane Personeli Hakkında Kullanıcıların Düşünceleri**

<b>Personel hakkındaki düşünceler</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Kullanıcılara her zaman yardımcı olmaktadırlar	151	75,5
Kullanıcılara güleryüzlü davranmaktadırlar	107	53,5
Mesleklerinde bilgili ve tecrübelidirler	78	39,0
Okuyuculara ilgisiz davranmakta ve yardımcı olmamaktadırlar	26	13,0
Diğer	11	5,5

Tablo 21 verilerine göre, kullanıcıların büyük bölümü (% 75,5) kütüphane personelinin kendilerine yardımcı olduğunu düşünmektedir. Kullanıcıların % 53,5’u personelin güler yüzlü davrandığını ve % 39’uda onların mesleklerinde bilgili ve deneyimli olduklarını belirtmektedirler. Yani, kullanıcıların çok büyük çoğunluğu kütüphane personeli hakkında olumlu düşüncelere sahip görünmektedir. Personel hakkında olumsuz düşünenlerin oranı son derece düşüktür (% 13,0). Anket sorusunda “diğer” seçeneğini işaretleyen kullanıcıların büyük çoğunluğu personelin bazen ilgili bazen de ilgisiz olduklarını belirtmişlerdir. Bu verilere göre, BÜ Kütüphanesi’nde halkla ilişkiler açısından buraya kadar incelenen unsurlar itibariyle en olumlusu personeldir.

Gözlemlerimize göre de, BÜ Kütüphane personeli kullanıcılarına karşı her zaman ilgili davranmakta ve güleryüz göstermektedir. Onlar, kullanıcılardan gelen yardım istekleriyle anında ilgilenmekte ve çözüm üretmeye çalışmaktadırlar. Kullanıcıların kendi ihtiyaçları dışında bireysel olarak kütüphaneye gelerek kütüphane personeliyle sohbet ettikleri de gözlenmiştir. Bütün bunlar halkla ilişkilerde personel kullanıcı ilişkisinin başarılı bir görünüm sergilediğini göstermektedir.

#### 5.14. KÜTÜPHANENİN BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ İÇİN ÖNEMİ KONUSUNDA KULLANICI DÜŞÜNCELERİ

Aşağıda sunulan tabloya veri sağlayan “Sizce, kütüphane BÜ için ne kadar önemlidir?” sorusu kullanıcıların genel anlamda kütüphanenin eğitim gördükleri üniversite için önemini bilincinde olup olmadıklarını ortaya koymak amacıyla sorulmuştur. Kullanıcıların hizmetinden yararlandıkları bir kurumun yaşamları için önemli olduğuna yönelik düşüncelere sahip olmaları halkla ilişkilerin temel hedeflerinden birisidir. Kullanıcıların kütüphanenin üniversite için önemine inanıp inanmamaları onların bir ölçüde kütüphane bilinçleri için de gösterge niteliği taşımaktadır.

**TABLO 22. Kütüphanenin Başkent Üniversitesi İçin Önemi Konusunda Kullanıcı Düşünceleri**

Kütüphane ne kadar önemli?	Sayı	%
Çok önemli	149	74,5
Önemli	30	15,0
Kısmen önemli	16	8,0
Önemli değil	5	2,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 22 verilerine göre, kullanıcıların büyük bölümü (% 74,5) kütüphanenin BÜ için “çok önemli”, % 15’i de “önemli” olduğunu düşünmektedir. “Kısmen önemli” diyenlerle “önemli değil” diyen kullanıcıların oranı % 10,5’de kalmaktadır. Dolayısıyla, kullanıcıların bilinç olarak kütüphanenin bir üniversite için önemini büyük ölçüde farkında olduklarını söyleyebiliriz. Bu, BÜ Kütüphanesi’nin halkla ilişkiler çalışmaları için uygun ya da hazır bir kitleye (zemine) sahip olduğu biçiminde de yorumlanabilir. Önemli olan bu uygun zemini iyi kullanabilmek gibi görünmektedir. Ancak, daha önceki verilere dayanarak bunun “kısmen” başarılabilirdiği söylenebilir.

### 5.15. BÜ KÜTÜPHANESİ'NİN KULLANICILARDA YARATTIĞI DEĞİŞİKLİK

Konu, aynı bağlamda farklı bir boyutuyla da incelenebilir. Kütüphane hakkında belli bir bilince sahip kullanıcıların, onun yaşamlarını nasıl etkiledikleri konusundaki düşünceleri de halkla ilişkiler açısından incelenmesi gereken bir konudur. Bu konuda kullanıcı düşüncelerini içeren tablo aşağıdadır.

**TABLO 23. BÜ Kütüphanesi'nin Kullanıcılarda Yarattığı Değişiklik**

<b>Kütüphane yaşamınızı nasıl etkiliyor?</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Eğitim yaşamımı ve entelektüel gelişimimi olumlu etkiliyor	146	73,0
Eğitim yaşamıma ve entelektüel gelişimime herhangi bir etkisi olmuyor	48	24,0
Diğer	6	3,0
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 23 verileri bir önceki tabloda bilinç açısından ortaya çıkan durumu destekler niteliktedir. Buna göre, kullanıcıların büyük çoğunluğu (% 73,0) kütüphanenin eğitim yaşamlarını ve entelektüel gelişimlerini olumlu etkilediğini belirtmiştir. Bu kütüphane adına olumlu bir tablodur. Bu tablo önceki tablolarda verileri sunulan ve kullanıcıların kütüphane hakkında olumsuz ya da kısmen olumlu düşüncelere sahip olduğu yönündeki sonuçlarla çelişkili gibi görünmektedir. Ancak, kütüphanenin kullanıcılara etkisi ile kullanıcıların kütüphane hakkında düşünceleri aynı olgular değildir. Kütüphanenin etkisinin kullanıcıların kütüphane hakkındaki düşüncelerini belirlemeye katkısı olmakla birlikte, bu, kullanıcıların kütüphanenin olumsuz yanlarını görmeyi engellemektedir. Bir başka deyişle, kullanıcılar kütüphanenin kendileri için önemli ve yararlı olduğunu düşünmekle birlikte onun hakkında çeşitli nedenlerle olumsuz düşüncelere sahip olabilirler.

Bir sonraki alt bölümde sunulacak veriler bu konuya ışık tutacaktır.

### 5.16.BÜ KÜTÜPHANESİ HAKKINDA KULLANICILARIN GENEL DÜŞÜNCELERİ

Çalışmamızın hipotezini sınamak için doğrudan veriler sağlamak amacıyla sorulan soruya aldığımız yanıtları içeren tablo aşağıdadır. Bu soru ile kullanıcıların BÜ Kütüphanesi'ne yönelik genel düşünceleri alınmıştır. Kütüphane hakkında kullanıcıların sahip olduğu genel düşünce, kütüphanenin halkla ilişkiler çalışmalarının geldiği noktayı ve elde ettiği başarının düzeyini göstermesi açısından son derece önemli görünmektedir. Soruya ait seçenekler de bu yaklaşım ile oluşturulmaya çalışılmıştır. Seçeneklerdeki “yeterli-yetersiz” kavramı kullanıcıların kütüphane işlem ve hizmetlerinin tümüne yönelik yeterlilik-yetersizlik düşüncelerini, “estetik-estetik değil” ifadesi kütüphanenin iç ve dış mimari tasarımı ve görünüşüne yönelik düşüncelerini ve “sempatik-sempatik değil” ifadeleri de halkla ilişkilerin temel hedefi olan kurumu sevimli bulup bulmadıklarına yönelik düşüncelerini almak amacıyla konulmuştur. Bir başka deyişle, kullanıcıların işlem ve hizmetlere yönelik yeterlilik yetersizlik düşünceleri kütüphaneye ilişkin güven duygusunu, estetiklik-estetik olmama kütüphaneye ilişkin ilgiyi ve sempatik bulup bulmamaları da doğrudan kütüphaneye sempati duyup duymamayı ifade edeceği düşünülmüştür. Çalışmamızda halkla ilişkiler çalışmalarının temel ilkelerinin güven, ilgi ve sempati kavramlarına oturtulduğu, yani kullanıcıların kütüphane hakkında olumlu düşüncelere sahip kılınma çerçevesinde işlendiği için bu soru ile elde edilen veriler büyük önem taşımaktadır.

**TABLO 24. Kullanıcıların Kütüphane Hakkındaki Genel Düşünceleri**

<b>Kütüphane hakkında genel düşünce</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Olumlu (Yeterli, estetik ve sempatik vb.)	30	15,0
Olumsuz (Yetersiz, estetik - sempatik değil vb.)	43	21,5
Kısmen olumlu (Kısmen yeterli, estetik ve sempatik vb.)	127	63,5
<b>Toplam</b>	<b>200</b>	<b>100,0</b>

Tablo 24 verilerine göre, kütüphaneyi yeterli, estetik ve sempatik bulan kullanıcıların oranı yalnızca % 15'tir. Bu son derece düşük bir orandır. Kütüphane hakkında olumsuz düşünce bildiren kullanıcılarla (% 21,5), kısmen olumsuz düşünce bildirenlerin oranı (% 63,5) birleştirildiğinde % 85'i bulmaktadır. Yoğunluğun "kısmen" seçeneğinde olduğu görülmektedir. Kullanıcıların büyük çoğunluğu kütüphaneye kısmen güven- ilgi duymakta ve onu sempatik bulmaktadır. Kütüphaneye tam anlamıyla güven- ilgi duyan ve onu sempatik bulan, yani kütüphane hakkında olumlu düşünen kullanıcı oranının % 15'te kalması halkla ilişkiler çalışmalarının geldiği noktayı ve başarı düzeyini ortaya koymaktadır.

Tablo 23'e ilişkin değerlendirmemizde kullanıcıların kütüphaneyi eğitim ve entelektüel yaşamları için önemli görmelerinin onun hakkında "olumsuz" ya da "kısmen olumsuz" düşüncelerini engellemeyebileceği söylenmişti. Nitekim, aşağıda sunulan tablo verileri kullanıcıların eğitim ve entelektüel yaşamlarında kütüphaneyi önemli gördükleri halde, kütüphane hakkında tam olarak olumlu düşünceye sahip olamadıklarını ortaya koymaktadır.



**TABLO 25. Kütüphanenin Kullanıcıda Yarattığı Değişikliğin Kullanıcıların Kütüphane Hakkındaki Genel Düşüncelerine Etkisi**

Kütüphanenin kullanıcıda yarattığı değişiklik	Kütüphane hakkında genel düşünce			
	Olumlu(Yeterli, estetik ve sempatik vb.) (%)	Olumsuz (Yetersiz, estetik ve sempatik değil vb.) (%)	Kısmen olumlu (Kısmen yeterli, estetik ve sempatik vb.) (%)	Toplam (%)
Eğitim yaşamımı ve entelektüel gelişimimi olumlu etkiliyor	28 (20,4)	15 (10,9)	94 (68,6)	137 100,0
Eğitim yaşamıma ve entelektüel gelişimime herhangi bir etkisi olmuyor	1 (2,4)	21 (50,0)	20 (47,6)	42 100,0
Diğer	1 (4,8)	7 (33,3)	13 (61,9)	21 (100,0)
<b>Toplam</b>	<b>30</b>	<b>43</b>	<b>127</b>	<b>200</b>

Görüldüğü gibi, BÜ Kütüphanesi'ni eğitim ve entelektüel yaşamı için önemli gören kullanıcıların yalnızca % 20,4'ü kütüphane hakkında olumlu düşüncelere sahip iken, %68,6'sı kütüphane hakkında kısmen olumlu düşünmektedir. Çalışmada elde edilen bir başka veriye göre de, genel olarak kütüphane kurumuna "çok önemli" diyenlerin yalnızca %15,4'ü kütüphane hakkında olumlu düşüncelere sahiptir. Kısaca, kullanıcıların kütüphaneyi eğitim ve entelektüel yaşamları için önemli görmeleri kütüphanenin yetersizliklerini dile getirmeyi, yani, kütüphane hakkında kısmen olumsuz düşüncelere sahip olmayı engellemektedir.

Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi hakkında sahip oldukları düşüncenin niteliğinin onların kütüphane kullanımlarına etkisi bu bağlamda incelenmeye değer bir konudur. Çünkü, bu, halkla ilişkiler çalışmalarının kütüphane kullanımına etkisini ortaya koyacak veriler sunacaktır. “Halkla ilişkiler çalışmaları aracılığıyla kullanıcılarda BÜ Kütüphanesi hakkında olumlu düşünceler yaratmak, onların kütüphane kullanımlarını artıracaktır” sayılı ile sorduğumuz soruya verilen yanıtları içeren tablo aşağıdadır.

**TABLO 26. Kullanıcıların Kütüphaneyi Kullanma Sıklıklarının Kütüphane Hakkındaki Genel Düşüncelerine Etkisi**

Kullanım sıklığı	Kütüphane hakkında genel düşünce		
	Olumlu (Yeterli, estetik ve sempatik vb.) (%)	Olumsuz (Yetersiz, estetik ve sempatik değil vb.) (%)	Kısmen olumlu (Kısmen yeterli, estetik ve sempatik vb.) (%)
Haftada birkaç kez ve daha fazla	6	6	43
	20,0	14,0	33,9
Haftada bir kez	10	10	34
	33,3	23,3	26,8
Ayda birkaç kez	10	18	30
	33,3	41,9	23,6
İki ayda bir kez ve daha az	4	9	20
	13,3	20,9	15,7
<b>Toplam</b>	<b>30</b>	<b>43</b>	<b>127</b>
	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Tablo 26 verilerine göre, kütüphane hakkında olumlu düşüncelere sahip olmak kullanımı olumlu yönde artırmaktadır. BÜ Kütüphanesi hakkında olumlu düşünenlerin

% 20'si kütüphaneyi “çok sık” (haftada birkaç kez ve daha fazla) kullanırken, bu oran kütüphane hakkında olumsuz düşünenlerde % 14'e düşmektedir. Aynı biçimde, olumlu düşünenlerin % 13,3'ü kütüphaneyi “az kullanırken”, kütüphane hakkında olumsuz düşünen kullanıcıların % 20,9'u “az kullanmaktadır”. Görüldüğü gibi, kütüphane hakkında genel olarak olumlu düşünenlerin, olumsuz düşünelere göre kütüphaneyi daha çok kullandıkları anlaşılmaktadır. Bu değerlendirme halkla ilişkilerin kurumun kullanılmasını etkilediği sonucuna da dayanak oluşturmaktadır.

### **5.17. BÜ KÜTÜPHANESİ HAKKINDA KULLANICILARIN DİĞER DÜŞÜNCELERİ**

Bu bölümde anket uygulanan kullanıcılara BÜ Kütüphanesi hakkında belirtmek istedikleri başka noktalar olup olmadığı açık uçlu bir soru ile sorulmuştur.

Kullanıcıların BÜ Kütüphanesi hakkında belirttikleri diğer düşünceleri 7 ana başlıkta toplamak mümkündür. Bunları aşağıdaki şekilde sıralayabiliriz:

- Mekansal yetersizlik
- Kaynak yetersizliği,
- Rafların düzeni
- Tarama bilgisayarları
- Personel
- Gürültü
- Diğer unsurlar

- Elde edilen verilere göre, ankete katılan kullanıcılar BÜ Kütüphanesi'nin acilen yeni bir binaya ihtiyacı olduğunu düşünmektedirler. Şu anda hizmet vermekte olan binanın

yetersiz, karanlık ve kasvetli, çalışma salonlarının kısıtlı olduğu kullanıcılar tarafından belirtilmiştir.

İyi bir üniversite kütüphanesinde bulunması gereken konferans ve sergi salonları, kilitli çalışma masaları (kareller), DVD ve video odaları kullanıcılar tarafından istenmektedir.

Daha önce belirttiğimiz gibi, bu bölümde de kullanıcılar binanın ve mekanın yetersiz ve iç açıcı olmadığını vurgulamışlardır. Çalışma salonlarının kısıtlı olmasından dolayı, kütüphanede çok fazla çalışamadıkları söylenebilir. Halkla ilişkiler açısından binanın iç açıcı ve estetik olmadığı, aydınlatmanın yetersiz olduğu ve kütüphanenin karanlık ve kasvetli olduğu söylenebilir.

- Kullanıcılar ayrıca aradıkları kaynaklara erişemediklerini, koleksiyonun artırılması gerektiğini ve yeni kitaplara ulaşmak istediklerini vurgulamışlar, kaynakların yetersiz olmasından dolayı başka kütüphanelere gitmek zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir.

Gözlemlerimize göre, 2005 yılı sonu kütüphane verileri incelendiğinde kütüphanede bulunan satın materyal sayısı 21251, bağış ve değişim olarak gelen materyal sayısı ise 69666 'dır. 2005 yılı içinde ise 808 adet materyal satın olarak kütüphaneye alınmıştır. Bu sayılara baktığımızda kütüphane koleksiyonunun büyük bir bölümünün bağış kitaplardan oluştuğu görülmektedir. Güncel ve yeni kitaplardan oluşan satın sayısı çok azdır. Bu veriler kütüphane kaynaklarının güncel ve yeni olmadığını göstermektedir.

- Raf düzeni konusunda kullanıcılar genellikle rafların karışık olmasından, aradıkları kaynakları ilgili raf numarasında bulamadıklarından bahsetmişlerdir. Kullanıcılar, ayrıca, kütüphanedeki mekanın dar olmasından dolayı rafların çok sıkışık olduğunu da dile getirmişlerdir.

Bu düşüncelere göre, kütüphanedeki kullanıcıların aldıkları kaynakları düzenli yerleştirmedikleri ve kütüphane personelinin daha fazla raf okuması gerektiği ortaya çıkmaktadır.

-Tarama bilgisayarları konusunu incelediğimizde, kullanıcılar onları eski ve yetersiz bulduklarını belirtmişlerdir. Bilgisayarlardan tarama yapılırken, eski olmalarından dolayı güçlükler çektiklerini ve kullanıcı tarama bilgisayarlarının sayısının artırılması gerektiğini dile getirmişlerdir.

- Personel konusunda kullanıcıların olumlu düşünceler belirttikleri görülmektedir. Kullanıcılar genellikle kütüphane personeline memnun olduklarını, onların her zaman yardımcı, güler yüzlü ve kibar olduklarını söylemişlerdir. Fakat, kütüphane personelinin yüksek sesle konuşmaması gerektiği bazı kullanıcılar tarafından belirtilmiştir.

- Kullanıcılar, temizlik personelinin kütüphanenin açık olduğu saatlerde temizlik yapmalarından dolayı meydana gelen seslerden rahatsız olduklarını dile getirmişlerdir. Ayrıca, kışın karlar erirken binanın gerekli yalıtıma ve ses geçirmez özelliğe sahip olmamasından dolayı çıkan gürültüden de rahatsızlık yaşandığı söylenmiştir.

Gözlemlerimiz sonucu da, temizlik görevlileri kütüphane açıkken zaman zaman temizlik yapmaktadırlar. Yağmur yağdığına ya da karlar erdiğinde kütüphane gerekli korumaya sahip değildir. Birkaç kez yağmur yağdığına süreli yayınlar bölümünün çatısından su aktığı gözlenmiştir. Ses açısından da gerekli yalıtım sağlanamamıştır.

-Diğer unsurları incelediğimizde, renkli kaynakların fotokopi çekilebilmesi için kütüphanede renkli fotokopi makinasının bulunması gerektiği kullanıcılar tarafından belirtilmiştir. Kütüphanede kablosuz internet bağlantısının olması gerektiğini de söylemişlerdir. Bu kısımda ayrıca tuvaletler konusuna değinilmiştir. Kullanıcılar için kütüphane içinde tuvaletlerin olması gerektiği, ders çalışırken kütüphaneden dışarı

ıkarak tuvalete gitmelerinin zor olduğu konusu dile getirilmiştir. Halkla ilişkiler açısından incelendiğinde, tuvaletlerin kullanıcıya açık olmaması kullanıcıların ihtiyaçlarının yeterince düşünülmediği fikrini getirebilir.

Yukarıda 7 grupta incelediğimiz kullanıcıların genel düşüncelerini belirten konular halkla ilişkiler açısından kullanıcıların kütüphaneden yararlanırken bazı açılardan güçlük çektiklerini ortaya koymaktadır. Halkla ilişkilerde esas olan verilen hizmetlerin kolay olmasıdır. Bu veriler sonucu, B Kütüphanesi'nde hizmetlerden yararlanmanın yeterince kolay olmadığı söylenebilir.

## 6. BÖLÜM

### SONUÇ VE ÖNERİLER

#### 6.1. SONUÇ

“Mekansal yetersizlik, kullanıcıların bilgi gereksinimlerinin tam olarak karşılanamaması, kütüphane hakkında yapılan bilgilendirmelerin yetersiz oluşu ve halkla ilişkiler araçlarının iyi bir biçimde kullanılmaması nedeniyle BÜ Kütüphanesi’ndeki halkla ilişkiler çalışmaları yeterince etkili olamamaktadır” biçiminde oluşturulan hipotez doğrultusunda gerçekleştirdiğimiz araştırmada elde edilen sonuçları şöyle sıralayabiliriz:

1. BÜ Kütüphanesi kullanıcıları kütüphaneyi genelde etkin bir biçimde kullanmaktadırlar. Diğer bir deyişle, kütüphane için yoğun bir kullanım söz konusudur. BÜ Kütüphanesinin kullanıcılar için temel bilgi merkezi olduğu söylenebilir.
2. BÜ Kütüphanesi kullanıcıları kütüphaneyi kullanmayı büyük ölçüde kendi çabalarıyla öğrenmektedirler. Bu konuda kütüphanecilerin katkısı ve kütüphane tanıtım turları etkili olamamaktadır. Son dönemlerde en önemli teknolojik araç olarak kabul edilen web sayfası bu yönüyle anlamlı bir katkı sağlamamaktadır. Kullanıcılar kendi çabaları dışında kütüphaneyi arkadaşlarından ya da öğretmenlerinden yardım alarak kullanmayı öğrenmektedirler. Bu konuda, kütüphanecilerin tutumu, kütüphane tanıtım turları ve web sayfası halkla ilişkiler aracı olarak kabul edildiğinde ortaya halkla ilişkiler çalışmaları açısından bir yetersizlik çıkmaktadır. Bir başka deyişle, bu sonuç kapsamındaki halkla ilişkiler araç ve çalışmaları kullanıcıların BÜ Kütüphanesini kullanmayı öğrenmelerinde yeterince etkili olamamaktadır.

3. BÜ Kütüphanesi kullanıcıları kütüphaneyi kullanırlarken genelde güçlük çekmektedirler. Kütüphanenin bu konuda halkla ilişkiler çerçevesinde gerçekleştirdiği çalışmalar kullanıcıların bu sorunu aşmalarında genelde yeterli olamamaktadır. Gerek bir önceki maddede ifade edilen sonuçta yer alan “halkla ilişkiler çalışmalarının kütüphane kullanımını öğretmede genelde yetersiz kalışı” ve gerekse burada dile getirilen “kullanıcıların kütüphane kullanımındaki güçlükleri aşmada halkla ilişkiler açısından yeterli desteği görememeleri” BÜ Kütüphanesinin halkla ilişkiler çalışmaları açısından genelde yetersiz oluşunu göstermektedir. Bu durumun ise, halkla ilişkiler çalışmalarının temel hedeflerinden olan “kuruma güven duygusunu” etkilediği düşünülmüştür.
4. Kullanıcılar kütüphane kullanımı sırasında çeşitli konularda güçlük çekmektedirler. Bu konuda çekilen güçlüklerin genelde mekansal alanın uygunsuzluğu ve kütüphanedeki bilgi kaynaklarının yetersizliği noktalarında yoğunlaştığı görülmüştür. Bunun dışında kullanıcılar tarama bilgisayarlarını eski bulmakta ve aradıkları bilgi kaynaklarını rafta bulamadıkları için güçlük çekmektedirler. Gerek bilgi kaynaklarının gerekse mekansal yetersizliğin bir önceki sonuçta açıklandığı üzere halkla ilişkiler açısından kuruma karşı güven duygusunu olumsuz etkileyeceği değerlendirilmiştir.
5. BÜ Kütüphanesi kullanıcıları kütüphanenin gerçekleştirdiği işlem ve hizmetleri hakkında kısmen olumlu düşünmektedirler. Diğer bir deyişle, kullanıcılar kütüphane işlem ve hizmetlerini zaman zaman olumlu (hızlı, kolay ve dinamik), zaman zamanda olumsuz (yavaş, zor ve hantal) bulmaktadırlar. BÜ Kütüphanesi tarafından gerçekleştirilen halkla ilişkiler çalışmaları kullanıcılarda işlem ve hizmetler hakkında kısmen olumlu düşünceler yaratabilmiştir. İşlem ve hizmetlerdeki hızlılık, kolaylık ve dinamikliğin halkla ilişkiler çalışmalarının temel ilkeleri arasında yer aldığı düşünüldüğünde, BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının “kısmen olumlu” olarak nitelendirdiğimiz düşünceleri halkla ilişkiler çalışmalarının “kısmen yeterli” olduğu sonucuna dayanak oluşturmaktadır.



6. BÜ Kütüphanesi kullanıcıları son dönemin en önemli halkla ilişkiler aracı olarak kabul edilen kütüphane web sayfasını genelde yeterince kullanmamaktadırlar. Kullananlar içinde web sayfasının kütüphaneden yararlanmaya anlamlı bir etkisi olamamaktadır. Dolayısıyla, BÜ Kütüphanesi kütüphane web sayfasını etkili bir halkla ilişkiler aracı olarak yeterince kullanamamaktadır. Ancak, bu yetersizlik kütüphane web sayfasının yetersizliğinden kaynaklanmamaktadır. Düzenli olarak güncellenen ve gerekli bilgileri içeren BÜ Kütüphanesi web sayfasının kullanıcılara erişememe sorunu bulunmaktadır. Ancak, webe erişim ile ilgili bu sorun web sayfasını halkla ilişkiler açısından etkili bir biçimde kullanılamama sonucuna neden olmaktadır.
7. BÜ Kütüphanesi geleneksel halkla ilişkiler araçlarını (tabela, levha, yönlendirmeler vb.) yeterince etkili bir biçimde kullanamamaktadır. Bir önceki sonuçta ifade edilen teknolojik nitelikli halkla ilişkiler aracı olarak web sayfasına ilişkin yetersizlik ile burada ortaya çıkan geleneksel halkla ilişkiler araçlarının etkili kullanımındaki sınırlılık halkla ilişkiler araçlarının kullanımı açısından genel bir sorunun söz konusu olduğunu göstermektedir.
8. BÜ Kütüphanesi kullanıcılarının kütüphane binasına ilişkin düşünceleri genelde olumsuzdur. Kullanıcılar kütüphane binasını yeterince sağlam, estetik ve iç açıcı bulmamaktadırlar. Kütüphanenin aydınlatma, ısıtma ve havalandırma ile ilgili önemli sorunları bulunmaktadır. Ayrıca, kütüphane binası küçüktür. Kütüphanenin mekansal yapısına ilişkin kullanıcı düşüncelerinin olumsuzluğu, onlarda, kütüphaneye ilişkin ilgi, güven ve sempati duygusunun gelişmesine engel olabilmektedir. Ancak, halkla ilişkiler açısından son derece önemli olan mekanın temizliği ve düzenliliği konusunda kullanıcılar olumlu düşüncelere sahiptirler. Bir başka deyişle, kullanıcılar kütüphaneyi temiz ve düzenli bulmaktadırlar. Kullanıcıların temizlik ve düzen konusunda kütüphaneye ilişkin olumlu düşünceleri kütüphane binasına yönelik genelde yetersizlik yaklaşımlarını değiştirmeye yetmemektedir. BÜ Kütüphanesinin mekansal yapısıyla ilgili sözü edilen yetersizliklerinin,

kullanıcıların kütüphaneye ilişkin genel düşüncelerini etkilediği ve dolayısıyla mekan unsurunun BÜ Kütüphanesi halkla ilişkiler çalışmaları için olumsuzluk nedenlerinden birisi olduğu söylenebilir.

9. BÜ Kütüphanesi, halkla ilişkilerde son derece önemli olan “hizmetlerin geliştirilmesinde kullanıcıların fikirlerinin alınması” ilkesini yeterince uygulayamamaktadır. Diğer bir deyişle, BÜ Kütüphanesi hizmetlerin planlanması ve geliştirilmesinde kullanıcılarla yeterince “işbirliği” yapmamaktadır. Kütüphanede bu amaçla uygulamaya sokulan istek-şikayet kutusu, şikayet defteri, anket vb. araçlar yeterince işlevsel olamamaktadır.
10. Halkla ilişkiler çalışmalarının temel uygulamalarından birisi olan ve kuruma karşı ilgi, güven ve sempati duygusunu yaratmada önemli işlevleri bulunan, kullanıcıların kütüphane hizmetlerine ilişkin gelişmeler hakkında bilgilendirilmeleri konusunda BÜ Kütüphanesi, halkla ilişkiler araçlarını etkili bir biçimde ve yeterince kullanamamaktadır. Kullanıcılar kütüphane hizmetleri hakkında genelde kütüphaneye gelerek bilgi sahibi olmaktadırlar. Kullanıcılar kütüphane hizmetlerine yönelik olarak, en çok, kütüphane tarafından gönderilen e-posta, duyuru panosu, afiş, pankart, el ilanı ve broşür gibi halkla ilişkiler araçları ile bilgilendirilmektedirler. Bu konuda yüz yüze görüşme, telefon, radyo-televizyon, yıllık rapor, tören, toplantı vb. araçlar halkla ilişkilerdeki bilgilendirme işlevi ile ilgili yeterince etkili olamamaktadır. Kütüphanenin fakülte ve bölümler için yaptığı tanıtıcı hizmetler de yeterince kullanılmayan halkla ilişkiler araçlarından birisidir. Geleneksel diyebileceğimiz halkla ilişkiler araçları ( afiş, pankart, el ilanı, broşür) ile karşılaştırıldığında e-posta yoluyla yapılan çalışmaların daha etkili olduğu dikkati çekmektedir. Kısaca, BÜ Kütüphanesi hizmet ve uygulamalarını duyurmada halkla ilişkiler araçlarından yeterince yararlanamamaktadır.
11. Kullanıcılar BÜ Kütüphanesi'nin gerçekleştirdiği bilgilendirmelere kısmen güvenmektedirler. Bu konuda kullanıcıların yarıya yakınının sözü edilen bilgilendirmelere güvenmesi, diğer yarısının ise güvenmemesi çelişkili bir

durum gibi görünse de halkla ilişkiler açısından dikkate alınması gereken nokta “güvenilmeme ya da kısmen güvenilme” seçenekleridir. Dolayısıyla, BÜ Kütüphanesi'nin halkla ilişkiler çalışmaları çerçevesinde yaptığı bilgilendirmeler yeterince güven verici bulunmamaktadır. Gözlemlerimize göre, kütüphane inandırıcılık, dürüstlük ve güvenilirlik konusunda titiz davranma çabası içinde olup bunu, bilgilendirme çalışmalarına yeterince yansıtamamaktadır.

12. BÜ Kütüphanesi'nin yaptığı bilgilendirme çalışmalarına kullanıcıların neden yarıya yakın bir bölümünün güvenmediğini de ortaya çıkaran bir başka sonuca göre, kullanıcılar bu bilgilendirmeleri genelde yeterli bulmamaktadır. Bir başka deyişle, temel halkla ilişkiler çalışması diyebileceğimiz kullanıcıların bilgilendirilmesi konusunda bir yetersizlik sorunu görülmektedir. Kısaca, kullanıcılar kütüphane tarafından yeterince bilgilendirilmediklerini düşünmekte, bu durumda onlar için kuruma karşı güven duygularının azalmasının nedenlerinden biri olmaktadır. Bilgilendirmedeki yetersizlik sorununun aşılardan güvensizlik sorununun aşılması beklenemez.
13. Yapılan halkla ilişkiler çalışmaları BÜ Kütüphanesine karşı canlı bir ilgi yaratmada kısmen etkili olabilmektedir. Kullanıcıların büyük bölümünün kütüphane hizmetleri hakkındaki yenilikleri kısmen merak etmesi ya da hiç merak etmemesi bu sonuca dayanak oluşturmuştur. Kısaca, BÜ Kütüphanesi'ne yönelik “kısmi” bir ilgi söz konusudur.
14. BÜ Kütüphanesi tarafından halkla ilişkiler çerçevesinde yapılan bilgilendirme çalışmaları kullanıcıların kütüphane kullanımlarını olumlu etkilemektedir. Bu sonuç, bir kurum için ve dolayısıyla BÜ Kütüphanesi için halkla ilişkiler çalışmalarının ne kadar önemli olduğunu ve işlevini de ortaya koymaktadır. Etkili bir halkla ilişkiler çalışması kütüphane kullanımını olumlu yönde etkileyen bir unsurdur. Bu durumda, önceki maddelerde sunulan ve kütüphanenin halkla ilişkiler çalışmalarında kısmen yeterli ve güvenilir oluşu yönündeki sonuç ile ne kadar önemli bir kayıp yaşandığı anlaşılmaktadır.

15. BÜ Kütüphanesi kullanıcılarında kütüphanenin temel işlevi sayılan bilgi gereksinimlerini karşılama ile ilgili genel bir yetersizlik düşüncesi bulunmaktadır. Bir başka deyişle, kullanıcılar BÜ Kütüphanesi'nin, bilgi gereksinimlerini kısmen karşılayabildiğini düşünmektedirler. Kütüphanenin, kullanıcıların bilgi gereksinimlerini karşılamada ortaya çıkan yetersizliği (kısmi yeterliliği) halkla ilişkiler açısından önemli sonuçlara neden olmaktadır. Kütüphanenin sözü edilen konudaki yetersizliği, halkla ilişkiler çalışmalarında temel amaçlardan olan ilgi, güven ve sempati yaratmayı olumsuz etkilemektedir. Kullanıcıların bilgi gereksinimlerini karşılamadaki yetersizlik giderilmediği sürece, halkla ilişkiler çalışmalarından beklenen yarar elde edilemez.
16. Halkla ilişkiler çalışmalarının başarıya ulaşması için, en önemli unsurlardan birisi olan personelin kullanıcılara karşı davranışları konusunda BÜ Kütüphanesi'nde bir sorun bulunmamaktadır. Personel kullanıcılara son derece olumlu davranmaktadır. Dolayısıyla, BÜ Kütüphanesi'nin halkla ilişkiler çalışmalarındaki yetersizlikte (kısmi yetersizlikte) personelden kaynaklanan bir sorun bulunmamaktadır.
17. Kullanıcılar kütüphaneyi Başkent Üniversitesi'ndeki eğitim öğretim yaşamı için çok önemli görmektedirler. Bir başka deyişle, kullanıcılar kütüphane kurumunu bir üniversite için önemli saymaktadırlar. Kullanıcıların böyle bir bilince sahip olmaları BÜ Kütüphanesi'nin gerçekleştirdiği/gerçekleştireceği halkla ilişkiler çalışmaları için bilinçli, bir anlamda hazır bir kitle bulunmaktadır. Ancak, önceki sonuçlara dayanarak "hazır" olarak nitelediğimiz alıcı kitlenin halkla ilişkiler açısından kısmen kullanıldığı söylenebilir.
18. Bir önceki sonucu pekiştiren bir başka sonuca göre, BÜ Kütüphanesi kullanıcıların eğitim yaşamlarını ve entelektüel gelişimlerini genel anlamda olumlu etkilemektedir. Bu çalışmada saptanan eksikliklerine/yetersizliklerine ve kullanıcıların bunu belirtmelerine karşın, kütüphane, kullanıcıların eğitim

ve entelektüel yaşamlarına olumlu katkıda bulunmaktadır. Ancak, kütüphanenin bu etkileme düzeyi onların kütüphane hakkında olumlu düşüncelere sahip olmalarına yetmemektedir. Nitekim, elde edilen bir başka sonuca göre, kullanıcıların büyük çoğunluğu kütüphaneyi genelde yeterli, estetik ve sempatik bulmamaktadır. Ayrıca, açık uçlu bir soru ile kullanıcıların kütüphane hakkında sorulan sorular dışında dile getirmek istedikleri noktalar öğrenilmeye çalışılmıştır. Kullanıcılar, bu soru çerçevesinde mekansal yetersizlik, kaynak yetersizliği, rafların düzeni, tarama bilgisayarları ve gürültü konusunda sorunlar olduğunu saptamışlardır. Kullanıcıların kütüphaneyi kısmen yeterli, estetik ve sempatik buldukları anlaşılmıştır. Kullanıcıların gözünde kütüphanenin kısmen yeterli, estetik ve sempatik oluşu gerçekleştirilen/gerçekleştirilecek halkla ilişkiler çalışmalarının kısmen yeterli oluşuna neden olmaktadır. Kütüphane hakkında bu nitelikte düşüncelere sahip bir kullanıcı kitlesi içinde yapılan halkla ilişkiler çalışmalarının başarısı sınırlı olmuştur.

Elde edilen bu sonuçlarla araştırma hipotezimiz kanıtlanmıştır.

## 6.2. ÖNERİLER

Çalışmada elde edilen verilere dayanarak ulaşılan sonuçlar temelinde önerilerimiz şöyledir:

1. BÜ Kütüphanesi kullanıcılara kütüphane kullanmayı öğretme konusunda daha etkin olmalıdır. Bu amaçla kütüphane tanıtım turları ve web sayfası daha etkin hale getirilmelidir. Kütüphane kullanımını öğretmede halkla ilişkiler araçlarından daha anlamlı düzeyde yararlanılmalıdır. Bir başka deyişle, duyuru panosu, afiş, broşür, internet, üniversite televizyonu vb. halkla ilişkiler araçları kütüphane kullanımını öğretme konusunda daha etkin bir biçimde kullanılmalıdır. Bu araçların sözü edilen amaç için kullanımı, kullanıcıların kütüphaneden yararlanmaları sırasında çektikleri güçlükleri aşmada katkıda bulunmayı da içermelidir.

2. BÜ Kütüphanesi halkla ilişkiler çalışmalarının yeterince etkili olamamasında temel sorunlardan birisi olarak saptanan mekansal yetersizlik en kısa sürede çözüme kavuşturulmalıdır. Bunun için en uygun çözüm yeni ve bağımsız bir kütüphane binasının yapılmasıdır. Halen kullanılmakta olan kütüphane binasına zaman zaman eklemeler ve mekansal düzenlemeler yapılmaktadır. Ancak, bina daha fazla düzenleme yapmaya artık uygun değildir. Buna karşın, var olan binada iç tasarıma ait bazı düzenlemeler yapılabilir. Kütüphane mekanlarının daha iyi aydınlatılması, ısıtılması, havalandırılması, tuvaletlerin kullanıcılara açılması, kütüphane mobilyalarının yenilenmesi ve kütüphane içine estetik/görsel materyallerin (tablo, heykel vb.) yerleştirilmesi vb. bunlar arasında düşünülebilir. Ancak, bu düzenlemeler temel eksikliklerden konferans salonu, toplantı salonu, sergi salonu, kantin, personel mutfağı, daha uygun personel ofisleri gibi alanların olmaması sorununa çözüm getirmeyecektir. Ayrıca, personel ofislerinin kullanıcı alanlarıyla iç içe olmasından kaynaklanan sorunların da bu mekanda çözümlenmesi zor görünmektedir. Bu nedenle, yeni bir kütüphane binası önerimizi bir kez daha vurgulamak istiyoruz.
3. BÜ Kütüphanesi, kullanıcıların, hakkında kısmen olumlu düşündükleri kütüphane işlem ve hizmetlerini biraz daha kolaylaştırmaya ve hızlandırmaya çalışmalıdır. Gerçekte bu sorunun da mekansal yetersizlikten kaynaklandığı da söylenebilir. Mekansal sıkışıklık olarak adlandırabileceğimiz bu sorunun giderilmesi de bir önceki öneri kapsamına girmektedir. Ancak, yine de halkla ilişkiler açısından arzu edilmeyen bir sonuç olan “kullanıcıların kütüphane işlem ve hizmetleri hakkında kısmen olumlu düşünceleri” durumunun değiştirilmesi için işlem ve hizmetlerde hızlilik sağlanmalıdır. Bu çerçevede, örneğin kullanıcıların kendi kendilerine ödünç alma-verme işlemlerini gerçekleştirebilecekleri makinadan (shelf-check) kullanılabilir, okuyucu tarama bilgisayarları yenilenip sayıları arttırılabilir. Kullanıcı ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kütüphaneye renkli fotokopi makinasının alınması gerekmektedir.

4. Kütüphane web sayfası halkla ilişkiler çalışmaları açısından daha etkin ve kullanışlı hale getirilmelidir. Bu amaçla, özellikle web sayfasının kullanıcılara duyurulması, ondan haberdar edilmeleri gerekmektedir.
5. İnternet, web sayfası, e-posta gibi yeni halkla ilişkiler araçlarının yanı sıra duyuru panosu, afiş, pankart, el ilanı, broşür, yüz yüze görüşme, telefon, televizyon, yıllık rapor, tören, toplantı gibi klasik halkla ilişkiler araçları da daha etkin bir biçimde kullanılmalıdır. Bu araçlar görsel açıdan zenginleştirilerek daha sık kullanılmalıdır. İstek-şikayet kutusu, şikayet defteri ve anket gibi halkla ilişkiler araçlarına kullanıcıların ilgisi artırılmaya çalışılmalıdır. Kullanıcıları kütüphane hizmetleri hakkında bilgilendirirken çeşitli halkla ilişkiler araçları kullanılmalıdır. Üniversite içinde, kütüphane ile ilgili toplantılar düzenlenmeli, kütüphane ile ilgili etkinliklerin radyo ve televizyon gibi araçlarla duyurulması sağlanmalıdır. Kütüphanenin girişinde bulunan duyuru panosunun daha etkileyici ve dikkat çekici olması için çeşitli yenilikler yapılmalıdır. Yüz yüze görüşme ve telefon gibi halkla ilişkileri artıracak araçlarla kullanıcılarla sürekli iletişim kurulmalıdır. Kütüphanenin hizmetleri ile ilgili afişler, pankartlar, el ilanları vb. gibi basılı halkla ilişkiler araçları basılarak, üniversitenin çeşitli fakültelerine, bölümlerine ve kafeteryalara bunlar asılmalıdır. Kütüphanenin e-posta yoluyla yaptığı duyuru ve tanıtım hizmetlerini artırması gerekmektedir.
6. Halkla ilişkiler açısından önemli olan kütüphane içi bilgilendirme ve yönlendirme levhaları daha yoğun ve etkin bir biçimde kullanılmalıdır.
7. BÜ Kütüphanesi'nde oryantasyon programları ve kütüphaneyi tanıtıcı turlar artırılmalı ve planlanarak düzenli bir şekilde yapılmalıdır.
8. Kütüphane hizmetleri planlanırken ve geliştirilirken kullanıcı düşünceleri mutlaka alınmalıdır. Halkla ilişkiler açısından gerekli olan bu yaklaşım kullanıcıların kütüphaneye karşı olan düşüncelerini olumlu etkileyecek, onlarda güven ve ait olma duygusu yaratacaktır. Fikirlerinin alınması için geleneksel ve teknolojik halkla ilişkiler araçlarından yararlanılabilir.

9. Yine, halkla ilişkiler çalışmalarının temel gerekliliklerinden olan kullanıcıların kütüphane işlem ve hizmetleri hakkında bilgilendirilmeleri konusunda daha yoğun çaba harcanmalıdır. Bu amaçla yukarıdaki öneride de belirtilen klasik halkla ilişkiler araçlarının yanı sıra, özellikle e-posta ve web sayfası etkin bir biçimde kullanılmalıdır. Bu konuda yapılacak halkla ilişkiler çalışmalarının temel hedeflerinden birisi de kullanıcıların bu bilgilendirmelere inanmalarını sağlamak olmalıdır. Çünkü, elde edilen sonuçlar arasında yapılan bilgilendirmelere yönelik bir güven eksikliği saptanmıştır. Dolayısıyla, bu güven eksikliğinin giderilmesi öncelik taşımaktadır.
10. Çalışmanın başlıca sonuçları arasında yer alan ve halkla ilişkilerin temel ilkeleri olarak belirlediğimiz kullanıcıda kütüphaneye karşı ilgi, güven ve sempati yaratan “kullanıcının bilgi gereksinimlerini karşılama” konusunda kütüphane daha çok çaba harcamalıdır. Kütüphane kullanıcıların bilgi gereksinimlerini tam anlamıyla karşılayamadığı sürece yapılacak halkla ilişkiler çalışmalarının etkisi sınırlı olacaktır. Mekansal yetersizlik gibi bilgi gereksinimlerinin karşılanamaması sorunu da halkla ilişkiler çalışmaları açısından alt yapısal koşul niteliği taşımakta ve halkla ilişkiler çalışmalarının başarısını belirlemektedir. Bilgi gereksinimlerinin karşılanması konusundaki yetersizliğin giderilmesi ise, kütüphane işlem ve hizmetlerinin bir bütün olarak geliştirilmesinden geçmektedir. Ancak, halkla ilişkiler açısından önemli olan, kullanıcıların, bilgi gereksinimlerinin karşılanması konusunda kütüphane için olumlu düşüncelere sahip olmalarıdır. Bu nokta ile ilgili somut olarak kütüphanedeki mekansal yetersizliğin giderilmesi, dermenin güçlendirilmesi, raf düzeninin daha iyi hale getirilmesi, tarama bilgisayarlarının arttırılması ve gürültü konusunda önlemler alınması önerilebilir. Ayrıca, kullanıcıların bilgi gereksinimlerinin karşılanmasında halkla ilişkiler çalışmaları da devreye sokulabilir.
11. BÜ Kütüphanesi'nin halkla ilişkiler çalışmalarında personelden kaynaklanan önemli bir sorun saptanmamış olmasına karşın personel halkla ilişkiler konusunda düzenli aralıklarla hizmet içi eğitimden geçirilmelidir. Ayrıca, halkla ilişkiler konusunda başarılı çalışmaları bulunan diğer kütüphanelerden



yararlanılmalıdır. Bu kütüphaneler ile halkla ilişkiler alanında ortak çalışmalar ve işbirliği yapılabilir.

12. BÜ Kütüphanesi Halkla İlişkiler Bölümü ya da Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü mezunu bir uzmanı kütüphanenin halkla ilişkiler çalışmaları konusunda sorumlu olarak görevlendirmesi yerinde olacaktır.

Üniversite kütüphanesinde çalışan personelin kütüphanedeki halkla ilişkiler uygulamaları konusundaki durum ve düşünceleri bir başka çalışmanın konusu olarak önerilebilir.

## KAYNAKÇA

Abadan, N. (1964). *Modern Toplumlarda Halkla Münasebetler*. Ankara: TODAİE.

Aitufe, T.A. (1993). Public relations in academic libraries [Akademik kütüphanelerde halkla ilişkiler]. *Library Review*, 42(2): 39-45. Erişim: 25 Ekim 2005, Science Direct.

Akınpelu, G.O. (1980). Public relations in university libraries [Üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler]. *Bendel Library Journal*, 3(1): 24-28.

*The ALA glossary of library and information science*. (1983). Chicago: ALA.

Arda, S. (2000). Tanıtım Kütüphanemiz. *Başkent'in Sesi*, 3(7): 12.

ARL (2002), ARL supplementary statistics 2000-2001 [ARL ek istatistikleri 2000-2001], *Association of Research Libraries*. Erişim: 15 Haziran 2005, <http://www.arl.org/stats/pubpdf/sup01.pdf>

Asna, A. (1969). Türkiye'de Kamu Kuruluşlarının Halkla İlişkileri. *TODAİE Dergisi*, 2 (3).

Asna, M. A. (1997). *Halkla İlişkiler*. İstanbul: Sabah Kitapçılık San. ve Tic. A.Ş.

Awad, J. F. (1985). *The power of public relations* [Halkla ilişkilerin gücü]. New York: Praeger.

Aydemir, N. (1995). *Toplam Kalite Yönetiminde Halkla İlişkilerin Rolü ve Uygulaması*. Yüksek lisans tezi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.

Babafemi, G.O. (2002). Public relations activities in an academic library: the roles of the circulation librarian [Akademik kütüphanede halkla ilişkiler faaliyetleri: ödünç

verme kütüphanecisinin görevleri]. *Library Review*, 51, 464-468. Erişim: 26 Ekim 2005, Emerald.

Basık, F.O. (1997). Eğitimde Toplam Kalitenin Yararları. Ödüllü Kalite Makaleleri 1996 TÜSİAD-KalDer-Yeniyüzyıl toplam kalite yönetimi makale yarışmasında birincilik ödülü alan makaleler. İstanbul: *Önce kalite dergisi*, 50-67.

Başkent Üniversitesi. (1994). *1993-1994 Başkent Üniversitesi Faaliyetleri*. Ankara: Başkent Üniversitesi.

Başkent Üniversitesi. (1999). *1998-1999 Öğretim Yılı Program Tanıtım Kılavuzu*. Ankara: Başkent Üniversitesi.

Başkent Üniversitesi. (2000). *1999-2000 Eğitim Öğretim Yılı Çalışma Raporu*. Ankara: Başkent Üniversitesi.

Başkent Üniversitesi. (2001). *2000-2001 Eğitim Öğretim Yılı Çalışma Raporu*. Ankara: Başkent Üniversitesi.

Başkent Üniversitesi. (2002). *2001-2002 Eğitim Öğretim Yılı Çalışma Raporu*. Ankara: Başkent Üniversitesi.

Başkent Üniversitesi. (2003). *2002-2003 Tanıtım Kılavuzu*. Ankara: Başkent Üniversitesi.

Başkent Üniversitesi. (2004). *2003-2004 Eğitim Öğretim Yılı Çalışma Raporu*. Ankara: Başkent Üniversitesi.

Baysal, J. (1982). *Kütüphanecilik Alanında Yeni Kavramlar, Araçlar, Yöntemler*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi.

- Belbenoit, A. P. (1992). Can promotion be useful to university libraries [Üniversite kütüphanelerinde tanıtım yararlı mıdır]? *Information Management Report*, Dec 92: 12-14.
- Berberoğlu, G. (1990). Örgüt Kültürünün Yönetmel Etkinliğe Katkısı. *Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 3: 1-2.
- Bernays, E.L. (1963). *Public relations* [Halkla ilişkiler]. New York: University of Oklahoma Press.
- Bıçakçı, İ. (1998). *İletişim ve Halkla İlişkiler*. Ankara: MediaCat Yayınları.
- Biber, A. (2004). *Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve (E. Şen, Yay. Haz.)*. Ankara: Vadi yayınları.
- Black, S. (1978). *Practical public relations* [Uygulamalı halkla ilişkiler]. (4th ed.) London: Pitman.
- Black, S. (1993). *The essentials of public relations* [Halkla ilişkilerde esaslar]. London: Kogan page.
- Budak, G. ve Budak, G. (2004). *Halkla İlişkiler (davranışsal bir yaklaşım)*. (4. bs.) İzmir: Barış yayınları.
- Canfield, B.R. (1964). *Public relations: principles, cases and problems* [Halkla ilişkiler: prensipler, örnekler ve problemler]. (4th ed.) Homewood, ill: R.D. Irwin.
- Canfield, B.R. ve Moore F.H. (1973). *Public relations: principles, cases and problems* [Halkla ilişkiler: prensipler, örnekler ve problemler]. (6th ed.) Homewood, ill: R.D. Irwin.

- Cutlip, S. M., Center, A.H. ve Broom, M.G. (1985). *Effective public relations* [Etkili halkla ilişkiler] (6th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Çağın Yönetim Anlayışı: Toplam Kalite Yönetimi ve Uluslararası Kalite Harekatı.(2000). İstanbul: KalDer.
- Çakın, İ. (1983). Üniversite-Kütüphane İlişkisi. *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 32, 61-64.
- Çakın, İ. (1991). Araştırma Faaliyetleri ve Kütüphaneler. *Türk Kütüphaneciliği*, V, 4: 153-160.
- Çamlı, İ. (1988). Halkla İlişkilerde Araştırma Yöntemleri, Teknikleri. “*Halkla İlişkiler Sempozyumu*”. Ankara, TODAIE.
- Çelik, A. (1991). Türk Üniversite Kütüphanelerinin Sorunları. *Türk Kütüphaneciliği*, 5, 59-68.
- Çelik, A. ve Uçak, N. (1993). Üniversite Kütüphaneleri Üzerine. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 10, 115-121.
- Çelik, A. (1994). Yeni Üniversitelerde Kütüphane Sorunu. *Türk Kütüphaneciliği*, 8, 266-271.
- Çelik, H. (1969). Üniversitelerimizin Kütüphane Sorunu. *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 18, 200-206.
- Çınar, Ş. (1998). Başkent Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı TS-EN-ISO 9000 Çalışmaları. *Türk Kütüphaneciliği*, 12(1), 70-72.
- Çıngı, H. (1990). Örneklem Kuramı. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

- Çukadar, S. (1999). *Toplam Kalite Yönetiminin Kütüphanelerde Uygulanması: İstanbul Bilgi Üniversitesi Kütüphanesi İçin Toplam Kalite Yönetimi Sisteminin Geliştirilmesi*. Yüksek lisans tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Dow, R.F., Meringole, S. ve Clair, Gloriana St. (1995). Academic Collections in a Changing Environment [Değişen çevrelerde akademik koleksiyonlar]. *Academic libraries: Their rationale and role in American higher education* içinde (ss.103-123). Westport, Conn: Greenwood Pres.
- Efil, İ. (1999). *Toplam Kalite Yönetimi ve ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi* (4.bs.). İstanbul: Alfa yayıncılık.
- Emezi, H.O. (1972). Public relations in university libraries [Universite kütüphanelerinde halkla ilişkiler]. *Nigerian Libraries*, 8, 29-33.
- Erdoğan, İ. (2006). *Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler*.Ankara: Erk.
- Ertekin, Y. (1986). *Halkla İlişkiler*. (2. bs.) Ankara: TODAİE.
- Fındık, E. (1983). *Türkiye'deki Halk Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler*. Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Fındık, E. (1988a). Kütüphanecilikte Halkla İlişkiler. *Türk Kütüphaneciliği*, II, 2: 69-73.
- Fındık, E. (1988b). Halk Kütüphaneleri ve Halkla İlişkiler. *Türk Kütüphaneciliği*, II, 3: 99-102.
- Ford, V. (1985). PR: The state of public relations in academic libraries [PR: Akademik kütüphanelerde halkla ilişkilerin durumu]. *College and Research Libraries*, XLVI, 5: 395-401.

- Gelfand, M.A. (1968). *University libraries for developing countries* [Gelişmiş ülkelerde üniversite kütüphaneleri]. Unesco.
- Garvey, M. (1980). *Library public relations: A practical handbook* [Kütüphane halkla ilişkiler: uygulamalı el kitabı]. New York: The H.W. Wilson Company.
- Gove P.B. (Ed.). (1981). *Webster's third new international dictionary*. Massachusetts: Merriam-Webster Inc.
- Guinchat, C. ve Meneoe, M. (1990). *Bilgi ve Dokümantasyon Çalışma Tekniklerine Genel Giriş* (S. Taner, Çev.). Ankara: Kültür Bakanlığı.
- Gürdal, S. (1997). *Halkla İlişkiler ve Yerel Yönetimlerde Uygulamalar*. İstanbul: Simge Ofis Matbaacılık
- Haeuser, M. ve Olivier, E.R. (1989). Effective public relations programs benefit academic libraries [Etkili halkla ilişkiler programlarının üniversite kütüphanelerine yararı]. *College and Research Libraries News*, 50(6): 490-493.
- Halkla İlişkiler. (1988). *Ana Britannica* içinde (c.10 , s. 313). İstanbul: Ana Yayıncılık ve Sanat Ürünlerini Pazarlama A.Ş.
- Harrison, K.C. (1982). *Public relations for librarians* [Kütüphaneciler için halkla ilişkiler]. (2nd ed.) Hampshire: Gower.
- Harrison, S. (1995). *Public relations: An introduction* [Halkla ilişkiler: giriş]. London: Routledge.
- Hill, N.L. ve White, C. (2000). Public relations practitioners perception of the world wide web as a communications tool [Halkla ilişkiler uygulayıcılarının iletişim aracı olarak world wide webi algılayışları], *Public relations review*, 26(1), s.31-32.

- International encyclopedia of information and library science*.(2003). London: Routledge.
- Jefkins, F. (1974). *Marketing and Relation Public, Media Planning* [Pazarlama ve halkla ilişki, medya planlaması]. Oxford: Pergamon Press.
- Jefkins F. (1998). *Public relations* [Halkla ilişkiler]. (D. Yadin, Ed.). London: Pearson Professional Limited.
- Kadıbeşegil, S. M. (1989). Tanıtım ve Halkla İlişkiler. “*Türkiye Tanıtma Sempozyumu*”: 16-17 Mayıs 1989 Ankara içinde (ss. 154-165). Ankara : TC. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü.
- Kantarcı, H. (1999). *Toplam Kalite Yönetimi ve Toplum Kalitesi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Kaptan, S. (1995). *Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri*. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Kantemir, E. (1995). Yazılı ve Sözlü Anlatı. Ankara: Engin Yayınları.
- Karp, R. S. (Ed.). (1995). *Part- time public relations with full- time results: a PR primer for libraries* [Yarı zamanlı halkla ilişkilerin tam zamanlı sonuçları: kütüphaneler için PR'in temeli] . Chicago: American Library Association.
- Kavrakoğlu, İ. (1993). *Kalite Cep Kitabı*. İstanbul: KalDer.
- Kayan, Y. (1996). *Üniversite Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler ve Türkiye’de Durum*. Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Kazancı, M. (1980). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Ankara Üniversitesi.



- Kazancı, M. (1982). *Halkla İlişkiler: Kuramsal ve Uygulamaya İlişkin Sorunlar*. Ankara: Savaş
- Keyman, D. (1982). Üniversite Kütüphanelerinde Okuyucu Eğitimi. *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 31, 164-168.
- Kies, C. (1987). *Marketing and public relations for libraries* [Kütüphanelerde pazarlama ve halkla ilişkiler]. Metuchen: The Scarecrow Pres.
- Kitchen, P.J. (2002). *Public relations: principles and practice* [Halkla ilişkiler: prensipler ve uygulama]. London: Thomson.
- Kurbanoglu, S. (2005). *Kaynak Gösterme El Kitabı*. Ankara: ÜNAK.
- Küçük Kurt, M. (1988). Halkla İlişkilerde Araştırma Yöntemleri ve Değerlendirme. *Halkla ilişkiler sempozyumu-1987*. Ankara: AÜ BYYO Yayınları.
- Külcü, Ö. (2005). *Kamu Üniversitelerinde Kalite Yönetimi ve Kalite Sistem Dokümantasyonu Çerçevesinde Belge Yönetimi*. Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Lesly, P. (1989). The nature and role of public relations [Halkla ilişkilerin rolü ve yapısı]. *Lesly's Handbook of Public\_Relations and Communications*. (4<sup>th</sup> ed.) Chicago: Probus Publishing, 3-19
- Marshall, N.J. (2001). Public relations in academic libraries: a descriptive analysis [Akademik kütüphanelerde halkla ilişkiler: tanımlayıcı analiz]. *The Journal of Academic Librarianship*, 27(2): 116-121. Erişim: 26 Ekim 2005, Science Direct.
- Marston, J.E. (1963). *The nature of public relations* [Halkla ilişkilerin yapısı]. New York: Mc Graw-Hill Book Company.

- Metcalf, K.D. (1986). *Planing academic and research library buildings* [Akademik ve araştırma kütüphane binalarının planlaması]. Chicago: ALA.
- Mihçioğlu, C. (1970). Halkla İlişkiler Nedir? *Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, III: 1/4: 99*
- Neal, James G. (1996). Academic libraries: 2000 and beyond [Akademik kütüphaneler: 2000 ve ilerisi]. *Library Journal, 121, 74-76*
- Newsom, D., Scott, A ve Vanslyke, Turk J. (1989). *This is PR: the realities of public relations* [Bu halkla ilişkiler: halkla ilişkiler gerçekleri]. California: Wodsworth Publishing Company.
- Nolte, L.W. (1974). *Fundamentals of public relations* [Halkla ilişkilerde esaslar]. New York: Pergamon pres.
- Norton, A. (1984). Library public relations: new opportunities in a growing field [Kütüphane halkla ilişkiler: gelişen alanlarda yeni fırsatlar]. *Library Trends, XXXII, 3: 291-302*
- Ogunrombi, S.A. (1997). Exhibitions in university libraries [Üniversite kütüphanelerinde sergiler]. *Library Review, 46, 428-433*. Erişim: 26 Ekim 2005, Proquest 5000.
- Okay, A. ve Okay, A. (2005). *Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları*. İstanbul: Der Yayınevi.
- Onal, G. (1997). *Halkla İlişkiler*. İstanbul: Türkmen Kitabevi .
- Orrick, J.B. (1967). *Halkla İlişkiler: Ders Notları* (O. Onaran, Çev.). Ankara: A.Ü. SBF Basın Yayın Yüksek Okulu

- Özdönmez, M., Akesen, A. ve Ekizoğlu, A. (1999). *Halkla İlişkiler*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Peltekoğlu, F.B. (1993). *Halkla İlişkilere Giriş*. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Peşkircioğlu, N. (1996). *Toplam Kalite Yönetimi ve Katılımcılık*, Verimlilik dergisi, “Toplam Kalite”, s.32. Ankara:MPM.
- Rice, B. (1972). *Public relations for public libraries: creative problem solving* [Halk kütüphanelerinde halkla ilişkiler: yaratıcı problem çözümü]. New York: The H. W. Wilson Company
- Robinson, E.J. (1967). *Public relations and survey research-achieving organizational goals in a communications context* [Halkla ilişkiler ve anket araştırması-iletişim kapsamında organizasyon hedeflerine ulaşmada]. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Sabuncuoğlu, Z. (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler* (6. bs.). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Sefercioğlu, N. (1999). *Arayış: Kütüphanecilik ve Kütüphaneler Üzerine Görüşler ve Düşünceler*. Ankara:Türk Kütüphaneciler Derneği.
- Seitel, F.P. (1987). *The practice of public relations* [Halkla ilişkilerin uygulanması]. Columbus: Merrill Pub. Co.
- Sherman, S. (1971). *ABC's of library promotion [Kütüphane tanıtımının ABC'si]* . Metuchen: The Scarecrow Press.
- Simmons, M.L. (1989). Public relations and the library [Halkla ilişkiler ve kütüphane]. *Intellectual Freedom Manual* içinde.(ss.187-191) Chicago: ALA.

- Sönmez, P. (2000). *Üniversite Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler ve Bilkent Üniversitesi Kütüphanesi*. Yüksek lisans tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Şen, S. ve Çerçi, M. (1976). *Halkla İlişkiler* (2.bs.). Ankara: DPT yayınları.
- Şener, S. (1992). *Halkla İlişkiler*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Tak, B. (1996). Toplam Kalite Yönetiminde Halkla İlişkilerin Rolü. *Önce kalite*, 4(18), 17-21.
- Tengilimoğlu, D. ve Öztürk, Y. (2004). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Tez ve rapor yazım yönergesi (2005, Aralık). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Web Sitesi. Erişim: 25 Aralık 2005, <http://www.sosyalbilimler.hacettepe.edu.tr/belgeler/tezyonergesi.pdf>
- Tikveş, Ö. (2005). *Halkla İlişkiler ve Reklamcılık: Temel İlkeler-Uygulamadan Örnekler*. İstanbul: Beta.
- Thompson, G. (1996). *Planning and design of library buildings* [Kütüphane binalarının planlanması ve düzenlenmesi]. Oxford: Architectural Press.
- Toplam Kalite Yönetimi*. (1999). Ankara: T.C. Ziraat Bankası.
- Toplu, M. (1992). Üniversite Kütüphanelerinin Bilimsel Araştırmadaki İşlevi ve Türkiye Gerçeği. *Türk Kütüphaneciliği*, 6, 22-42.
- Tortop, N. (2001). Halkla İlişkilerin Gelişmesi ve Uyulması Gereken Temel İlkeleri. *Amme idaresi dergisi*, 34(2), 69-77.
- Tortop, N. (2003). *Halkla İlişkiler* (8. bs.). Ankara, Yargı.

- TS-EN-ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemleri: Temel Eğitim Notu (2001). Ankara: TSE.
- Tunçkanat, H. (1989). Araştırma Olgusu ve Üniversite Kütüphanelerinin Üniversite İçindeki Yeri. *Türk Kütüphaneciliği*, 3, 189-195.
- Usherwood, B. (1989). *Kütüphanenin Halkla İlişkileri: Bir Giriş*. (Çev. Ayşe Işın) Kütüphanecilikle ilgili seçme metinler. İstanbul: TKD İstanbul Şubesi, 45-66
- Welch, J.M. (2005). The electronic welcome mat: the academic library web site as a marketing and public relations tool [Elektronik karşılama zemini: pazarlama ve halkla ilişkiler aracı olarak akademik kütüphane web sayfası]. *The Journal of Academic Librarianship*, 31, 225-228. Erişim: 26 Ekim 2005, Science Direct.
- Wilcox, D.L., Ault, P.H., Agee, W.K. (1998). *Public relations: strategies and tactics [Halkla ilişkiler: stratejiler ve hareketler]*. New York: Addison-Wesley.
- Wilson, L.R. ve Tauber, M.F. (1956). *The university library: the organization, administration, and functions of academic libraries* [Üniversite kütüphanesi: üniversite kütüphanelerinin kurulması, idaresi ve görevleri]. New York: Columbia University Press.
- Withers, F.N. (1988). *Kütüphane Hizmeti Standartları. Milletlerarası Bir İnceleme*. (Çev. Sönmez Taner ve Aysel San). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü.
- Wolfe, L.A. (1997). *Library public relations and promotions, and communications* [Kütüphane halkla ilişkiler, tanıtımlar ve iletişimler]. New York: Neal-Schuman Publishers.
- Yalçındağ, S. (1985). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler. *Amme İdaresi Dergisi*, XIX, 1: 131-156

- Yapar, B.M. (1999). *Devlet İstatistik Enstitüsü'nde Halkla İlişkiler Uygulaması*. Ankara: Devlet İstatistik Enstitüsü Uzmanlık Tezi.
- Yavaş, M., Eryılmaz S., ve Alabay, M.N. (2001). *Bilgisayar Teknolojisinin Kullanımı*. Ankara: Detay yayıncılık.
- Yazıcı, R. (1996). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Semih Ofset.
- Yılmaz, A. ve Ekici, S. (1997). İşletmelerde Halkla İlişkiler Uygulamalarının Etkinliğini Belirleyen Çevresel ve Örgütsel Faktörler Üzerine Görgül Bir Araştırma. *Verimlilik Dergisi*, 2: 109-141.
- Yılmaz, E. (1996). *Kütüphanecilikte Halkla İlişkiler ve Kitle İletişim Araçları*. Yüksek lisans tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Yılmaz, E. (1997). Kütüphanecilikte Halkla İlişkiler ve Kitle İletişim Araçları. *Türk Kütüphaneciliği*, 11(1), 29-41.
- Yılmaz, E. (2005). *Bilgi Merkezlerinde Toplam Kalite Yönetimi*. Ankara: Alp yayınevi.
- Yılmaz, M. (2003, Ekim). Bilgi Merkezleri ve Toplam Kalite Yönetimi İlişkisi: Bir Uygulama. Erişim: 25 Mart 2006, <http://www.humanity.ankara.edu.tr/bilgibelge/my.html>
- Yurdadoğ, B.U. (1974). *Kitaplık Bilim Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Türk Dil Kurumu.
- Yükseköğretim Kanunu. (1981). *T.C. Resmi Gazete*. 6 Kasım 1981, sayı:17506.

## EK-1

### BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ'NDE HALKLA İLİŞKİLER KULLANICI ANKETİ

Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü yüksek lisans öğrencisiyim. Bu anket, kullanıcıların Başkent Üniversitesi Kütüphanesinin halkla ilişkiler etkinliklerine yönelik düşüncelerini belirlemek amacıyla yapılmaktadır. Anketten elde edilecek veriler yapılacak yüksek lisans tezinde kullanılacaktır. Sorularda size uygun olan seçenekleri içtenlikle seçmeniz, araştırmamız açısından çok önemlidir. Yardımlarınız için teşekkür ederim.

Nermin Gül Çağlar  
HÜ Yüksek Lisans Öğrencisi

Anket kodu: ( )

#### SORULAR

**1. BÜ (Başkent Üniversitesi) Kütüphanesini ne kadar sıklıkla kullanıyorsunuz?**

- 1 ( ) Haftada birkaç kez ve daha fazla  
2 ( ) Haftada bir kez  
3 ( ) Ayda birkaç kez  
4 ( ) İki ayda bir kez ve daha az

**2. BÜ Kütüphanesini kullanmayı nasıl öğrendiniz?**

- 1 ( ) Kütüphanecilerden  
2 ( ) Kütüphane tanıtım turundan  
3 ( ) Kütüphane web sayfasından  
4 ( ) Kendi çabalarımla  
5 ( ) Diğer (Açıklayınız).....

**3. BÜ Kütüphanesini kullanırken kütüphaneden kaynaklanan güçlükler çektiğinizi düşünüyor musunuz?**

- 1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen

**4. Üçüncü soruya yanıtınız “Evet” ise hangi açılardan güçlük çekiyorsunuz? (Lütfen öncelik sırasına göre belirtiniz.)**

- 1 ( ) .....  
2 ( ) .....  
3 ( ) .....

**5. Sizce BÜ Kütüphanesinde gerçekleştirilen işlem ve hizmetler nasıldır?**

- 1 ( ) Hızlı, kolay ve dinamik  
2 ( ) Yavaş, zor ve hantal  
3 ( ) Zaman zaman hızlı ve kolay, zaman zaman yavaş ve zor

**6. BÜ Kütüphanesi web sayfasını kullanmak, kütüphane hizmetlerinden yararlanmanızı olumlu yönde etkiliyor mu?**

- 1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen                      4 ( ) BÜ Kütüphanesi web sayfasını kullanmıyorum

7. **BÜ Kütüphanesi içerisindeki yer gösteren tabelaları, raf yönlendirmeleri ve kütüphane kurallarını gösteren açıklamaları yeterli buluyor musunuz?**

1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen

8. **BÜ Kütüphanesi binasının sağlam, estetik ve iç açıcı olduğunu düşünüyor musunuz?**

1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen

9. **BÜ Kütüphanesi binasının temiz olduğunu düşünüyor musunuz?**

1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen

10. **BÜ Kütüphanesinin düzenli olduğunu düşünüyor musunuz?**

1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen

11. **Kütüphanede çalışan personel hakkındaki düşüncelerinizi belirtiniz (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz).**

- 1 ( ) Kullanıcılara her zaman yardımcı olmaktadırlar  
2 ( ) Kullanıcılara güler yüzlü davranmaktadırlar  
3 ( ) Mesleklerinde bilgili ve tecrübelidirler  
4 ( ) Okuyuculara ilgisiz davranmakta ve yardımcı olmamaktadırlar  
5 ( ) Diğer (Açıklayınız).....

12. **BÜ Kütüphanesi, işlem ve hizmetlerini geliştirmede sizin fikrinizi alıyor mu? (Anket, istek- şikayet- kutusu vb. biçimlerde) ve sizinle işbirliği yapıyor mu?**

1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen

13. **BÜ Kütüphanesinin hizmetleri ile ilgili bilgilendirmelerine inanıyor musunuz?**

1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen

14. **BÜ Kütüphanesi, işlem ve hizmetleri hakkında sizi nasıl bilgilendiriyor? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)**

- 1 ( ) Afiş, pankart, el ilanı, broşür  
2 ( ) Yıllık rapor  
3 ( ) Yüzyüze görüşme, telefon  
4 ( ) Radyo, televizyon  
5 ( ) Tören, toplantı  
6 ( ) İnternet (E-posta yoluyla yapılan duyurular)  
7 ( ) Duyuru panosu  
8 ( ) Kendim kütüphaneye gelerek  
9 ( ) Kütüphanenin bölümlere ve fakültelere yaptığı tanıtıcı hizmetler

15. **BÜ Kütüphanesinin işlem, hizmet ve kuralları ile ilgili yaptığı bilgilendirme yeterli mi?**

1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen

16. **BÜ Kütüphanesinin işlem ve hizmetlerinde gerçekleştirdiği yenilikleri merak ediyor musunuz?**

1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen

17. **Kütüphanenin hizmetleri hakkında sizi çeşitli yollarla haberdar etmesi kullanımınızı nasıl etkiliyor?**

1 ( ) Etkilemiyor      2 ( ) Olumlu etkiliyor                      3 ( ) Olumsuz etkiliyor



**18. BÜ Kütüphanesinin hizmetleri ile ilgili çeşitli araçlarla (internet, afiş vb.) yaptığı duyuruları yeterli buluyor musunuz?**

1 ( ) Evet                      2 ( ) Hayır                      3 ( ) Kısmen

**19. BÜ Kütüphanesi ortaya çıkan/çıkacak bilgi gereksinimlerini;**

1 ( ) Tamamen karşılamaktadır  
2 ( ) Kısmen karşılamaktadır  
3 ( ) Genelde karşılayamamaktadır

**20 Sizce kütüphane BÜ için ne kadar önemlidir?**

1 ( ) Çok önemli                      2 ( ) Önemli                      3 ( ) Kısmen önemli  
4 ( ) Önemli değil

**21. BÜ Kütüphanesini kullanmanın sizde nasıl bir değişiklik yarattığını düşünüyor sunuz?**

1 ( ) Eğitim yaşamımı ve entelektüel gelişimimi olumlu etkiliyor  
2 ( ) Eğitim yaşamıma ve entelektüel gelişimime herhangi bir etkisi olmuyor  
3 ( ) Diğer (Açıklayınız).....

**22. BÜ Kütüphanesi hakkındaki genel düşünceniz nedir?**

1 ( ) Olumlu (Yeterli, estetik ve sempatik vb.)                      2 ( ) Olumsuz (Yetersiz, estetik -  
sempatik değil vb.)  
3 ( ) Kısmen olumlu (Kısmen yeterli, estetik ve sempatik vb.)

**23. BÜ Kütüphanesi hakkında belirtmek istediğiniz başka birşey var mıdır?  
(Lütfen kısaca açıklayınız.)**

.....  
.....  
.....

EK-2

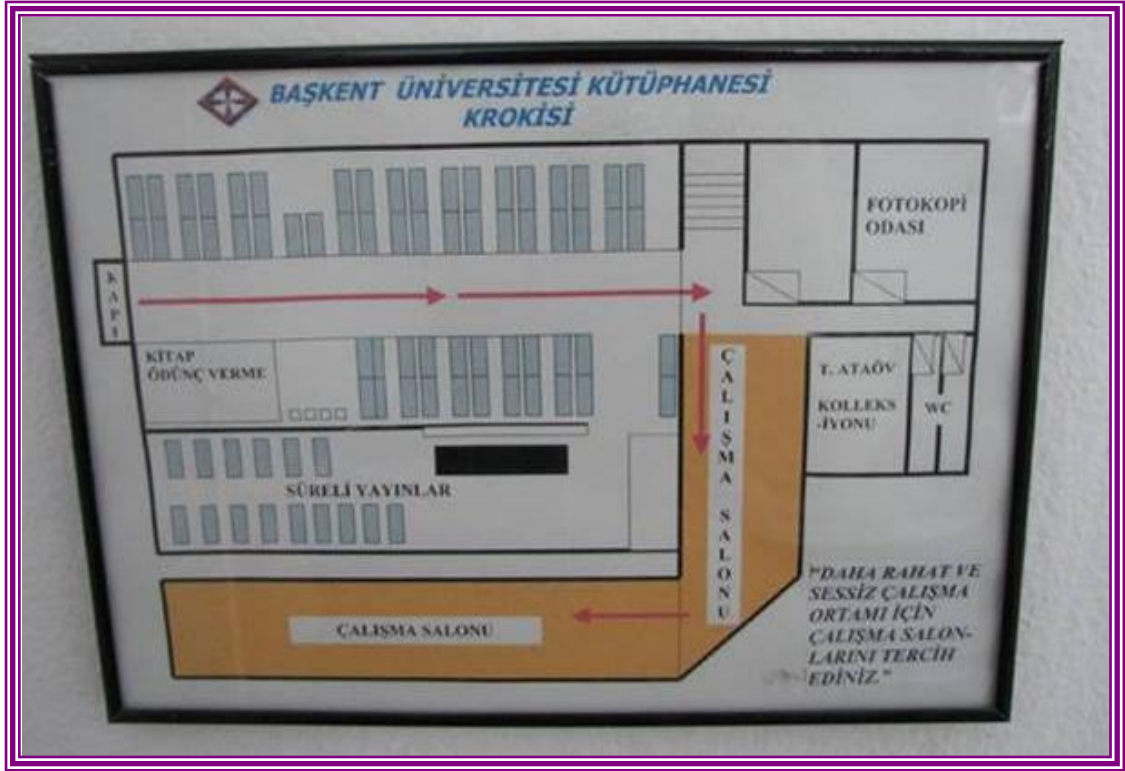
BAŞKENT ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ' NDE KULLANILAN BAZI HALKLA İLİŞKİLER ARAÇLARINA AİT FOTOĞRAFLAR



DUYURU PANOSU



ŞİKAYET KUTUSU



KROKİ TABELASI



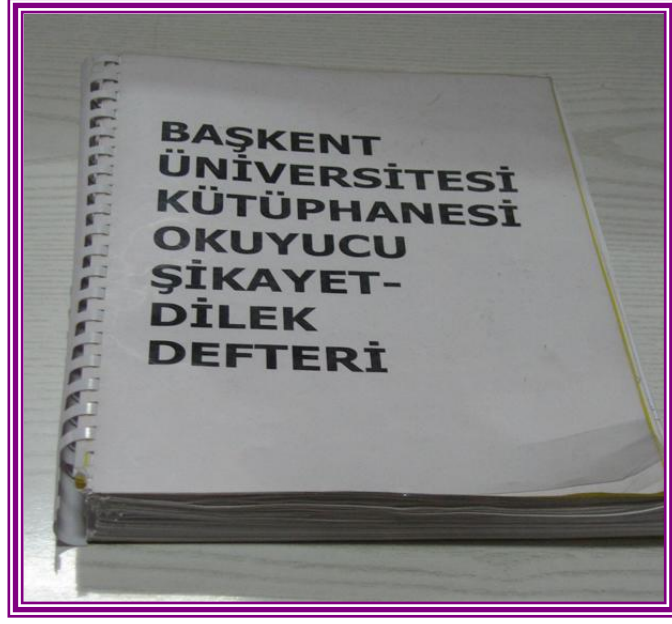
YÖNLENDİRİCİ TABELA



UYARI YAZISI



RAF YÖNLENDİRMEĞİ



OKUYUCU ŞİKAYET DİLEK DEFTERİ



TANITIM BROŞÜRÜ



YÖNLENDİRİCİ TABELALAR

## ÖZGEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Nermin GÜL ÇAĞLAR

Doğum Yeri ve Tarihi : ANKARA-30.05.1974

### Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi  
Kütüphanecilik Bölümü.

Yüksek Lisans Öğrenimi : Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi  
Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

Bilimsel Faaliyetleri :

### İş Deneyimi

Stajlar : ODTÜ Kütüphanesi, TRT Kütüphanesi

Projeler :

Çalıştığı Kurumlar : Başkent Üniversitesi Kütüphanesi  
Referans Hizmetleri, Sipariş Hizmetleri.

### İletişim

E-Posta Adresi : nerming@baskent.edu.tr

Tarih : 17.05.2006