

**T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANABİLİM DALI**

ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER VE TÜRKİYE'DE DURUM

YÜKSEK LİSANS TEZİ

51301

**Tez Danışmanı
Prof.Dr. Necmeddin SEFERCİOĞLU**

**Hazırlayan
Yusuf KAYAN**

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

Ankara - 1996

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Yusuf Kayan'a ait "Üniversite Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler ve Türkiye'de Durum" adlı çalışma jürimiz tarafından Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan :
(Akademik Ünvanı, Adı Soyadı)

Üye :
(Akademik Ünvanı, Adı Soyadı (Danışman))

Üye :
(Akademik Ünvanı, Adı Soyadı)

Sevgili Anneme ve Babama ...



ÖZET

Üniversiteler toplumların, ekonomik, sosyal, bilim ve teknoloji alanındaki gelişmesini doğrudan etkileyen ve ona yön veren kurumlardır. Üniversite kütüphaneleri ise üniversitenin işlevlerini yerine getirebilmesinde temel unsurlardan biri olarak eğitim-öğretim programlarını ve yapılan araştırmaları desteklemek görevini üstlenmişlerdir.

Örgütlerin, varlıklarını devam ettirebilmek ve geleceğe ilişkin amaçlarına ulaşabilmek için çevreleriyle iyi niyete, karşılıklı yarara dayalı ilişkiler kurma ve geliştirme ihtiyacı hissetmelerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan halkla ilişkiler; önemi giderek artan, hiçbir örgütün gözardı edemediği çağdaş bir yaklaşım, bir yönetim fonksiyonu ve faaliyet alanıdır.

Çağdaş kurumlar olarak üniversite kütüphaneleri, bağlı oldukları üniversitenin bilgi-belge ihtiyacını karşılamak ve hizmetlerini en üst düzeyde vermek durumundadırlar. Bunun için de ilgili kitlelerin ihtiyaçlarını bilmek, düşüncelerini önemsemek, onlarla sağlıklı ilişkiler kurmak ve sürdürmek yolunda çaba sarfetmelidirler. Bu nedenle halkla ilişkiler çalışmaları, hemen her kurumda olduğu gibi, üniversite kütüphaneleri için de zorunlu bir faaliyet alanı olarak belirmektedir.

Ülkemiz üniversite kütüphanelerinde maalesef halkla ilişkiler faaliyetlerine gereken önem verilmemekte ve bu konuda yaygın bir bilgi eksikliği göze çarpmaktadır. Bu yargıya toplanan veriler ışığında ulaşılmış, böylece de çalışmanın hipotezi doğrulanmıştır.

SUMMARY

Universities are institutions that directly effect the economic, social, scientific and technical developments of the societies and directs them. University libraries have assumed to take responsibility of research and education which are basic elements in functioning of universities.

Organizations, in order to continue their existence and achieve their goals and as a result of the need to set up a mutual benefit relations and to improve them have emerged the public relations which are contemporary approach, management function and activity field that can not be ignored by the organizations and their importance gradually increases.

As contemporary institutions, university libraries have to meet the information and documentation needs and serve at their highest level to their universities. In order to achieve this, university libraries have to know the needs of the society they serve, consider their thoughts, have good relations and work hard to maintain their relations. For these reasons public relations works appear as essential function for university libraries.

In our country, unfortunately public relations are not considered as an important function in university libraries and common lack of information in this field can be seen. We have reached to this conclusion with the collected data and thesis of our work has been confirmed.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
ÖZET	i
SUMMARY	ii
İÇİNDEKİLER	iii
TABLolar LİSTESİ	vii
ÖNSÖZ	viii

GİRİŞ	1
A. KONUNUN ÖNEMİ	1
B. ÇALIŞMANIN AMACI VE VARSAYIMI	2
C. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ	3
Ç. ÇALIŞMA ALANI VE VERİLERİN TOPLANMASI	4
D. ÇALIŞMANIN DÜZENİ	4
E. KAYNAKLAR	6

I. BÖLÜM

ÜNİVERSİTE VE ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİ	7
A. ÜNİVERSİTE	7
A.1. Üniversitelerin Tarihsel Gelişimi	7
A.2. Çağdaş Üniversite	10
A.3. Üniversitenin Amaçları	12
A.4. Üniversitenin İşlevleri	13
B. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİ	14
B.1. Üniversite Kütüphanelerinin Önemi	14
B.2. Üniversite Kütüphanelerinin Amaçları	16
B.3. Üniversite Kütüphanelerinin İşlevleri	18
B.4. Üniversite Kütüphanelerinin Unsurları	19
B.5. Üniversite Kütüphanelerinin Hizmetleri	28
B.5.1. Teknik Hizmetler	28
B.5.2. Okuyucu Hizmetleri	34

II. BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER	38
------------------------	----

	Sayfa No
A. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	38
B. HALKLA İLİŞKİLERİN KAPSAMI VE NİTELİĞİ	43
C. HALKLA İLİŞKİLERİN AMAÇLARI	46
Ç. HALKLA İLİŞKİLERİN İLKELERİ	47
D. HALKLA İLİŞKİLER ARAÇLARI	51
D.1. Yazılı ve Basılı Araçlar	51
D.2. Görsel - İşitsel Araçlar	56
D.3. Sosyal ve Kültürel Faaliyetler ve Diğer Araçlar	59
E. HALKLA İLİŞKİLERİN ÖRGÜTLENMESİ	64
E.1. Halkla İlişkilerin Örgütteki Yeri	65
E.2. Halkla İlişkiler Biriminin Örgütlenmesi	66
E.3. Halkla İlişkiler Personeli	67
F. HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİ	68
F.1. Araştırma	68
F.2. Planlama	69
F.3. Uygulama	70
F.4. Değerlendirme	71
 III. BÖLÜM	
ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER ...	73
A. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ VE İŞLEVİ	73
B. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE SİSTEM YAKLAŞIMI VE HALKLA İLİŞKİLER	77
C. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HEDEF KİTLELER	80
C.1. Kütüphane İçi İlişkiler ve Hedef Kitle	80
C.2. Kütüphane Dışı İlişkiler ve Hedef Kitleler	81
Ç. HİZMETLER TEMELİNDE HALKLA İLİŞKİLER	87
Ç.1. Teknik Hizmetler ve Halkla İlişkiler	87
Ç.2. Kullanıcı Hizmetleri ve Halkla İlişkiler	89
D. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE BAŞLICA HALKLA İLİŞKİLER ETKİNLİK VE ARAÇLARI	93
D.1. Tanımaya Dönük Etkinlik ve Araçlar	93
D.2. Tanıtmaya Dönük Etkinlik ve Araçlar	100

IV. BÖLÜM

**ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER
FAALİYETLERİNE İLİŞKİN ANKET UYGULAMASI 110**

A. BULGULAR VE YORUM	110
A.1. Anket Uygulanan Üniversite Kütüphaneleri	110
A.2. Üniversite Kütüphanelerinin Kuruluş Yılları	113
A.3. Kütüphane Yöneticilerinin Cinsiyeti	113
A.4. Kütüphane Yöneticilerinin Yaş Durumu	113
A.5. Eğitim Durumu	114
A.6. Mezun Olunan Bölümler	114
A.7. Kütüphanecilik Eğitimi Alınıp Alınmadığı	115
A.8. Kütüphanecilik Eğitimi Alanların Bu Eğitimi Hangi Düzeyde Aldıkları	115
A.9. Yöneticilerin Kütüphanede Çalıştıkları Süreler	116
A.10. Kütüphanede Geçen Yöneticilik Süreleri	116
A.11. Görevlerini Asaleten ya da Vekaleten Yürüttükleri	117
A.12. Personelin Eğitim Durumu ve Sayıları	117
A.13. Kütüphane Yöneticilerinin Görevleri	118
A.14. Yöneticilerin Kütüphanecilikte Halkla İlişkiler Kavramıyla İlgili Tanımları	119
A.15. Yöneticilerin Kütüphaneye İlgili Olarak Önemli Buldukları Hususlar	121
A.16. Halkla İlişkiler Eğitimi Alınıp Alınmadığı	122
A.17. Halkla İlişkiler Eğitimi Almak İstenip İstenmediği	122
A.18. Personelin Halkla İlişkiler Eğitimi Alıp Almadığı	122
A.19. Yöneticilerin, Personelin Halkla İlişkiler Eğitimi Görmeleri Konusundaki Düşünceleri	122
A.20. Üniversite Kütüphanelerinin İmajı	123
A.21. Personel-Kullanıcı İlişkileri	123
A.22. Personel-Kullanıcı İlişkilerindeki Sorunların Nedenleri	123
A.23. Yöneticinin Girişimiyle Basın Yayın Organlarından Yararlanma	124
A.24. Kütüphanede "Dilek ve Şikayet Kutusu" veya "İlan Panosu"	124

	<u>Sayfa No</u>
A.25. Kullanıcıların Kütüphaneye İlişin Düşünce, İstek ve Şikayetlerinin Tesbiti	125
A.26. Kütüphanenin Tanıtılması ve Hizmetler Hakkında Bilgi Verme	125
A.27. Basılı Halkla İlişkiler Araçlarından Yararlanma	125
A.28. Görsel-İşitsel Araçlardan Yararlanma	126
A.29. Sosyal ve Kültürel Faaliyetlerden Yararlanma	126
A.30. Sergilerden Yararlanma	127
A.31. Halkla İlişkiler Birimi ya da Görevlisi	127
A.32. Halkla İlişkiler Birimi veya Görevlisine Duyulan Gereksinim	128
A.33. Danışma Hizmeti Birimi veya Görevlisi	128
A.34. Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kim ya da Kimler Tarafından Yütürülmesi Gerektiği	128
A.35. Kullanıcılara Yardımcı Olmak ve Yol Göstermek Amacıyla Kullanılan Araçlar	129
A.36. Kütüphanenin Bulunduğu Yerin Şehir Planı veya Şehir İçinde İşaret ya da Levhalarla Gösterilmesi	130
A.37. Kütüphane İle İlgili Bir Yenilik ya da Olayın Duyurulması ..	130
A.38. Kullanıcılara İlgi Alanlarına Göre Yeni Gelen Yayınlar Listesi veya İçindekiler Sayfalarının Fotokopilerinin İletilmesi	130
A.39. Kütüphaneyi Çeşitli Konularda Destekleyen Dernek veya Gruplar	130
A.40. Kütüphaneyi Desteklemek Üzere Bir Dernek ya da Grup Oluşturma Konusunda Girişim	131
SONUÇ VE ÖNERİLER	132
A. SONUÇ	132
B. ÖNERİLER	138
KAYNAKÇA	141
EKLER	154

TABLÖLAR LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
1. Üniversite Kütüphaneleri ve Kuruluş Yılları	111
2. Yöneticilerin Mezun Oldukları Bölümler	114
3. Kütüphanecilik Eğitiminin Düzeyi	115
4. Yöneticilerin Kütüphanede Çalıştıkları Süreler	116
5. Kütüphanede Geçen Yöneticilik Süreleri	116
6. Personelin Eğitim Durumu ve Sayıları	117
7. Basılı Halkla İlişkiler Araçlarından Yararlanma	125
8. Görsel-İşitsel Araçlardan Yararlanma	126
9. Sosyal ve Kültürel Faaliyetlerden Yararlanma	127
10. Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kim ya da Kimler Tarafından Yürütülmesi Gerektiği	128
11. Kullanıcılara Yardımcı Olmak ve Yol Göstermek Amacıyla Kullanılan Araçlar	129

ÖNSÖZ

Çağımız son dönemlerde yaygınlıkla "bilgi çağı" olarak nitelendirilmekte ve "bilgi toplumu" olmak, bir amaç olarak gösterilmektedir.

Ülkeler arasındaki yarışta konumu, "bilimsel bilgi" belirlemektedir. Günümüzde bilgi, üretilen, tüketilen, alınıp-satılan bir meta, aynı zamanda da ülkelerin gelişmişlik düzeyinin belirlenmesinde bir ölçü özelliğini kazanmıştır.

Bu bağlamda bilgi-belge hizmetleri ve bilgi-teknoloji üretimi büyük önem kazanmış, bu işlerle uğraşan kurumlar toplumda ayrıcalıklı bir yer edinmeye başlamışlardır.

Temel görevi üniversitedeki eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetlerini desteklemek olan üniversite kütüphaneleri, bilgi ile onu kullananlar arasında anahtar konumundadır. Bu konumun gereği olarak üniversite kütüphanesi, kullanıcılarla arasındaki ilişkileri iki tarafın yararına düzenlemek, kullanıcılarını tatmin etmek durumundadır.

Yirminci yüzyıl başından itibaren hızlı bir gelişim göstermiş olan halkla ilişkiler, pek çok alanda olduğu gibi kütüphaneciliğin de gündemine girmiştir. Batı dünyasında kütüphanecilik alanında halkla ilişkiler çalışmaları, halkla ilişkilerin genel gelişim çizgisine hemen hemen denk düşerken, ülkemizde ne yazık ki yeni yeni bu tür çalışmalara rastlanılmaktadır. Üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler konusunda ise hiç bir çalışma mevcut değildir.

Çalışma hem bu alandaki boşluğu doldurmak, hem de üniversite kütüphanelerindeki durumu ortaya koymaya yönelik olarak düşünülmüştür. Araştırmamız bu konudaki çalışmalara bir katkı sağlar ve ilgili çevrelerin dikkatini çekebilirse amacına ulaşmış sayılacaktır.

Çalışmam boyunca beni yönlendiren bilgi, ilgi ve desteğini esirgemeyen Sayın hocam ve danışmanım Prof.Dr. Necmeddin Sefercioğlu'na, özellikle anket konusunda bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım Doç.Dr. Mehmet Küçükkurt ve Yrd.Doç. Nurettin Güz'e, anketin uygulanmasındaki yardımlarından dolayı YÖK Yayın ve Dökümantasyon Daire Başkanı Sayın Sevin İlgün'e, çeşitli konularda her zaman yardımını gördüğüm sevgili Erol Yılmaz'a en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Ayrıca çalışma boyunca bana her türlü destek ve yardımı sağlayan sevgili eşim Ayla'ya en derin duygularımla teşekkür ediyor, çalışma boyunca kendisine gereken ilgiyi gösteremediğime inandığım minik Çağla'yı sevgiyle anıyorum.



GİRİŞ

A. KONUNUN ÖNEMİ

Günümüz dünyasındaki hızlı değişim sürecinde kurumlar yeniliklere hızla adapte olmak, günün koşullarına uygun tavır ve yöntemler geliştirmek durumundadırlar. Bu çerçevede her kurum çevresi hakkında bilgi edinmek ve bu bilgiyi kurumun karar mekanizmalarına katmak yanında; yine bu çevreyi bilgilendirmek, onun yardım ve desteğini kazanmak zorundadır.

Tüm dünyada giderek önemi artmakta olan halkla ilişkiler, kurumların varlığını geliştirerek sürdürebilme mücadelesine doğrudan katkıda bulunan çağdaş bir anlayış ve yönetim işlevidir. İşte bu yüzden de yirminci yüzyıl kurumları genel eğilime uygun olarak halkla ilişkilere önem vermeye, bünyelerinde çeşitli adlar altında halkla ilişkiler birimleri oluşturmaya ve bu birimlerin faaliyetleri için önemli miktarlarda bütçe ayırmaya başlamışlardır.

Toplumun ihtiyacı olan nitelikli insan gücü yetiştirme, bilimsel araştırmalarla gelişmeye katkı sağlama ve içinde yer aldığı toplumun ortak kültür ve standardını yükseltme gibi çok önemli amaçlara yönelmiş olan üniversite, bir ülkenin sosyal, ekonomik, bilimsel ve teknolojik kalkınmasında vazgeçilmez bir yere sahiptir. Bilgi kaynaklarını toplayan, düzenleyen ve ürettiği diğer hizmetlerle birlikte kullanıcılarına sunan kütüphane de, eğitim-öğretim ve araştırmanın olduğu her yerde kendine yer bulmaktadır. Bu çerçevede üniversite kütüphanesi, üniversite kurumunun işlevlerini yerine getirmesi ve amaçlarına ulaşabilmesinde temel dayanak noktalarından biri, hatta en önemlisidir.

Üniversite kütüphanesi, çağdaş anlamda kurumlaşmak ve hizmetlerini üst düzeyde vermek yanında, ilişkide olduğu kitlelerle iyi niyete ve karşılıklı yarara dayalı sağlıklı ve sürekli ilişkiler kurmak, onları bilgilendirerek yardım ve desteklerini kazanmak ve bu sayede de ürettiği hizmetlerden azami ölçüde yararlanılmasını sağlamak zorundadır.

Kütüphanecilikte halkla ilişkiler konusunda dünya genelinde pek çok çalışma yapılmasına karşılık, Türkiye'de bu tür çabalar ne yazık ki yok denecek kadar azdır. Tesbit edilebilen tek akademik çalışma "Türkiye'deki Halk Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler" adlı doktora tezidir. (Fındık 1985). Bu tezde halkla ilişkilerin temel konu ve araçları genel bir çerçevede ele alınmış, daha çok uygulanan ankete ilişkin veriler üzerinde durulmuştur. Ayrıca yapılan taramalar sonucunda ilgili konuda dört tane de makaleye rastlanılmıştır. Bu makalelerden üç tanesi sözü edilen tezin yazarına aittir.

Halbuki bütün kütüphane türlerinde olduğu gibi üniversite kütüphanelerinde de, onların yeterince tanınmaması ve istenilen düzeyde kullanılmaması yüzünden, hizmetlerin yürütülmesi, sunumu ve kütüphaneci-kullanıcı ilişkisinde pek çok problemin yaşandığı bilinen bir gerçektir. Buradan hareketle üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkilerin gözardı edildiği ya da söz konusu kütüphanelerde hizmetlerin sunumunda halkla ilişkiler boyutunun eksik kaldığı rahatlıkla ileri sürülebilir. Bu çerçevede çalışmanın problem cümlesini "Neden üniversite kütüphaneleri istenilen düzeyde kullanılmamakta, mevcut kullanıcılarını tatmin edememekte ve onlara yeterince erişememektedir?" şeklinde ifade edebiliriz.

Tez konusu olarak bu konuyu seçmemizdeki temel gerekçe ise ülkemizde genelde kütüphanecilik alanında halkla ilişkiler konusunun yeterince irdelenmemiş olması, özelde ise üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler konusunda bir çalışmaya rastlanılmamış olması ve bu alandaki mevcut boşluktur.

B. ÇALIŞMANIN AMACI VE VARSAYIMI

Bu çalışma, üniversite kütüphanelerinin bir eğitim ve araştırma kurumu olan üniversite içindeki yerini, kurum-çevre veya kullanıcı ilişkisini halkla ilişkiler bakımından irdelleyerek teori bazında ortaya koymayı, Türk üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler çalışmalarının düzeyini saptayarak elde edilecek veriler ışığında tesbitlerde bulunmayı, somut öneriler getirmeyi ve bu konuda yapılacak çalışmalar için bir başlangıç noktası oluşturmayı

amaçlamaktadır. Bu bağlamda çalışmanın varsayımını; "Üniversite kütüphanelerinin ve verdiği hizmetlerin kurum çevresi tarafından yeterince tanınmaması ve bunun sonucu olarak da istenilen seviyede bu kurumlardan yararlanılamaması; ayrıca kütüphane-kullanıcı ilişkilerinde yaşanan problemlerin pek çoğu, halkla ilişkilere ve uygulamalarına gereken önemin verilmeyişinden ve kütüphane yöneticilerinin bu konudaki bilgi eksikliğinden kaynaklanmaktadır." şeklinde ifade edebiliriz.

C. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmada "Belgesel tarama yöntemi", "Betimleme yöntemi" ve "Anket tekniği" kullanılmıştır.

Belgesel tarama yöntemi "Var olan kayıt ve belgelerin sistemli şekilde incelenmesi yoluyla veri toplanmasıdır." (Karasar 1991: 183). Yazılı belgeler çerçevesinde belgesel tarama, belli bir amaca dönük olarak kaynakları bulma, okuma, not alma ve değerlendirme işlemlerini kapsar.

Betimleme yöntemi, "Olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, grupların ve çeşitli alanların ne olduğunun betimlenmeye ve açıklanmaya çalışılmasıdır" (Kaptan 1995: 59). Bu yöntemle dayanan araştırmalarla "durum nedir, ne yapmak istiyoruz, nereye veya hangi yöne gitmeliyiz, oraya nasıl gideriz?" gibi sorulara mevcut veriler ışığında cevap bulunmak istenir (Kaptan 1995: 59).

Anket tekniği ise "Belli bir amaç ve plana göre düzenlenmiş soru listesi" (Karasar 1991: 176) ya da "Kalem-kağıt yoluyla objenin, bireyin ya da grubun kendisi hakkında bilgi vermesi" şeklinde tanımlanmaktadır (Kaptan 1995: 138).

Ç. ÇALIŞMA ALANI VE VERİLERİN TOPLANMASI

Araştırma, üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler konusunu ve bu konunun ülkemiz üniversite kütüphanelerindeki uygulamalarını kapsamaktadır.

Çalışma, konunun teorik temeli ve pratik boyutunu içeren bir anlayışla ele alınmıştır. Pratik boyutla ilgili olarak uygulanan anket, Türkiye'de kurulu bulunan 55 "Üniversite" ve 2 "Yüksek Teknoloji Enstitüsü"nün merkez kütüphanelerine (Kütüphane ve Dökümantasyon Daire Başkanları'na) uygulanmıştır. Bunlardan 1 tanesi değerlendirme dışı tutulmuş, 1 tanesinde kütüphane olmadığı anlaşılmıştır. 6 tanesi ise cevap vermemiştir. Geriye kalan 49 anket formu değerlendirmeye tabi olmuştur. Anket gönderilecek kütüphane adresleri Yükseköğretim Kurulu Yayın ve Dökümantasyon Daire Başkanlığı'ndan elde edilmiştir.

Uygulanan ankette 1 açık uçlu, 39 kapalı uçlu soru yer almaktadır. Anket soruları çalışmanın amacına uygun olarak, varsayıma ilişkin verileri elde etmeye yönelik olarak düşünülmüş ve düzenlenmiştir. Ayrıca ilgili kurumlara anketle birlikte çalışmanın amacını, kapsamını ve diğer açıklamaları içeren bir mektup gönderilmiştir. 01.04.1996 tarihinde gönderilen anketlerin ilgili adrese ulaşmasını takiben onbeş gün içinde doldurularak iadesi istenmiş, büyük ölçüde bu isteğe uygun davranıldığı gözlenmiştir. İade etmeyenlerin bazılarıyla tekrar görüşülmek suretiyle anketlerin iadesi sağlanmış, bir kısım yönetici ise tekrar hatırlatmaya rağmen cevap vermemiştir.

Anket, ilgili kurumlara gönderilmeden önce iki Kütüphane ve Dökümantasyon Daire Başkanı ve 8 kütüphaneciye uygulanarak ön teste tabi tutulmuş, sorularda gelen uyarılara göre bazı düzeltmeler yapılmıştır.

D. ÇALIŞMANIN DÜZENİ

Çalışma "Giriş" ve "Sonuç ve Öneriler" ile birlikte toplam altı bölümden oluşmaktadır.

Giriş: Girişte sırasıyla konunun önemi, çalışmanın amacı ve varsayımı, araştırma yöntemi, çalışma alanı ve verilerin toplanması, çalışmanın düzeni ve kullanılan kaynaklar üzerinde durulmuştur.

Birinci Bölüm: Bu bölümde önce üniversite kütüphanelerinin içinde yer aldığı kurumlar olarak üniversite üzerinde durulmuş, bunu takiben de üniversite kütüphanesi, kavramsal açıklamalar yanında, amacı, işlevleri, unsurları ve hizmetleri itibarıyla ele alınmıştır.

İkinci Bölüm: Halkla ilişkilerin temel konularına ilişkin bilgilerin yer aldığı bu bölümde sırasıyla; halkla ilişkilerin kavramsal çerçevesi, kapsamı ve nitelikleri, amaçları, ilkeleri, araçları, örgütlenmesi ve halkla ilişkiler süreci üzerinde ayrıntılı olarak durulmuştur.

Üçüncü Bölüm: Birinci ve İkinci bölümde tez konusunun iki ucu olan üniversite kütüphaneleri ile halkla ilişkilerin ele alınmasından sonra, bu bölümde bir anlamda iki alanın sentezi olan "üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler" konusu işlenmiştir. Burada konu sırasıyla; üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkilerin önemi ve işlevi, üniversite kütüphanelerinde sistem yaklaşımı ve halkla ilişkiler, üniversite kütüphanelerinde hedef kitleler, kütüphane içi ilişkiler ve hedef kitle, kütüphane dışı ilişkiler ve hedef kitleler, hizmetler temelinde halkla ilişkiler, üniversite kütüphanelerinde başlıca halkla ilişkiler etkinlik ve araçları başlıkları altında irdelenmiştir.

Dördüncü Bölüm: Bu bölüm, ülkemiz üniversite kütüphanelerindeki halkla ilişkiler çalışmalarını tesbit amacı ile hazırlanan ve uygulanan anketin sonuçlarını ve değerlendirilmesini içermektedir.

Sonuç ve Öneriler: Başlıktan da anlaşıldığı üzere burada araştırma ile elde edilen sonuç, yargı ve öneriler yer almaktadır.

Uygulanan ankete ilişkin sorular "Ekler" kısmında, sonda yer almaktadır.

E. KAYNAKLAR

Çalışma konumuzla ilgili yayınlara erişmek amacıyla, hem manyetik ortamdaki (CD-ROM ve online) veri tabanlarından tarama yaptırılmış, hem de aşağıda belirtilen temel kaynaklar elle taranmıştır.

Taranan kaynaklar şunlardır:

- Kütüphanecilik Dergisi: Belge, Bilgi, Kütüphanecilik Araştırmaları (1987-)
- Library and Information Science Abstracts (1969-)
- Library Literature (1965-)
- Türkiye Bibliyografyası (1935-)
- Türkiye Makaleler Bibliyografyası (1952-)
- Türkiye Kütüphaneciler Derneği Bülteni (1952-1986)
- Türk Kütüphaneciliği (1987-)

Araştırma raporunun biçimlendirme ve yazımında Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü "Yüksek Lisans, Doktora Tezi ve Sanatta Yüksek Lisans, Sanatta Yeterlik Eser Raporu Yazım ve Basım Yönergesi"ne (1995) bağlı kalınmıştır.

I. BÖLÜM

ÜNİVERSİTE VE ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİ

A. ÜNİVERSİTE

Üniversite toplumun bilgi üreten unsurlarının en önemlilerinden biridir. Yükseköğretim kurumu olarak üniversiteler, bir ülkenin sosyal, ekonomik, bilimsel ve teknolojik kalkınmasında önemli görevleri olan temel kurumlar arasında yer alır (Coşkun 1990: 225). Bir başka ifade ile üniversiteler, toplumsal gelişim ve değişim süreci ve niteliğine doğrudan etki eden ve onu biçimlendiren kurumlardır.

A.1. Üniversitelerin Tarihsel Gelişimi

Üniversitelerin geçmişi oldukça eskilere dayanmakla birlikte modern üniversitelerin doğuşu yenidir.

Bilim tarihi bu tür kurumların ilkel şekilde Çin, Hindistan ve Mısır'da ortaya çıkmış olduklarını kaydetmektedir. Daha sonraları eski Yunan'da Pitagor'un kurduğu okul, Eflatun'un Akademisi, Aristo'nun Liceum'u ve Roma'nın özellikle güzel konuşma ve tartışma yöntem ve kurallarını öğreten okulları bu tür öğretimin ilk nüveleri olarak kabul edilmektedir (Versan 1988: 3).

Bazı eğitim tarihçilerinin Roma okullarını yükseköğretimin başlangıcı saymalarına rağmen, bir bilim kurumu olarak üniversitelerin başlangıç döneminin genellikle Ortaçağ olduğu ve özellikle Ortaçağ kilisesinin kültürel ortamında filizlendiği kabul edilmektedir (Versan 1988: 3; Kabasakal 1989: 25-25).

İlk üniversitelerden biri olarak kabul edilen Paris Üniversitesi kilisenin hakimiyetinde bir okul olarak doğmuştur. Paris Metropolitan Kilisesi

yakınında kurulan bu okul zamanla benzerlerinden farklı bir nitelik kazanarak üstün bir eğitim düzeyine ulaşmıştı. Daha sonraları katedral dışında da okul açma izni verilmesiyle, hocalar kilisenin denetiminden kurtulabilmek ve çıkarlarını koruyabilmek amacıyla öğrencilerle birlikte yeni bir üniversite (corporation/birlik) kurdular. Bu birlik zamanla bir organize oluş süreci geçirerek gelişti. Paris Üniversitesi bu sayede dönemin en önemli bilim merkezi haline gelmekle kalmamış, pek çok yeni üniversiteye de model olmuştur (Hirsh 1950: 25-26).

İlk üniversite olarak adı Paris Üniversitesi ile birlikte anılan bir diğer üniversite Bologna'dır. Daha çok bir öğrenci Loncası karakterinde olan bu kuruluştaki hocaların maaşları öğrenciler tarafından karşılanıyordu. Paris Üniversitesinde yedi temel bilim dalında eğitimin verilmesine karşılık Bologna'da sadece hukuk okutuluyordu.

Britanya'da ise en eski üniversiteler Oxford ve Cambridge'dir. Bu üniversiteler 12. ve 13. yüzyıllarda orta çağ kilisesinin skolastik geleneklerine bağlı olarak kurulmuşlardır (Korkut 1990: 29).

Bu dönemde kurulan yeni üniversiteler genellikle birbiriyle anlaşamayan hocalardan bazılarının bağlı oldukları okullardan ayrılmalari sonucu kuruluyordu. Oxford'dan ayrılanlar Cambridge'i, Bologna'dan ayrılanlar Padova'yı, Paris'ten ayrılanlar Angers'teki üniversiteyi kurmuşlardır (Üniversite 1972: 3256).

Yine bu dönemde (Ortaçağ'da) üniversitelerde ekseriyetle teoloji ve felsefe öğretiliyordu. Eğitim hocaların bilgilerini öğrencilerine aktarması, bir soru karşısında öğrencilerin hocalarından öğrendiklerini olduğu gibi tekrar etmesi biçiminde yürütülüyordu (Juchoff 1968: 6).

Günümüze gelene kadar üniversiteler bazen parlak dönemler geçirmişler, bazı dönemlerde de gerilemişlerdir. Devlet denetiminden ve baskısından uzak kaldıkları dönemlerde daha iyi performans gösterdikleri söylenebilir. 15. ve 16. yüzyıllarda Avrupada büyük ilerlemeler olmuş fakat üniversiteler aynı ilerlemeyi gösterememişlerdir. 17. ve 18. yüzyıllarda ise genellikle hükümdarların aydınları akademi ve saray çevresine çekmesi sonucu üniversiteler bundan olumsuz yönde etkilenmişlerdir.

Özellikle 19. yüzyıl üniversiteler açısından oldukça önemli bir dönemdir. Bu yüzyılın başında modern üniversitelerin ilki olarak kabul edilen Berlin Üniversitesi (1810) kurulmuştur. Üniversitenin kurucusu Humbolt'un çabalarıyla yeni bilimler bu üniversitede öğretilmeye başlandı. Araştırmalar yapmak ve bu araştırmalar sonucu elde edilen yeni bilgileri öğrencilere öğretmek esası kabul edildi (Juchhoff 1968: 6).

İçinde bulunduğumuz yüzyılda üniversiteler büyük değişime uğramıştır. Özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra teknik ve uzman insana duyulan ihtiyaç sonucu üniversiteler büyük bir yapısal değişim geçirmiş ve belli bir sınıfın yararlandığı eğitim kurumları olmaktan çıkarak büyük ölçüde toplumun genelinin yararlandığı kurumlara dönüşmüştür.

İslam dünyasında üniversite kurumunun karşılığı olarak "medrese"leri görüyoruz. Medreseler daha çok dini karakter taşımakla birlikte gerek eğitim anlayışları, gerekse sosyal rolleri yönüyle uzun dönem batı üniversitelerinden üstün durumda olmuşlardır.

Üniversite karşılığı eğitim ilk defa Abbasi emirleri ve halife tarafından, Şii'liğe karşı sünni'liği hakim kılmak amacıyla kurulmuştur. Şiiilerin karşı propaganda amacıyla kurdukları ilk üniversite ise günümüzde de varlığını sürdüren El-Ezher Camii Medresesi olmuştur (Kabasakal 1989: 25).

Türklerde ise Selçuklular döneminde, özellikle de Nizamül Mülk'ün çabalarıyla başlayan medrese kurma faaliyeti daha sonraki dönemlerde de sürmüştür, fakat asıl büyük gelişme Osmanlı İmparatorluğu döneminde olmuştur (Uzunçarşılı 1983: 583). İlk medresenin İznik'te açılmasını müteakip Bursa ve Edirne gibi başkent olmuş şehirlerde ve pek çok başka şehirde yeni medreseler kurulmuştur. Asıl önemli gelişme ise Fatih Sultan Mehmed döneminde olmuştur. İstanbul'un fethinden sonra birkaç kilise medreseye çevrildi ve yine bu dönemde büyük eğitim merkezleri olan külliye kurulu. (Uzunçarşılı 1984: 6).

Külliye günümüzdeki kampus şeklinde yapılanan üniversitelere benzetmek mümkündür. Külliye sadece cami ve medreseden oluşmamakta, bunun yanında imaretler, aşevleri, kütüphaneler, misafirhaneler, hamam vb. kurumları da içine almakta idiler.

Zamanla Osmanlı İmparatorluğu'ndaki gerilemeye paralel olarak medreselerin de gerilediğini, hatta bilim yuvası olmaktan tamamıyla çıktığını görüyoruz. Nihayet Osmanlı İmparatorluğunda 19. yüzyıldan sonra başlayan yenileşme hareketleri eğitimi de etkiler ve Tanzimatla birlikte eğitim konusundaki tartışmaların büyük ölçüde yaygınlaştığı dikkati çeker.

1845'de Meclis-i Maarif-i Muvakkat'ça Darül Fünun kurulmasına karar verilmiş, fakat bu kurum ancak 1863'te faaliyete geçebilmiş ve 1865'de öğrencisizlikten kapanmıştır. 1870'de tekrar açıldıysa da ancak bir yıl eğitim verebilmiştir. Daha sonra bir yüksek öğretim kurumu Galatasaray'ın yüksek bölümü olarak "Darül Fünun-ı Sultani" adıyla 1874-1881 yılları arasında faaliyet göstermiştir. Üniversite II. Abdülhamit'in isteği üzerine "Darül Fünun-ı Şahane" adıyla, 1900 yılında yeniden açılmış ve Cumhuriyet döneminin ilk on yılına kadar varlığını korumuştur. Bu kurum 2252 sayılı kanun ile (1933) kaldırılarak, yerine özerk olmayan Milli Eğitim Bakanlığına bağlı İstanbul Üniversitesi kurulmuştur ("Darül Fünun" Türk Ansiklopedisi 1964: 322).

Üniversiteler bilimsel ve idari özerkliğe 1946'da çıkan 4936 sayılı "Üniversiteler Kanunu" ile kavuşmuşlar ve 1961 Anayasası'nın 120. maddesinde "... Üniversiteler özerkliğe sahip kamu tüzel kişileridir..." ifadesiyle ilk defa açık bir şekilde anayasa güvencesi altına alınmışlardır. 1982 Anayasası'nın 130. maddesinde ise "... kamu tüzel kişiliğine ve bilimsel özerkliğe sahip üniversiteler devlet tarafından kanunla kurulur." denilmekte özerklik bilimsel çalışmalarla sınırlandırılmakta, fakat anayasal bir kurum olma vasfını devam ettirmektedir (Özer 1984: 500).

A.2. Çağdaş Üniversite

Üniversite kelimesi Orta Çağda aynı ayrıcalıklardan yararlanan şahısların oluşturduğu bir topluluğu ifade ederdi. Asıl Üniversitelere "Stadium generale" denilir ve bu kelimelerle bu kurumlarda her türlü bilimin öğretilebileceğine işaret edilirdi. Üniversite adı modern zamanlarda yerleşmiştir (Hirş 1950: 114).

Günümüzde üniversite kelimesinden ne anlaşıldığına değinmeden önce yükseköğretim-üniversite ilişkisine bakmakta yarar vardır.

Üniversite ve yükseköğretim kavramlarına kimi zaman aynı anlamlar yüklendiği, kimi zaman da temel amaç ve işlevleri bakımından aynı çerçeve içinde değerlendirildiği görülür. Yükseköğretimin çeşitli tanımlarına bakıldığında yüksekokul, akademi, üniversite gibi kurumların verdikleri eğitimi içine alan bir öğretim kademesi olduğu anlaşılır. Bu sebeple üniversite ve yükseköğretimi kesin çizgilerle birbirinden ayırmak pek mümkün görülmemektedir (Kısakürek 1976: 6). Yükseköğretim kurumları içinde üniversiteleri diğerlerinden ayıran en belirgin özelliğin araştırma konusuna verilen ağırlık olduğu söylenebilir (Üstünel 1965: 6).

Bugün üniversite kavramından ne anlaşılmaktadır? Bunu tespit için yapılan üniversite tanımlarına bakmak gerekmektedir.

Bir ansiklopedide üniversite "Araştırma ve öğretim yaparak kişiyi belli dallarda uzmanlaştırma amacıyla olan ve bu amacını gerçekleştirmek için sürekli olarak çalışan özerk yapıda yükseköğretim kuruluşları" şeklinde tanımlanmıştır (Üniversite 1972: 3256).

Bir araştırmacı tarafından yapılan üniversite tanımında ise şöyle denilmektedir. "Üniversiteler, eğitim-öğretim ve nitelikli insangücü yetiştirme gibi her yükseköğretim kuruluşunun klasik amaç ve görevlerinin yanısıra araştırma yapma, bilgi üretme, yayma ve koruma, toplum önderliği yapma ve kamuoyu oluşturma amaçlarını da üstlenmiş özerk kuruluşlardır" (Kabasakal 1989: 25).

Konu ile ilgili bir diğer tanım şöyledir; "Üniversite bir yandan toplumu yöneten çeşitli meslek adamlarını yetiştirerek, öte yandan araştırmalar yaparak, hizmetlerini bu yoldan kişilerin ve toplumun doğrudan yararlanmasına sunan son basamak bir eğitim kuruluşudur" (Keleş 1970: 29).

2547 sayılı "Yükseköğretim Kanunu"nun 3. maddesinde de üniversite şöyle tanımlanmıştır. "Bilimsel özerkliğe ve kamu tüzel kişiliğine sahip, yüksek düzeyde eğitim-öğretim, bilimsel araştırma ve yayın yapan; fakülte, enstitü, yüksekokul ve benzeri kuruluş ve birimlerden oluşan bir yükseköğretim kurumudur."

Yapılan tanımları da dikkate alan ve bizce eksik noktaları da tamamlayan yeni bir tanım şu şekilde olmalıdır. "Üniversite, yaptığı yüksek düzeyde eğitim ve öğretimle kişiyi belli alanlarda yetiştiren, araştırmalar yaparak bilgi ve teknoloji üreten, üretilen potansiyeli toplumun yararına sunmak amacıyla çeşitli yollarla yayan, bilimsel özerkliğe ve kamu tüzel kişiliğine sahip son basamak eğitim kuruluşudur."

Bugün bir kuruma "üniversite" denilebilmesi için 3 koşula sahip olması gerektiği ileri sürülmektedir.

Bunlar sırasıyla;

- 1- Lisansüstü programının bulunması,
- 2- Bünyesinde araştırma faaliyeti ve yayın yapılması,
- 3- Birden fazla lisans programına sahip olmasıdır (Korkut 1990: 2).

A.3. Üniversitenin Amaçları

Üniversitenin amaçlarını genel çerçevede dört madde içinde toplamak mümkündür.

- 1- Toplumun ihtiyaç duyduğu alanlarda üst düzeyde niteliklere sahip insan gücünü yetiştirmek;
- 2- Bilim ve teknoloji alanında gelişmeyi sağlayacak araştırmalar yapmak;
- 3- Öğrencilerin entellektüel gücünü ve kültürünü geliştirerek, özgür düşünce sahibi, araştırmacı ve yaratıcı nitelikte kişiler olarak yetişmelerini sağlamak;
- 4- Hizmetinde bulunduğu toplumun ortak kültür ve standardını geliştirmek;

Yükseköğretim Kanunu'nun 4. maddesinde belirtilen amaçlar ise şu şekilde özetlenebilir:

- Öğrencileri, milli değerlere sahip, milletine ve devletine bağlı, toplum yararını gözeten, özgür ve bilimsel düşüncede, dünya görüşü geniş, bir meslekte uzmanlaşmış ve genel kültüre sahip bireyler olarak yetiştirmek;

- Türk toplumunun refah ve mutluluğunu artırmak amacıyla, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmasına destek olmak ve bunun sonucunda çağdaş uygarlığın seçkin bir ortağı haline gelmesini sağlamak;

- Üst düzeyde bilimsel çalışma ve araştırma yapmak, bilim ve teknoloji üretmek, üretilen bilgiye ve evrensel kalkınmaya katkıda bulunmak.

A.4. Üniversitenin İşlevleri

Üniversitelerin işlevlerini günümüzde de geçerliliğini koruyan şekliyle Wilson ve Tauber şu şekilde tesbit etmişlerdir.

- 1- Bilginin toplanması
- 2- Eğitim - öğretim
- 3- Araştırma
- 4- Yayın
- 5- Yorum
- 6- Yayma

Bu altı işleve Flexner bir yenisini eklemiş ve yediye çıkarmıştır;

7- Öğrencilere üniversitede edindikleri bilgilere yenilerini katma ve araştırmaya devam etme yeteneği verme (Yurdadoğ 1961: 50).

B. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİ

B.1. Üniversite Kütüphanelerinin Önemi

Kütüphane her toplum ve kültür için temel olan iletişim sisteminin bir parçası biçiminde ortaya çıkmış sosyal bir araç olarak ifade edilmektedir. Ne kitapların biraraya gelmesi kütüphanedir, ne de kütüphane sadece kitapların saklandığı bir yerdir. Kütüphane yaşayan bir organizma, kayıtlı bilginin sağlanıp kullanılmasının amaçlandığı başlıbaşına bir iletişim sistemidir (Dilek 1992: 24).

Bir kütüphane türü ele alınırken mutlaka hizmet verdiği kitle ve kurumla birlikte düşünülmelidir. Çünkü hiçbir kütüphane tek başına bir amaç olmayıp, ancak hizmetinde bulunduğu kurumun ya da topluluğun amaçlarına ulaşmasında bir araçtır. Dolayısıyla bir kütüphane türü olarak üniversite kütüphanesi, üniversitenin amaç ve işlevleri ekseninde irdelenmelidir.

Üniversitenin yukarıda değinilen amaç ve işlevleri, aynı zamanda söz konusu kurumların toplumsal gelişim için ne denli önemli kuruluşlar olduğunu yansıttmasının yanı sıra, kendilerinden beklenenleri gerçekleştirmede bilgi, dolayısıyla bilgi kaynaklarına olan gereksinimi de ortaya koymaktadır. Bu durum zorunlu olarak bilgi kaynaklarının bilinçli bir plan ve program doğrultusunda sağlandığı, düzenlendiği ve en üst düzeyde yararın sağlanması için çeşitli hizmetlerin sunulduğu kütüphane kurumunu gündeme getirmektedir (Çakın 1983: 62).

Başka ifade ile üniversiteler fonksiyonlarını ancak gerekli altyapı elemanlarının sağlanmasıyla yerine getirebilirler. Bu alt yapı elemanlarını laboratuvarlar, derslik ve ders araç-gereçleri, öğretim elemanları ve kütüphaneler olarak özetlemek mümkündür.

Özellikle kütüphane akademik kurumların eğitim-öğretim etkinliklerini ve araştırmalarını doğrudan destekleyen bir araçtır. Bu yüzden de üniversiteyi oluşturan öğeler arasında vazgeçilmez bir yeri vardır (Çelik - Uçak 1993: 115).

Kütüphane üniversitenin üstüne düşeni etkin biçimde yerine getirmesi, seçkin bir kurum olarak varlığını sürdürebilmesi için gerekli temel ögedir. Bilimsel en son gelişmelerden haberi olmayan bir araştırmacının kendi alanında yapacağı katkı sadece tekrardan ibaret olacaktır. Yayınlardaki pahalılık dikkate alındığında bilimsel gelişmeleri en sağlıklı ve ekonomik biçimiyle ancak kütüphaneler yardımı ve aracılığı ile izleyebileceğimiz ortadadır.

Üniversite kütüphanelerinin, üniversite içindeki yeri ve önemi konusunda literatüre yansımış pek çok söz ve düşünceye rastlamak mümkündür. Bunlardan biri Chicago Üniversitesi eski rektörlerinden Harper'in 1903 yılındaki bir demecidir. Harper şöyle demektedir: "Üniversitelerin kütüphaneye olan ihtiyacı herşeyden üstündür. Kütüphane bir üniversitenin kalbidir veya kalbi olmalıdır" (Grieder 1956: 93). Bu sözler bir üniversite yöneticisinin bu konuya ilişkin bakış açısını yansıtmaya açısından dikkate değerdir.

Yine İngiltere'de tüm üniversitelerin mali işlerini koordine etmekle yükümlü olan "University Grant Committee"ce 1921 yılında hazırlanmış bir raporda üniversite kütüphanelerinin önemi şu şekilde ifade edilmektedir.: "Bir üniversitenin niteliği ve yeterliliği, bu üniversitenin merkez birimi olan kütüphaneye yaklaşımı ile ölçülebilir. Biz üniversitelerde kütüphanelerin geliştirilmesini hayati önemi haiz bir gereklilik olarak görüyoruz" (Çakın 1983: 62).

Bir başka yazar ise "Kütüphane genellikle üniversitelerin başlıca laboratuvarı ve araştırma aracıdır" (Danton 1963: 2) demektedir.

Üniversiteler için çok önemli ve vazgeçilmez bir kurum olduğu kabul edilen "üniversite kütüphanesi"nin ne olduğunun cevabını tanımlarda aramak gerekmektedir.

Bir araştırmacı üniversite kütüphanelerini şöyle tanımlamaktadır: "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: 12).

Higmen (1976: 205) üniversite kütüphanelerini "Büyüklik ve gelişme düzeyleri ne olursa olsun, tüm üniversite personeline eğitim öğretim, araştırma ve çalışma için kitap, dergi ve diğer ilgili bilgi taşıyıcı materyali kullanılır kılmak, buna göre üniversitenin eğitim amaçlarına uygun kaynakları hizmete sunmakla yükümlü kurumlar" olarak tanımlamıştır.

Wilson-Tauber'in (1958: 13) üniversite kütüphaneleri tanımı ise şöyledir: "Üniversite içinde öğretim, üniversite içinde ve yakın çevresinde bilimsel araştırma faaliyetlerini destekleyen kurumlardır."

B.2. Üniversite Kütüphanelerinin Amaçları

Üniversite kütüphanesi, üniversitenin eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetleri için gereksinim duyulan materyali seçme, sağlama, düzenleme ve hizmete sunma görevlerini üstlendiğine göre, amacı da bağlı olduğu üniversitenin amaçlarına ulaşmasında, işlevlerini gerçekleştirmesinde, bünyesindeki materyaller ve ürettiği hizmetler vasıtasıyla ona yardımcı olmak ve desteklemektir.

Üniversitenin iki temel işlevinden birisi eğitim-öğretim, diğeri araştırmadır. Bu iki temel işleve bağlı olarak üniversite kütüphanesinin temel amaçları ortaya çıkmaktadır. Bunları; araştırma kaynağı olarak hizmet vermek ve eğitim-öğretim programlarını desteklemek olarak ifade edebiliriz.

Bir üniversitede araştırma ve eğitimi üst düzeyde tutabilmek için çok iyi bir kütüphane ve kütüphane hizmetinin varlığı şarttır.

B.2.1. Araştırma Kaynağı Olarak Hizmet Vermek

Bilimsel araştırmalar uzun süre sadece bilim adamlarını ilgilendiren, yararsız, ekonomik amaçlardan uzak bir çaba sayıldı. Çağımızda ise bilimsel araştırma toplumların hayatına yön veren ve kuvvetle etkileyen bir güç kazandı. Araştırma; "bilgi, tecrübe, zihin ve hayal gücünün birleşmesi" ya da "bilginin tutarlı bir sistem dahilinde sentezini gerçekleştirme" olarak tarif

edilmektedir (Üstün 1983: 10). Bir üniversite kütüphanesindeki araştırma faaliyetleri için araştırmacı kütüphaneci işbirliğinin gerekliliğini savunan Tunçkanat (1989: 191) bu işbirliğini kütüphane açısından şu şekilde saptamıştır.

- Araştırmacının gereksinim duyduğu ya da gereksinim duyacağı varsayılan bilgi kaynaklarını izlemek;
- Araştırmacıyı gereksinim duyduğu ya da duyacağı kaynaklardan haberdar etmek;
- Bilgi kaynakları içinden araştırmacının sorunuyla ilgili alanların seçilmesinde ona rehberlik etmek;
- Araştırmacının gereksinim duyduğu bilgiye hızla ve kolayca erişmesini sağlamak için gerekli araç, gereç ile yöntemleri belirlemek, bu amaçla gerekli düzenlemeleri yapmak vd.

B.2.2. Eğitim - Öğretim Programlarını Desteklemek

Eğitim anlayışının sürekli değişmesi, çeşitli dönemlerde değişik şekiller alması eğitimin bir evrim içinde olduğunun kanıtıdır. Bugünkü aşamaya gelene kadar yalnız mensubu olduğu kültür, devlet ve din dikkate alınarak yetiştirilen birey, artık toplumsal, kişisel ve ekonomik hayatın öngördüğü çeşitli niteliklerle donatılmak için eğitilmektedir (Soysal 1969: 11).

Genel olarak eğitim, kişinin topluma yararlı, kişisel gelişiminde maksimum dereceye erişmesi, olumlu değer yargılarına sahip olabilmesi için yapılan faaliyetlerin tümü (Yurdadoğ 1972: 21) ya da en basit şekliyle bireye bilgi ve beceri kazandırmak yanında, bireyde davranış değişikliğine neden olan bir süreç olarak ifade edilebilir.

Günümüzde üniversite kütüphaneleri, kitapların korunmasından çok saklanması önem veren ve kütüphanelerden yararlanmayı üyelerinin özel hakları sayan "bilginin depolandığı yer" biçimindeki bir kütüphane anlayışının

ötesine geçmişlerdir (Sefercioğlu 1969: 102). Bu anlayışa paralel olarak üniversite kütüphaneleri eğitime destek olabilmek için öncelikle dermelerini (koleksiyonlarını) üniversitenin eğitim programları doğrultusunda geliştirmek, kendilerinde mevcut ya da mevcut olmayan her türlü kaynak ile okuyucu taleplerini karşılamak durumdadır.

B.3. Üniversite Kütüphanelerinin İşlevleri

Üniversite kütüphaneleri kendilerine yüklenilen görevleri yerine getirebilmek için bir takım işleri yapmak durumundadırlar. Onların her zaman üniversitenin işlev ve amaçlarıyla birlikte düşünülmesi gereken işlevi şunlardır:

- Öğretim elemanı, öğrenci ve diğer kullanıcılarının eğitim-öğretim ve araştırma faaliyetlerinden dolayı gereksinim duydukları çeşitli bilgi kaynaklarını temin etmek;
- Bilgi kaynaklarından etkin biçimde yararlanılmasını sağlayacak ödünç verme, müracaat, enformasyon ve benzeri diğer hizmetlere ek olarak çeşitli bibliyografik kaynak ve araçları hizmete sunmak;
- Değişik amaçlı okuma ve çalışma alanlarını sağlamak ve düzenlemek;
- Kütüphane ve kütüphane kaynaklarından yararlanmayı artırmak amacıyla, kullanıcı eğitimi programlarını planlamak, geliştirmek ve uygulamak;
- Üniversite yayınları ve belgeleri ile diğer kaynakların arşivini oluşturmak;
- Diğer kütüphane ve kuruluşlarla kütüphane kaynaklarının paylaşımında işbirliğine gitmek;
- Dermelerini gelecek kuşaklar için korumak (Roger ve Weber 1971: 3'den aktaran Çelik - Uçak 1993: 116).

Literatürde üniversite kütüphanelerinin işlevleri konusunda farklı tesbitlere de rastlanmıştır. Yukarıda sıralanan işlevlere ek olabilecek unsurları içermesi bakımından Yurdadoğ'un (1961: 50) tesbitlerine de yer vermek yararlı olacaktır. O'na göre üniversite kütüphanelerinin işlevleri şunlardır:

- Üniversitelerin çeşitli faaliyet için ilgi ve ihtiyaç duyduğu bilgi taşıyıcıların sağlanması,
- Bu materyallerin arandıklarında en kısa zamanda ve kolay bulunabilecek şekilde organize edilmeleri,
- Bu işlerin rahatça yapılmasını sağlayacak yeterli mali desteğin sağlanması,
- Hizmetlerin rahatça yürütülebilmesine imkan verecek bina ve diğer donanımın elde edilmesi,
- Bütün bu işleri yürütecek meslekten ve diğer personele sahip olunması,
- Kütüphanenin takip etmesi gereken politikanın üniversitenin tayin ve tesbit etmiş olduğu idari ve eğitim politikası ile bağdaştırılması.

B.4. Üniversite Kütüphanelerinin Unsurları

Bir kütüphane değerlendirilirken onu oluşturan öğeleri dikkate almak gerekmektedir. Bir kütüphaneyi oluşturan ve verilen hizmetin niteliğine etki eden unsurlar ise sırasıyla; derme, bina, personel, bütçe ve kullanıcı'dır. Bir kütüphaneden söz edebilmek için bu unsurların bir arada mevcudiyeti zorunludur. Bunlardan birinin eksikliği bile bir kütüphaneden söz etmeyi imkansız kılar.

B.4.1. Derme

Üniversite kütüphanesi, üniversitedeki eğitim-öğretim ve araştırma etkinliklerini destekleyebilmek için belli bir büyüklükte ve özellikte dermeye sahip olmak durumundadır. Bu dermede kitap ve dergilerin yanısıra görsel-işitsel araçlar, çeşitli konularda veri tabanları vb. de bulunmalıdır (Çelik-Uçak 1993: 117).

Üniversitelerin büyüklüğüne göre kütüphane dermesindeki bilgi taşıyıcıların sayısı ve niteliği değişecektir. Derme konusunda sayısal ölçütler vererek "toplam şu kadar eser olmalıdır" demek pek doğru değildir. Burada önemli olan dermenin sayısal kabarıklığı değil, ihtiyaca cevap verebilme özelliğidir. Başka ifade ile nicelikten çok nitelik önemlidir.

Dermede hangi konularda hangi materyalin ne kadar bulundurulması gerektiği hususu, herşeyden önce o üniversitede nelerin okutulduğu, ne tür bir eğitim-öğretim sistemi takip edildiği, hangi alanlarda araştırmalar yapıldığı keyfiyetiyle birlikte ele alınmak gerekir (Yurdadoğ 1951: 53).

Derme oluşturulurken üniversitenin eğitim politikası ve kullanıcı ihtiyacı dikkate alınmalıdır. Bir üniversite kütüphanesinde dermenin asıl kullanıcıları öğretim elemanları ve öğrencilerdir. Dermede öğrencilerle ilgili eserlerin, öğrencilerin derslerine yardımcı olma yanında fikri gelişmelerine de destek olması beklenir. Öğretim elemanları ise ders verme yanında araştırmalar da yaparlar. Dolayısıyla bu grubun ihtiyaçları titizlikle tesbit edilmeli ve derme oluşturulurken dikkate alınmalıdır. Bunun için de, kütüphane kullanıcılarının gereksinimleri doğrultusunda şekillenmiş bir seçim ve sağlama politikasının mevcudiyeti gereklidir.

Derme iki yönden önem taşır. Bunlar "Derinlik" ve "Genişlik"tir. Derinlik yapılan bilimsel araştırmalarla sınırlı olup, dermenin üniversitede yapılan araştırmalara imkan verecek nitelikte ve nicelikte olmasını gerektirir. Genişlik ise üniversitedeki eğitim programına bağlı olarak okutulan derslerle sınırlıdır. Genişlik açısından derme öğrencilerin derslerine ilişkin ihtiyaçlarını karşılar düzeyde olmalıdır.

Dermeye ilişkin diğer hususları şöyle sıralayabiliriz:

- Derme güncel olmalıdır: Derme yeni alımlarla sürekli geliştirilmelidir. Güncelleştirilmeyen bir dermenin bir süre sonra ölü bir derme durumuna gireceği ve kurum ihtiyaçlarına cevap veremeyeceği aşıkardır.

- Derme iyi organize edilmiş ve kolay ulaşılabilir olmalıdır: Dermenin uygun bir tasnif sistemi seçilerek açık raf sistemiyle hizmete sunulması gerekir. Çok iyi düzenlenmiş bir genel katalogun varlığı erişilebilirlik açısından son derece önemlidir.

Üniversite kütüphanesi dermesine ilişkin standartlar şöyle saptanmıştır.

1. Kütüphanenin dermesi üniversitenin toplam öğretim ihtiyaçlarını desteklemeğe ve araştırma programlarını kolaylaştırmağa elverişli büyüklükte ve kapsamda olmalıdır.

2. Kütüphane dermesi, gereken ve ayrılmış olan okuma, danışma ve bibliyografya kaynakları, temel dergi ve süreğen yayınlar yanında öğrencilerin öğrenimleri veya tezlerinin hazırlanması sırasında düzenli olarak başvurmayı bekledikleri başka kütüphane materyallerini içerir.

3. Kütüphane materyallerin seçimine ve sağlanmasına kılavuzluk edecek derme geliştirme politikaları belirlemelidir. Bu politikalar üniversitesinin öğretim üyelerine ve yönetime danışılarak, kütüphaneye geliştirilmelidir.

4. Kütüphane dermesi kayıtlı bilginin bütün biçimlerini içermelidir.

5. Kütüphane dermesi, üniversite ihtiyaçlarına uygunluğunu sağlamak için, sistemli olarak elden geçirilmelidir.

6. Kütüphane, araştırma ihtiyaçları için mahalli kaynakların eklenmesini kütüphane materyallerinin edinilebilirliğini sağlamak üzere, değişik kütüphaneler arası işbirliği yöntemleri geliştirilmesine ve uygulanmasına katılmalıdır (Sefercioğlu 1990b: 30, Lynch 1982: 39).

B.4.2. Bina

Binanın üniversite kütüphanesi olarak planlanmış ve inşa edilmiş olması hizmetin aksamaması için zorunludur. Kütüphane binasının boyutları ve özellikleri üniversitenin kendi gereksinimlerine ve kaynaklarına göre belirlenir. Bu binanın yapımında kütüphaneci ve mimar-mühendis işbirliği, daha işlevsel binalar için zorunludur (Çelik-Uçak 1993: 118-119).

Kütüphane binasının planlama aşamasında şu unsurlar dikkate alınmalıdır.

- Üniversite binaları içten dışa planlanmalıdır.
- Bina iklim şartlarına uygun olmalıdır.
- Mimar, yönetici ve kütüphaneci işbirliği ile planlanmalıdır.
- İşlevsel ve sağlam olmalıdır.
- İlerideki gelişmelere uyum sağlayacak nitelikte planlanmalıdır.

İşlevsel bir binanın yapılması kütüphanecinin sorumluluğundadır. Kütüphaneci tarafından, tüm ihtiyaçlar ve verilecek hizmetleri dikkate alan bir çalışma yapılmalıdır (Metcalf 1996: 210). Böyle bir çalışmada öncelikle şu noktaların dikkate alınmış olması beklenir.

- Kütüphane materyalinin bugünkü ve gelecekteki durumu;
- Kütüphane personelinin yerleşim biçimi;
- Kullanıcıların özellikleri ve bu özelliklere uygun yer ihtiyaçları;
- Kütüphane hizmetlerinin yürütülüş biçimi ve bunlarla ilgili malzemenin yerleşimi;
- Kütüphane materyallerinin kütüphaneye gelişinden rafa çıkana kadar izleyeceği yol;

Bu çalışma sonrası mimar, yapının bugünkü ve gelecekte taşıması gereken yük miktarı, ses ve ısı yalıtımı, materyallerin korunması amacıyla

nem, ısı, havalandırma gibi öğeler, ışıklandırma, uygun elektrik donanımı ve binanın çevresiyle uyumu gibi hususları dikkate alarak binayı planlamalıdır.

Kütüphane binasının büyük ve görkemli olmasından çok materyal ve kullanıcı açısından gereksinimleri karşılayacak yapıda yani işlevli olması önemlidir.

Modern kütüphane binalarında okuyucu salonlarını aydınlık hale getirmek ve güneş ışığından yararlanmak için büyük pencereler bulunur. Yeni kütüphane binalarında ışıklandırma çok önemlidir. Işığın gözü yormayacak parlaklıkla ve yeterlilikte olması gerekir. Ayrıca sıcak ve iç açıcı bir ortam yaratmak amacıyla duvarlarda birden çok ve açık renkler kullanılmalı, tabanlarda gürültüyü önleyecek nitelikte malzemeler tercih edilmelidir.

Binada modüler sistem tercih edilmelidir. Bu sistemde sabit bölme veya duvar yoktur. Herhangi bir yer, kitaplıktan okuyucular için oturma yer i haline veya aksine oturma yeri kitaplık haline kolayca çevrilebilir (Mc Anally 1969: 162). Planlamada, gerektiğinde binaya ek veya ekler yapılabileceği de göz önünde tutulmalıdır.

Kütüphaneler gerek personeli gerekse kullanıcı itibarıyla insan faktörünün etkili olduğu kurumlardır. Dolayısıyla bina planlamasında insanların fiziki ihtiyaçları dikkate alınmak ve onlara bina içinde uygun şekilde yer vermek gereklidir.

B.4.3. Personel

Kütüphaneyi oluşturan unsurların en önemlisi personeldir. Hemen her konuda olduğu gibi bu konuda da insan faktörü hesaba katılmadan, özellikle iyi yetişmiş insan olmadan hiç birşey yapılamayacaktır. Bir araştırma ve eğitim-öğretim kurumu olan üniversitenin, kütüphanesinde yeterli nicelik ve nitelikte olmayan bir personel kadrosu ile eğitim-öğretim ve bilimsel araştırmaların desteklenmesi beklenemez.

Son dönemlerde içinde yaşadığımız çağa bilgi çağı veya enformasyon çağı denilmektedir. Adı ne olursa olsun içinde yaşadığımız çağda bilgi hayati

bir önem arzetmekte, bilgiye hızlı ve doğru bir biçimde ulaşma değer kazanmaktadır.

Araştırmacılar artık yönlendirilmeyi değil doğrudan bilgiye ulaşmayı beklemektedirler. Bu gereksinimlere karşılık verebilecek üniversite kütüphanecisinin mesleğe hakim, gelişmelere çabuk uyum sağlayabilen, toplumsal ilişkilerde başarılı, araştırma yöntem ve tekniklerini bilen, teknolojiye uyumlu ve geniş kültür birikimine sahip olması gerekmektedir. Bu niteliklere sahip kütüphaneciler de batılı üniversitelerde akademik yaşamın ayrılmaz bir parçası olarak algılanmakta ve öğretim üyelerine benzer bir statü içinde görev yapmaktadırlar. (Çelik-Uçak 1993: 116-117).

Bu kapsamda üniversite kütüphanelerinde çalışacak personelin yetiştirilmesi önem kazanmaktadır. Meslekten personelin yetiştirilme biçimleri ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Türkiye'de dört yıllık lisans eğitiminden sonra kütüphaneci olunmaktadır. Bunun yanında yüksek lisans ve doktora programları da vardır. Ülkemizde bazı üniversite kütüphaneleri akademik personel (uzman) statüsünde personel istihdam etmektedirler. Bazı batı üniversitelerinde lisans düzeyinde kütüphaneci olunmak yanında, ayrıca herhangi bir konuda yapılan lisans eğitimi üzerine master veya doktora düzeyinde kütüphanecilik eğitimi verilmekte ve akademik statü verilerek istihdam edilmektedirler.

Belli bir konu üzerine kütüphanecilik eğitimi gören kişi bir konunun uzmanı kütüphaneci olarak yetişecektir. Çalışma hayatına başladıktan sonra da personel belli konularda uzmanlaşma konusunda teşvik edilmektedir. Böylesi bir eğitim ve tecrübe sürecinden geçen kişilerin kütüphane, dokümantasyon veya enformasyon merkezlerinde kendilerine verilen görevleri en üst düzeyde gerçekleştireceği kuşkusuzdur.

Kütüphane personeli bilgi unsuruyla uğraşan insanlar olarak maalesef hak ettikleri statüden ve saygınlıktan uzaktırlar. En azından ülkemiz koşullarında bu böyledir (Sefercioğlu 1990a: 49, 50). Buna karşılık her türden bilgi taşıyıcı materyalin seçiminden hizmete sunulmasına kadar bir dizi işlemi gerçekleştiren bilgi ile kullanıcıyı bir araya getiren ve bu etkinliği en üst düzeyde gerçekleştirmek durumunda olan kütüphane personeline büyük sorumluluk yüklenmiştir.

Personel konusunda son olarak Şu hususlar önem arzeder:

- Üniversite kütüphanelerinde personel planlaması yapmak mutlak bir zorunluluktur. Personel planlaması yapmak için genel kabul görmüş ve uygulanmıŐ standartlardan yararlanılmalıdır.

- Hizmetlerin gereğince verilebilmesi için yeterli sayı ve nitelikte personelin istihdamı gereklidir. Personel sayısı ve niteliğİ koleksiyon büyüklüğü ve kapsamı, hizmet birimleri, sağlanan materyal miktarı, ödünç verilen yayın sayısı vb. unsurlar dikkate alınarak tesbit edilmelidir.

- İŞ analizi yapılarak yapılacak iÇin niteliğİne uygun personel istihdam edilmelidir. Bu analiz doğrultusunda kütüphaneci ve yardımcı personel sayısı ve oranı kütüphane gereksinimleri doğrultusunda belirlenmelidir. Standartlara göre toplam personelin en az % 30'u meslekten kütüphanecilerden oluŐmalıdır (Withers 1988: 34).

- İyi bir örgütlenme yapılmalıdır. Kütüphane içinde personelin birbiriyle ilişkileri, yetki ve sorumlulukları hiyerarşik bir yapı içinde belirlenmelidir.

B.4.4. Bütçe

Bütçe kütüphanenin yapabildiklerini, amaçlarını ve yöneticinin iş görme gücünü yansıtan programdır. Ülkemizde son yıllarda bütçe hazırlama tekniklerinden söz edilmeye baŐlandığı görülür. Genellikle nceki yılın bütçesinde yapılan bazı ekleme ve çıkarmalarla, gerçek veriler yerine tahminlere dayalı bir bütçe oluşturulmaktadır (Baysal 1991: 27).

Üniversitenin amaçları doğrultusunda güncel, yeterli genişlik ve derinlikte bir dermeyi oluşturmak ancak bilinçli bir seçimle satın alınan kütüphane materyalleriyle mümkün olur. Bu durum yeterli mali olanakları, yani iyi bir bütçenin varlığını gerektirir. Bütçe kütüphane hizmetlerine verilen önemi, dolayısıyla da bu hizmetlerin niteliğini doğrudan etkileyen temel öğe durumundadır (Kayan 1992: 195).

Ülkemizde üniversite kütüphane bütçelerinin yetersizliği genel kabul gören bir gerçektir. Zaten az olan ve zor elde edilen bütçenin harcanması ise üzerinde önemle durulması gereken bir husustur. Genel olarak ülkemizde üniversite bütçesinin yüzde kaçının kütüphane giderleri için ayrılması gerektiği konusunda bir standart veya kriter yoktur. Bazı ülkelerde, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde, üniversite yöneticileri, öğretim üyeleri ve kütüphane yöneticileri bu konuda oldukça titiz davranırlar ve bir birlerine destek olurlar. Bu ülkelerde üniversite bütçesinin ortalama % 4-5 oranı kütüphane gideri olarak ayrılır (Aybaş 1975: 266). Kütüphane bütçesi standartlara göre üniversite bütçesinden % 5'lik bir pay alır. Standart olarak kabul gören yüzdeler yanıltıcı olabilmektedir. Çünkü bu para personel maaşları dahil kütüphanenin tüm harcamaları için kullanılmaktadır (Withers 1988: 36). Halbuki Türkiye'de personel maaşları üniversite kütüphanesi bütçesinin dışındadır.

Son dönemde çeşitli devletlerin kamu harcamalarını bir ölçüde kısma eğilimi hem üniversiteleri hem de kütüphaneleri olumsuz yönde etkilemiştir. Gelişmekte olan ülkelerdeki üniversite kütüphaneleri ise bu durumdan daha fazla etkilenmişlerdir (Moran 1984: 29).

Bu nedenle bütçenin tesbitinde standartlar yanında mevcut koşullar da dikkate alınarak, mümkün olduğunca kütüphanenin sağlıklı ve dengeli biçimde geliştirilmesine yetecek olan miktarın yöneticilerce tesbiti gerekmektedir.

Bütçe kütüphane içindeki her birimi kapsamak yanında enflasyonu da dikkate almalı ve kütüphane dermesinin güncelliğini, hizmetlerin çağdaşlığını sağlayacak yeterlikte olmalıdır.

Bütçenin hazırlanması kadar harcanması da büyük önem taşır. Bütçenin nereye, nasıl, hangi amaçlarla harcandığının, bütçenin hazırlanışında ayrıntılarıyla saptanmış olması ve harcamaların bu doğrultuda yapılması gerekir. Sistemli ve planlı bir harcama yapılması, belirlenen harcama sınırlarının aşılmaması gerekir. Dermeye yeni eserlerin alımında bir konuya ilişkin yayınlar arasında yeni ve en gerekli olanlara yer verilmesi, dermenin sağlıklı denetimi sayesinde ikilemlere gidilmemesi, ihtiyaçlar gözönüne alınarak dermenin canlı, dengeli ve bir bütün olarak geliştirilmesine ve harcamaların bu yönde yapılmasına çalışılmalıdır.

Bilindiği üzere kütüphaneye materyal genellikle satın alma, değişim ve bağış yoluyla sağlanır. Kütüphane yönetimi bütçenin ekonomik kullanımı yönünden özellikle değişime önem vermelidir. Akılcı bir değişim politikası ile gerekli birçok eser sağlanabilir ve bütçede büyük miktarda tasarrufa gidilebilir. Tasarruf edilen para ise diğer ihtiyaçlar için ya da hizmet kalitesini yükseltme yönünde kullanılabilir. Ayrıca çevredeki kütüphanelerle tümüyle olmasa bile bazı konularda işbirliği yapmak bütçe harcamalarını olumlu yönde etkilemesi yanında hizmet kalitesinin yükselmesine de yardımcı olacaktır.

B.4.5. Kullanıcı

Üniversite kütüphaneleri hizmet verdiği kitlenin bilgi ihtiyacını karşılamakla yükümlüdür. Kullanıcıların eğilimi de bilgiye hızlı ve doğru bir biçimde ulaşmak yönündedir. Kütüphane ve ürettiği hizmetler bir bütün olarak vardır ve her türden etkinlik sonuç itibarıyla kullanıcıya yöneliktir.

Üniversite kütüphanesinin kullanıcıları standartlar temelinde öğretim elemanları, öğrenciler diğer personel ve dışarıdan gelen araştırmacılarıdır. Fakat uygulamada temel olarak öğretim elemanları ve öğrenciler dikkate alınır. Başka bir ifade ile dermenin geliştirilmesi ve hizmetlerin verilmesinde özellikle öğretim elemanları ve öğrenci ihtiyaçları dikkate alınmaktadır. İdeal şartlarda ise, standartlar temelinde hizmet verilmesi gereken tüm kitlenin taleplerinin önemsenmesine ek olarak, potansiyel gereksinimlerin de tesbiti ve buna uygun önlemlerin alınması gerekmektedir.

Tüm unsurlar açısından eksiksiz bir kütüphanede bile kullanıcıya ilişkin sorunlar yaşanabilmektedir. Bir kütüphaneye ilişkin değerlendirme yapılırken kullanıcıların dermeyi ve diğer hizmetlerden yararlanma oranları hesaba katılmakta, bunları tesbite yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Temel amaç kütüphaneden yararlanmayı maksimize etmektir. Bunun içinse ön koşul kullanıcının kütüphaneyi tanımasıdır. Bu noktada kütüphanenin öğretici fonksiyonu dediğimiz, aslında halkla ilişkiler faaliyetleri içerisinde düşünebileceğimiz, etkinlik önem kazanmaktadır. Bu kapsamda iyi bir kütüphane hizmeti için üzerinde durulması gereken noktalar şöyle ifadelendirilebilir:

- Hedef grup ve grupların profilinin çıkarılması ve tanınması;
- Kullanıcı ihtiyaçlarının analizi;
- İhtiyaçlar doğrultusunda derme geliştirme ve hizmetlerin dizaynı;
- Kütüphanedeki mevcut imkânların kullanıcıya en etkin ve verimli şekliyle sunumu.

Kullanıcılar kütüphaneden fırsat eşitliği içinde yararlanmalı, fakat bilime katkı ölçüsünde fırsat eşitliğine de ayrıca özen gösterilmelidir.

B.5. Üniversite Kütüphanelerinin Hizmetleri

Bir kütüphanede hizmetler genel olarak iki ana bölüm olarak ele alınır. Bunlar "Teknik Hizmetler" ve "Okuyucu Hizmetleri"dir. Teknik hizmetler bölümünde seçme-sağlama, bağış-değişim, kataloglama-sınıflama ve cilt işlemleri gerçekleştirilir. Okuyucu hizmetleri ise okuyucu ile doğrudan ilişki kurmayı gerektiren bütün işlemleri kapsar. Sonuçta kütüphanedeki her işlem bu hizmetlerin gerçekleştirilmesi için yürütülür.

B.5.1. Teknik Hizmetler

Teknik hizmetler kullanıcıların ihtiyaç duyduğu bilgi kaynaklarının seçimi ve sağlanmasından rafa çıkışına, yani kullanıcının yararlanılmasına hazır hale gelişine kadar geçirdiği işlemlerin bütünü ifade eder.

Teknik hizmetler faaliyetlerinin üç temel fonksiyonu vardır. (Bloomberg 1989: 3).

- 1- Kütüphane materyalinin seçilmesi, satın alınması, (sağlama birimi)
- 2- Okuyucuların kullanabilmesi için materyallerin düzenlenmesi ve işlenmesi (katolog birimi)

3- Kütüphane dermesine erişimi sağlayan kayıtların tutulması (ciltleme ve katalog birimi).

Bazı teknik hizmetler bölümleri bu üç fonksiyonu birleştirirken, bazıları bir veya ikisini yapar.

B.5.1.1. Seçme ve Sağlama

Seçme

Somut şekilde saptanmış ve yazılı hale getirilmiş bir seçme-sağlama politikası zorunlu bir ihtiyaç olması yanında, kütüphaneye alınacak materyal için aynı zamanda bir rehberdir de. Bir üniversite kütüphanesi için bu bölümün genel politikası, üniversitenin eğitim-öğretim ve araştırma alan ve amaçlarına uygun, ihtiyaç duyulan kaynakların dengeli bir biçimde temin edilmesidir.

Seçme kütüphane için bir ihtiyacı karşılamak üzere, aynı tür materyaller içinden en iyisini, en çok ihtiyaç duyulan ve en uygun fiyatlı olanını tesbit işlemidir. Seçim bir bakıma bir tür karar verme sürecidir. Ne tür ve içerikte materyalin kullanıcı ihtiyaçlarına uygun düşeceği hususunda ve en çok gereksinim duyulanlarla, daha az ihtiyaç duyulanlar arasında bir değerlendirme yapmak, karar vermektir (Evans 1979: 13).

Bir üniversite kütüphanesinde kullanıcıları, sayılarına göre kütüphaneden talep oranları düşük öğrenciler ve sayıları az olmakla birlikte talepleri fazla olan öğretim elemanları oluşturur. Daha doğrusu derme oluşumunda bu iki grup öncelikle dikkate alınır. Seçim sırasında bu iki grubun ihtiyaçları ile üniversitenin amaçları bağdaştırılmalı ve derme dengeli bir bütün olarak geliştirilmelidir.

Seçme işleminde şu hususlar göz önüne alınmalıdır:

- İhtiyaçlar ve ihtiyaçların gerektirdiği materyaller belirlenmelidir.

- Bu materyaller içinde en iyi ve ekonomik olanlar saptanmalıdır.
- Mevcut bütçe dikkate alınmalıdır.
- Çevrede kullanıcı ihtiyaçlarını karşılayabilecek başka kütüphane olup olmadığı bilinmelidir.

Sağlama

Sağlama seçim işlemi tamamlandıktan sonra materyalin alınması ve kütüphane kayıtlarına girmesi sürecini ifade eder. Sağlanacak materyallerin siparişi, muhasebe ve geliş işlemlerinin tamamlanması bu bölümün görevlerindendir. Yine kütüphaneye ilişkin mali kayıtların tutulması da ekseriyetle bu birim içinde yapılır.

Bir eserin satın alınması çoğunlukla görüldüğünden daha zordur. Çeşitli nedenlerle bir eserin varlığının saptanması bile sorun yaratabilmektedir. Sağlama işleminde birinci iş eserin varlığının doğrulanması, fiyatının tesbiti ve yayıncı veya sağlanacak yerin belirlenmesidir. Daha sonraki aşamada ise ya doğrudan yayın alınır veya bir aracı kuruma siparişi yapılarak temin edilir (Bloomberg 1989: 5). Bu konuda ekseriyetle yurtiçi yayınların kitapçılardan satın alınması, yurtdışı yayınların ise aracı kuruluşlar vasıtasıyla temini yoluna gidilmektedir.

Gelen materyal sırasıyla bibliyografik kontrol, fiziki kontrol, demirbaşa kayıt ve katologlama-sınıflama aşamalarından geçtikten sonra hizmete hazır hale gelir.

B.5.1.2. Bağış ve Değişim

Bağış ve değişim ekseriyetle sağlama bölümü veya bu bölüm içindeki bir birimce yürütülür. Bu yolla gelen eserler kütüphane kayıtlarından kontrol edilir ve eğer eser isteniyorsa girişi yapılarak katalog bölümüne devredilir.

Orta büyüklüğe ulaşmış kütüphanelerde ayrı bir bağış ve değişim birimi bulunması oldukça yaygındır. Hemen hemen her kütüphanede bağış ve değişim işlemleri yapılmakla birlikte küçük kütüphanelerde bu işlem sağlama bölümü içinde gerçekleştirilir. Başka deyişle sağlama bölümü sadece satın alma yoluyla materyal sağlamaz, bağış ve değişim de, iyi kullanıldığında önemli bir materyal sağlama yöntemidir (Bloomberg 1989: 7).

Bağış bir kişi veya kuruluşun elindeki kütüphane materyallerini herhangi bir maddi karşılık beklemeden kütüphaneye vermesidir. Bağış kısmının başlıca fonksiyonu bağışlanmış materyali değerlendirmek ve ne yapılacağına karar vermektir. Bu birim için önemli bir gereç, kütüphanenin bağışlarla ilgili politikasıdır ki birimin kararlarını bu çerçevede içerisinde vermesini sağlar.

Bağışlarla ilgili olarak şu üç husus önem arzeder.

- Prensip olarak şartlı bağış kabul edilmemelidir.
- Sağlanması için para sarfetsmeyeceğimiz bir eser, eğer değişimde kullanılmıyorsa bağış olarak kabul edilmemelidir.
- Eğer sonra çıkacak sayılarına abone olunmayacak ise süreli yayın bağışı kabul edilmemelidir.

Değişim yoluyla materyal sağlayabilmek için kütüphanede değişimde kullanılabilecek bir dermenin varlığı şarttır. Bu derme, kütüphane dermesinde fazla kabul edilebilecek eserlerle, bağış olarak gelen fakat kütüphane dermesine sokulmayan eserler, üniversitenin kendi yayınları ve herhangi bir yayınevinin stok artığı alınmak suretiyle oluşturulabilir. Bu derme ile değişim yapılabilmesi için değişime sunulacak eserlerin listesi hazırlanır, çoğaltılır; elde edilen nüshalar bir ön yazı ile değişim yapılacak kütüphaneye gönderilir. Değişimin bir denge içinde yürütülmesine çalışılmalıdır.

B.5.1.3. Kataloglama ve Sınıflama

Kataloglar kütüphane dermelerini okuyucuya açan anahtarlardır. Bu yüzden kataloglamanın ve katalogların tarihi kütüphanelerin ki kadar eskidir (Sefercioğlu 1977: 121).

Kataloglama bir kütüphane materyaline ilişkin bilgilerin belli kurallar dahilinde kayıt edilme işlemidir. Kataloglamanın amacı kullanıcılara kütüphane dermesinin mevcudu veya içeriği hakkında bilgi vermek yanında istenen bilgi kaynağının yerini de bildirmektir.

"Okuyucu kataloğu, genellikle Niteleyici Kataloglama ve Konu Kataloglaması diye bilinen işlemlerle, sağlanan materyalin tanımlanması ve yerinin tesbiti için gerekli bilgiyi içermelidir" (Bloomberg 1989: 151).

Üniversite kütüphanelerinde yaygınlıkla Anglo Amerikan Kataloglama Kuralları'nın 2. basımı kullanılmaktadır. Sözü geçen kuralların yaygın kullanım nedeni çeşitli düzeylerde kataloglamaya imkan vermesi ve uluslararası bir nitelik taşımasıdır.

Kataloglama bölümünün üç temel fonksiyonu olduğu kabul edilmektedir (Bloomberg 1989: 6):

1- Materyallerin kataloglama ve sınıflaması: Yazarın saptanması, eserin nitelenmesi, konu başlıklarının ve sınıflama numaralarının verilmesini kapsar.

2- Materyallerin kullanım için fiziksel olarak hazırlanması: Etiket hazırlanması, yer numaralarının yazılması, kayıt çoğaltımı, vb. işleridir.

3- Kütüphane katalog kayıtlarının denetim ve bakımı: Fiş katalogun bakımı, fişlerin sıralanması, eskimiş fişlerin değiştirilmesi, yanlış yerleştirilen fişlerin düzeltilmesi, kayıp veya eksik eserlere ait fişlerin katalogdan çıkarılması vb. işlemleridir.

Sınıflama bilginin en kolay bulunacak şekilde organize edilmesini temin amacıyla aynı konudaki eserlerin bir araya getirilmesi çalışmalarıdır. Bu işlem önceden saptanmış bir sınıflama sistemi uyarınca yürütülür.

Dünyada en yaygın kullanılan sınıflama sistemleri şunlardır:

- Dewey Onlu Sınıflama Sistemi;
- Kongre Kütüphanesi Sınıflama Sistemi;
- Kolon: Sınıflama Sistemi;

Üniversite kütüphanelerinde ekseriyetle temelde ABD Parlamentosu'nun kütüphanesi için geliştirilmiş olan Kongre Kütüphanesi Sınıflama Sistemi kullanılmaktadır.

Sınıflamada genel yaklaşım bilgiye erişimde kolaylık ve ulusal veya uluslararası kütüphane ilişkilerinde aynı dili kullanabilmek olmalıdır.

B.5.1.4. Ciltleme

Pek çok batı ülkesinde kitaplar ciltli olarak satışa sunulur. Ülkemizde ise kitaplar ekseriyetle ciltsizdir ve çok çabuk yıpranmaktadır. Dolayısıyla üniversite kütüphanelerinde ciltleme önemli bir sorundur.

Küçük ve orta büyüklükteki kütüphanelerde genellikle ayrı bir ciltleme birimi bulunmaz. Bu kütüphaneler ciltleme işlerini kurum dışında yaptırmaktadırlar. Büyük kütüphanelerde ise bu bölüme daha çok ihtiyaç duyulmaktadır. Ciltleme bölümü; ciltsiz gelen eserlerin ciltlenmesi, cildi zayıf olanların kuvvetlendirilmesi, kullanım nedeniyle yıpranmış olanların cildinin yenilenmesi, ayrı basım, broşür, vb. materyaller için kutu hazırlanması ve onarım işleriyle uğraşır. Ciltleme işi genellikle süreli yayınlar biriminin sorumluluğunda yürütülür (Bloomberg 1989: 7).

B.5.2. Okuyucu Hizmetleri

Teknik işlemleri yoğun emek ve uzun çalışmalarla tamamlanan materyaller nihayet hizmete sunulmaya hazırdır. Okuyucu hizmetleri işte bu aşamada gündeme gelir. Bu hizmetler kütüphanenin hizmet politikası çerçevesinde kullanıcı kitlesinin beklentilerine cevap verecek nitelikte olmalıdır. Bu konudaki genel politika, kütüphane ve kütüphane materyallerinin kullanımında kullanıcıya yardımcı olmak ve bu materyallerden en üst düzeyde yararlanmayı sağlamak olmalıdır.

Okuyucu hizmetlerini danışma hizmeti ve ödünç verme hizmeti olarak iki başlık altında ele almak mümkündür.

B.5.2.1. Danışma Hizmeti

Kütüphanecilik, belge-bilgi ve kullanıcı kavramları üzerine kurulmuştur. Danışma hizmeti ise bulundurulmuş belgelerin kullanıcılara en üst seviyede kullandırılması gerçeği üzerine kurulmuştur. Çünkü belgeler, kullanıcıların gereksinim duyduğu bilgilerin kaynağı durumundadır. Bir başka ifade ile danışma hizmeti kaynaklarla bilgiye gereksinim duyanlar arasında etkin bir biçimde bilginin akışını sağlama hizmetidir (Pugh 1980: 2222'den aktaran, İnce 1991: 282).

Bir çalışmada danışma hizmeti şöyle tanımlanmıştır: "Kişilerarası iletişim süreci olarak bilgiye gereksinim duyan kişilere bilgi sağlamak, veya uygun bilgi kaynaklarını nasıl kullanacağını öğretmektir." (İnce 1991: 284).

Daha kapsamlı bir tanım ise şöyledir: Bir kütüphanede herhangi bir nedenle bilgi arayan kişilere, özel olarak yetişmiş personel tarafından kütüphane içi ve dışı kaynaklardan yararlanarak, doğrudan doğruya kişisel yardımı, aynı zamanda bu bilginin en çabuk ve kolay şekilde sağlanabilmesi için yapılan diğer dolaylı çalışmalardır (Üçok 1972: 31).

Danışma hizmeti aynı zamanda bir yönlendirmedir. Bu hizmeti veren personele her tür soru yöneltilebilir. Örneğin bir yazara ait eserlere nasıl ulaşılacağı veya bir kaynağın nasıl kullanılacağı, bir araştırma konusunda nasıl

bir yöntem izleneceği, vb. soruları sorulabilir. Bu hizmet verilirken kütüphaneci ile kullanıcı karşı karşıyadır. Kullanıcının yararlandığı kütüphaneye ilişkin imajı büyük ölçüde danışma personelinin niteliği ve verdiği hizmet yoluyla şekillenir. Bu nedenle danışma hizmetinin kütüphane ve kaynaklarını tanıyan, alanında belli bir birikime erişmiş becerikli personellerce verilmesi gerekir. Bu bölüm personelinin danışma hizmeti konusunda kendisini sürekli geliştirmesi, yenilikleri takip etmesi ve uygulaması gerekir.

Bu bölümde danışma kaynakları dediğimiz; ansiklopediler, sözlükler, el kitapları, çeşitli kataloglar, çeşitli türden bibliyografyalar, yıllıklar, almanaklar, yine değişik konularda dizinler, abstraktlar, istatistikler vb. bulunur. Hizmet büyük ölçüde bu kaynaklara dayalı, yetersiz kaldığı durumlarda bunlar dışındaki kaynaklar ve hatta diğer kütüphane dermelerinden yararlanılarak, diğer kütüphanelerle işbirliği yapılarak yürütülür.

Söz konusu hizmetin dinamik bir şekilde, kullanıcının kişisel durumu dikkate alınarak verilmesi gerekir. Bu hizmet kişilerarası iletişime dayalı olduğundan kullanıcı isteğinin doğru algılanması büyük önem taşır. Ancak bu sayede doğru bir danışma hizmeti verilebilir.

Bir üniversite kütüphanesinde bu hizmetin verilmesi, kullanıcının öğrenci veya akademisyen olmasına göre farklılık gösterir. Kullanıcı öğrenci ise genellikle kaynaklara yöneltme ve kaynakların kullanımının öğretilmesi, araştırmacı ise doğrudan bilginin ya da bilgi kaynağının verilmesi söz konusudur.

Araştırmacılar bu bölümde bir çalışmanın ilk basamağı olan konularıyla ilgili yayınların neler olduğunu tespit eder ve bunlara nasıl ulaşılacağı konusunda bilgi alırlar. Yine bu bölümde araştırmalar için tarama yapılır. Teknolojik gelişmeler bilimsel araştırmalara büyük hız kazandırmıştır. Belli konuda araştırma yapan kişinin konusuna ilişkin vereceği anahtar kelimeler yardımıyla konusuyla ilgili yayınların tespiti yapılır. Bu işlem kullanıcının vereceği anahtar terimlerin belli bir strateji dahilinde, belli konu veya konulardaki CD-ROM denilen (manyetik disk) veri tabanlarından taranması şeklinde yapılır. Bunlar dışında uluslararası bilgi ağları yardımıyla hemen her konuda çevrim içi tarama yapmak da mümkündür.

Söz konusu imkanlar araştırmacının konusuyla ilgili basılı danışma kaynaklarını uzun uzun inceleyerek kaybedeceği zamanı büyük ölçüde sınırlandırmaktadır.

B.5.2.2. Ödünç Verme Hizmeti

Bu hizmet kütüphanede ödünç verilebilen yayınların işlemlerinin yürütülmesi şeklinde gerçekleştirilir. Bu işlemler üniversite kütüphanesince saptanan kurallar (kimlere ödünç yayın verileceği, hangi sürelerle kaç yayın verileceği, geciktirme durumunda uygulanacak yaptırımlar, vb.) uyarınca yürütülür.

Bir üniversite kütüphanesinde ödünç verme hizmeti öğretim elemanlarını, öğrencileri ve diğer idari personeli kapsar. Temel ilke dermedeki bazı eserlere kısıtlama getirmek şartıyla dermenin kütüphane dışında da kullanımını sağlamaktır. Bu hizmet kurallarla belirlenmiş ve eşitliği gözetilen bir anlayışla yürütülmelidir. Ancak eşitlik "bilime katkı" ölçüsünü dikkate almalıdır. Başka bir ifadeyle öğrencilere verilen kitap sayı ve süresi öğretim elemanları için geçerli olmamalı, bu gruba daha çok sayıda ve daha uzun süreli kitap vb. kaynaklar verilebilmelidir.

Ödünç vermede iki tür kısıtlama vardır. Bunlar kullanıcı ve materyal türüdür. Kullanıcı kısıtlaması üniversite mensubu olmayanlara ödünç yayın vermeme prensibidir. İkincisi ise bazı materyallerin niteliği veya fiziksel özellikleri nedeniyle getirilen kısıtlamadır. Bu kapsamda danışma kaynakları, yazmalar, nadir eserler, ciltsiz süreli yayınlar, mikrofişler, vb. ödünç verilmezler. Kütüphane politikasına bağlı olmakla birlikte ciltli süreli yayınlar ödünç verilebilmektedir. Buradaki önemli nokta süreli yayının bir bütün olduğu ve herhangi bir sayısının veya cildinin kaybolması durumunda bu eksikğin tamamlanmasının son derece zor olduğunun bilinmesidir.

Sonuç olarak denilebilir ki üniversite kütüphanesi ve ürettiği hizmetler, üniversitenin amaçlarına ulaşmasının, işlevlerini yerine getirebilmesinin ya da başarı veya başarısızlığının temel belirleyicisidir. Bu bakımdan üniversite yönetimi tarafından üniversite kütüphanesi dikkatle izlenilmeli ve sürekli desteklenmelidir. Üniversite kütüphanesi ise kendisinden beklenen

hizmetleri en üst düzeyde sunabilmeli, bunu yapabilmenin yollarını mutlaka bulmalıdır. Bu çerçevede kütüphane yönetimi hem kullanıcılarıyla hem de üniversitesinin yöneticileriyle iyi ilişkiler kurmalı ve geliştirmelidir.

Üniversite kütüphanelerini değişik yönleri ile irdeleyen bu açıklamalardan sonra, II. Bölümde "halkla ilişkiler" konusu üzerinde durulacaktır.



II. BÖLÜM

HALKLA İLİŞKİLER

A. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Halkla ilişkiler, terim olarak kullanılışı yeni olmakla beraber, fiiliyatta değişik şekillerde her zaman var olan bir olgudur. Sosyal bir varlık olarak insanların ve oluşturdıkları örgütlerin çevreleriyle amaçları çerçevesinde birtakım ilişkileri mevcuttur. Çağdaş hayat, bu ilişkilerin gelişi güzel yürütülmekten çok, planlı ve amaçlar yönünde yürütülmesi konusunda zorlayıcıdır. Halkla ilişkiler çevre ile iletişim kurma zorunluluğunun bir sonucu olarak kendine yer bulan ve gelişen, günümüzde tüm örgütlerin (işletmelerden devlete kadar) gözardı edemediği bir faaliyet alanıdır.

İngilizce "public relations", Fransızca "relations publiques" terimlerinin karşılığı olarak, kimi zaman "kamusal ilişkiler" veya "kitlesel ilişkiler" terimlerinin de kullanıldığı görülmekle birlikte, dilimizde yaygın kabul gören şekli "halkla ilişkiler" dir.

Sosyal bilimler alanındaki pek çok terimde olduğu gibi "halkla ilişkiler" teriminin de herkesin üzerinde uzlaştığı bir tanımına rastlamak mümkün değildir. Amerikan Halkla İlişkiler Birliği'nden (Public Relations Society of America) bir uzman, halkla ilişkilerin iki yüz kadar değişik tanımını saptamıştır (Tortop 1990: 3). Yine bir başka araştırma da Amerikan literatüründe 472 farklı halkla ilişkiler tanımının olduğu belirtilmektedir (Seçim 1992: 3). Bu kadar çok tanım olmasında; tanım yapan araştırmacıların mesleki referansları ve ilgi alanlarının rolü yanında, halkla ilişkilerin sahip olduğu geniş uygulama alanı, reklamcılık, propaganda, kamuoyu oluşturma, tanıtım gibi tekniklerle kesin sınırlarla ayrılmış olmaması ve değişik amaçlara yönelmiş kuruluşlar tarafından uygulanması gibi pek çok faktörün rolü vardır (Kazancı 1972: 11, Göksel 1989: 11).

Geniş anlamda halkla ilişkiler bir kurumun toplumla bütünleşme yönünde harcadığı çabaların tümü olarak tanımlanabilir. Bir başka geniş anlamda tanım ise, halkla ilişkilerin bir tanıma ve tanıtma süreci olduğu yönündedir. Bu açıdan bakıldığında halkla ilişkiler kuruluşların duyarlı olduğu çevreyi tanıması ve kendisini bu çevreye tanıtması amacıyla iletişim tekniklerinin planlı, programlı bir biçimde iki yönlü olarak ve yönetim felsefesine dayanılarak uygulanmasıdır (Sabuncuoğlu 1992: 2).

Yapılan tanımların birkaçı şöyledir:

- Halkla ilişkiler, özel ya da tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek onları olumlu inanç ve eylemlere yöneltmesi, tepkileri değerlendirerek tutumuna yön vermesi, böylece karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planlı çabaları kapsayan bir yöneticilik sanatıdır. (Asna 1978: 12).

- Halkla ilişkiler yönetimin izlemekte olduğu politikaların halka benimsetilmesi, çalışmaların devamlı ve tam olarak halka duyurulması, yönetime karşı olumlu bir hava yaratılması ve buna karşılık halkın da yönetim hakkında ne düşündüğünün, yönetimden ne istediğinin bilinmesi ve halkla işbirliği sağlanması görevidir (Tortop 1990: 3).

- Halkla ilişkiler yönetim-halk ilişkisini iyileştirmeye yönelik, temelinde iletişimin yattığı bir etkileşimdir. Bir başka anlatımla halkla ilişkiler, yönetimin eylem ve işlemlerini halka onaylatma çabası değil, eylem ve işlemleri yönetilenlerle etkileşerek gerçekleştirme ve böylece kendiliğinden oluşan bir onay elde etmedir (Kazancı 1980: 32).

- Halkla ilişkiler, halkın tutumlarını değerlendiren, bir bireyin veya örgütün siyasetlerini ve usûllerini halkın çıkarlarıyla birleştirebilen ve halkın anlayış ve kabulünü kazanmak için bir eylem programı yürüten bir faaliyettir (Orrick 1967: 3).

- Halkla ilişkiler, kamunun anlayış ve saygınlığını sağlamak için ifadesini halkla bağlantının kurulduğu politika ve uygulamalarda bulan yönetimin bir sosyal felsefesidir (Aşkun 1990: 8).

- Halkla ilişkiler, bir örgüt ile, onun başarısı veya başarısızlığının kendilerine bağlı olduğu çeşitli kamular arasında karşılıklı yarara dayalı ilişkiler saptayan, kuran ve sürdüren bir yönetim fonksiyonudur (Cutlip 1985: 4'den aktaran Varol 1987: 322).

- Daha önce sözü edilen 472 değişik tanımın incelemesi sonucu Rex Harlow tarafından geliştirilmiş halkla ilişkiler tanımı ise şöyledir: "Halkla ilişkiler, bir kuruluş ile onun hedef kitlesi arasında karşılıklı iletişim ve anlayış oluşturmaya ve sürdürmeye yardımcı olan ayrıcalıklı yönetim görevidir" (Balta Peltekoğlu 1991: 11).

Bu tanımların sayısını daha da artırmak mümkündür. Fakat bunun pratikte bir yararı yoktur. Bazı yazarların (Kazancı: 1980: 31-32) yapılan halkla ilişkiler tanımlarını, ağırlık verdikleri unsur temelinde kabaca kategorize etme çabasına karşılık, içerdikleri temel noktaları veya içerdikleri ortak özellikleri tesbite yönelik çabalara da rastlıyoruz.

Halkla ilişkiler tanımlarından çıkan sonuçlara göre üzerinde durulması gereken dört temel husus vardır (Asna 1969: 6-7, Tortop 1990: 6, Fındık 1986-87: 78).

- 1- Karşılıklı olma ve karşılıklı yarar;
- 2- Halkın ilgi ve desteğinin kazanılması;
- 3- Kazanılan ilginin değerlendirilmesi;
- 4- Hedef kitle veya kitlelerin etkilenmesi.

Bir başka araştırmacı ise (Balta -Peltekoğlu 1993: 203) yapılan tanımları içerik açısından üç noktada birleştirmektedir. Bunlar sırasıyla şöyledir:

- 1- Halkla ilişkiler bir yönetim işlevidir.
- 2- Halkla ilişkiler bir iletişim görevidir.

3- Hakla ilişkiler bir kamuoyu etkileme aracıdır.

Yapılan tanımları ve yukarıda sıralanan hususları da dikkate alarak halkla ilişkilerin temel özelliklerini tesbite yönelmek daha anlamlı olacaktır. Buna göre hakla ilişkiler;

- Karşılıklı iletişime ve etkileşime dayanır.
- Örgütlü, planlı ve sürekli çabayı gerekli kılar.
- Bir yönetim fonksiyonudur.
- Açıklık ve dürüstlük ilkelerini gerekli kılar.
- Karşılıklı anlayış ve işbirliğini gerekli kılar.
- Olumlu bir imaj yaratma amacına yönelir.
- İki yönlü değişiklikleri de içeren uyum çabalarını gerektirir (Acar 1993: 16).

Halkla ilişkilerle ilişkisi olan bazı kavramlara da burada yer vermek yararlı olacaktır. Halkla ilişkilerle ilgili başka kavramlardan da söz edilebilir. Ancak, burada sadece reklam, propaganda, tanıtma ve iletişim kavramlarına kısaca değinilmek suretiyle halkla ilişkiler kavramına netlik kazandırılacağı düşünülmektedir.

Reklam, Amerikan Pazarlama Birliği'nin tanımına göre; herhangi bir malın, hizmetin veya fikrin bedeli verilerek ve bedelinin kimin tarafından ödendiği anlaşılabilecek biçimde yapılan ve yüz yüze satış dışında kalan tanıtım faaliyetleridir (Ünlü 1987: 7). Bu konudaki bir başka tanım ise şöyledir: "Bir malın ya da hizmetin satışını artırmak için basın ve yayın organlarından yer veya zaman satın alınarak gerçekleştirilen faaliyettir" (Mihçioğlu 1970: 100).

Reklam daha çok ticari amaçlı olup, en kısa zamanda sonuç almak esastır. Yine bir kitle iletişim aracından yer veya zaman satınalma söz konusudur. Halbuki hakla ilişkilerde kısa zamanda sonuç almak veya kısa

vadede kazanç sağlamak öncelikli amaç değildir. "Halkla ilişkilerin amacı kamuoyunu belirli bir konuda etkilemek, halkın bu konuda bir görüşe sahip olmasını sağlamaktır. Bu ise daha uzun bir sürede sağlanabilir" (Asna 1969: 184).

Propaganda bir öğretinin düzenli ve sistematik olarak yayılması, bir fikrin ya da davanın duyurulması için gerçekleştirilen faaliyetleri kapsar (Mıhçıoğlu 1970: 101). Propaganda ile varılmak istenen amaç, insanlara belirli bir düşünceyi, fikri, inancı, davranış biçimini benimsetmektir.

Tanımdan da anlaşılacağı üzere, propagandanın tek yönlü bir etkileme ve koşullandırma amacını güden eylemleri öngörmesi ve "telkin" edilmek istenen düşüncenin niteliğine göre olumlu ya da olumsuz olabilmesine karşın, halkla ilişkiler içerdiği amaç ve ilkeler çevresinde propagandanı ayrılmaktadır.

Halkla ilişkilerle ilgili bir başka kavram da tanıtımdır. (Publicity). Bilgi yayma, bir örgüt ya da kişi hakkında bilgi dağıtımı; başkalarına bilgi vermek isteyen bir kimsenin bazı konuları kendi açısından açıklaması anlamına gelen tanıtma, iki yönlü bir faaliyet olan halkla ilişkilerin halka seslenme yönü ile ilgilidir. Pratikte tanıtma halkla ilişkiler faaliyetinde önemli bir yere sahiptir. Fakat çoğu zaman tanıtıma gelen tepkiler ihmal edilir. Halbuki iyi bir halkla ilişkiler programında iletişim çift yönlüdür ve bu iletişimin bir denge içerisinde olması beklenir (Mıhçıoğlu 1970: 101).

Halkla ilişkilerle ilgili, üzerinde duracağımız diğer bir kavram iletişimdir. İletişim kavramının da, halkla ilişkilerde olduğu gibi, birçok tanımı vardır. Bir araştırmacı iletişimi şöyle tanımlamıştır: "Birey ya da bireyler arasında yapılan bir anlam yüklü sembeler gönderimi, alımı, işlenimi, yeniden gönderimi, yeniden alımı ve işlenimi sürecidir" (Oskay 1982: 309).

Bir başka çalışmada iletişim, "ortak semboller sistemi yoluyla bireyler arasında anlamların değiş tokuş edildiği bir süreç" olarak tanımlanmaktadır (Orrick 1967: 12).

Yapılan tanımlara bakıldığında iletişim kimine göre "bilgilerin aktarılması" kimine göre "uyarı-tepki", kimine göre ise "canlı varlıklar

arasında anlam aktarımı" anlamına gelmektedir. Fakat genel inanış iletişimin temel işlevinin "bilgi aktarımı" olduğu yönündedir (Gökçe 1993: 25).

İletişim kaynak ile hedef arasındaki mesaj alışverişini içeren bir süreçtir. İletişim süreci; kaynak (gönderen), kodlama, mesaj, kanal, kod açma, hedef (alıcı) ve karşı mesaj (feed-back) öğelerinden oluşmaktadır. Karşı mesaj ile yeni bir iletişim süreci başlamaktadır.

İletişim halkla ilişkilerin temelidir. Aynı zamanda bir iletişim olayı olarak da nitelendirilen halkla ilişkilerde, hem çevrenin, hem de halkla ilişkiler uygulayıcılarının bilgili olması gerekmektedir (Gürüz 1993: 16).

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde, alıcının veya hedefin yanıtı, sürecin nedenini oluşturmakta, karşı mesajın değerlendirilmesi sonucunda halkla ilişkiler etkinliği gerçekleşmektedir. Halkla ilişkiler uygulaması içinde iletişimin bir plan dahilinde yürütülmesi gereklidir. Kaynağın (Halkla İlişkileri başlatacak olan kurum) ve hedefin yapısı ve özelliklerine uygun mesaj ve araçlar seçilmeli ve bunların ikna edici nitelikte olmasına özen gösterilmelidir (Gürüz 1993: 16-17).

B. HALKLA İLİŞKİLERİN KAPSAM VE NİTELİĞİ

Her örgüt temelde iki ana faktör çerçevesinde şekillenir. İlki örgütün ulaşmak istediği amaçlardır. Diğer ise faaliyette bulunulan çevrenin koşullarıdır. Bu iki faktöre bağlı olarak hedef kitlenin doğru ve gerçekçi bir biçimde tesbiti, uyarılmış ve tatmin edilmeyen ihtiyaçların neler olduğunun bilinmesi ve ayrıca faaliyette bulunulan çevre koşullarına örgütün uydurulması hususları önem taşır.

Halkla ilişkiler hem ihtiyaçların tesbiti, hemde kurumun varlığını geliştirerek sürdürebilmesi için çevre koşullarına uyumları bakımından başta gelen bir faaliyettir (Kamu Kuruluşlarında ... 1972: 7).

Bu genel çerçevede halkla ilişkiler şu faaliyetleri kapsar:

1. İnsan davranışını anlamaya yönelik faaliyetler;
2. Gelecekle ilgili eğilimleri tahmin ve analiz etme;
3. Kamuoyunun tutumları ve beklentileri ile ilgili araştırmalar yapma ve alınabilecek önlemlerle ilgili önerilerde bulunma;
4. Tam ve doğru bilgi elde edebilmek için her tür iletişim kanalını çift yönlü olarak açık tutma;
5. Fikir ayrılıklarını ve yanlış anlamaları önleme;
6. Karşılıklı sevgi, saygı ve sosyal sorumluluğu geliştirme;
7. Kurum amaçları ve çıkarlarını çevreninkilerle uyumlaştırma;
8. Çalışanlarla ilişkide oldukları çevre arasındaki iyi ilişkileri teşvik etme;
9. Nitelikli personel istihdamı ve ayrılmaları (personel devir hızı) asgaride tutma;
10. Mal veya hizmet kalitesini yükseltme;
11. Kârlılığı ya da verimliliği artırma;
12. Kuramsal imaj oluşturma veya kazandırma;
13. Kurumun dünyadaki diğer kurumlarla ilişkilerini teşvik etme ve geliştirme;
14. Demokratik kuralların yerleşmesine katkı (Halkla ilişkiler IPRA ... 1987: 9-10).

Bir uzmanlık alanı olarak halkla ilişkilerin sınırları konusunda ortak bir yaklaşım belirmemiştir. Bir görüşe göre halkla ilişkiler "arada iyi bir uyum sağlamak amacıyla, fikirlerin ve bilgilerin bir örgütten onunla ilgili gruplara ve bu gruplardan örgüte iletilmesidir" (Mıhçıoğlu 1970: 99). Böyle bir sınırlamayı çok dar bulan ikinci görüşe göre halkla ilişkiler, uzmanının faaliyet alanı "bir örgüt ile onunla ilgili halk grupları arasındaki bütün ilişkileri kapsamalıdır." Kurumun çevresi üzerinde yarattığı imaj öncelikle izlenen politikaya bağlı olacağından, halkla ilişkiler uzmanının politikanın tesbiti çalışmalarına katılması gerektiği ifade edilmektedir. (Mıhçıoğlu 1970: 99-100).

Toplumdaki bütün örgütlerin yaygın bir işlevi olarak ortaya çıkan halkla ilişkiler bir görüşe göre üç aşamadan geçmek durumundadır. Bunlar; dikkat çekmek, inanç veya güven vermek, anlayış ve sempati sağlamaktır. Bu aşamalardan sonra varılacak amaç, halka bir tutumu benimsemeleri veya belli bir hareket tarzını izlemeleri gerektiği konusunda inanış vermektir. Amaca varabilmek için örgüt yönetiminin; ne, kime, nasıl ve niçin olarak da formüle edilebilen şu sorulara açık ve net cevaplar verebilmesi gerekir.

- Verilmek istenen mesaj nedir?
- Mesaj kim (ler)e verilecektir?
- Mesaj, nasıl verilecektir?
- Mesajın amacı nedir? (Aşkun 1990: 8-9).

Bir halkla ilişkiler çalışmasının başarısı bu soruların doğru cevaplanmasına bağlı olduğundan bunların herbiri üzerinde hassasiyetle durmak gerekmektedir.

Halkla ilişkiler alanında bazı kavramların tam oturmadığı, bazı terimlerin tartışıldığı görülmektedir. Halkla ilişkiler faaliyetinde kendisine yönelinen hedef grubun tanım ve kapsamı da her zaman net değildir. Hedef kitle, grup, halk, kamuoyu, çevre, toplum, toplum kesimi, yönetilenler gibi birçok terim, etkileşimde bulunulacak çevreyi ifade etmek üzere birbirinin yerine çoğu kez de birlikte kullanılabilmektedir. Hedef grup veya kitle, yürütülen hizmetin niteliği, kuruluşun ilgi ve amaçlarına göre daralıp genişleyebilmektedir.

Her kurum için halk, kurum faaliyetlerinden etkilenen ve kurumu politika ve faaliyetlerini etkileyebilen kitle veya kitleleri ifade eder (Acar 1993: 18-19).

Halkla ilişkilerin bir bilim ya da bir sanat olduğu, bir halkla ilişkiler kuramının oluşturulup oluşturulamayacağı ve halkla ilişkilerde meslekleşmenin gerçekleşip gerçekleşmeyeceği konuları da tartışılmaktadır.

Halkla ilişkilerin genellikle deneyime ve kişisel yeteneklere bağlı olduğu görüşünden hareketle bu faaliyetin bir sanat olduğu görüşü yanında halkla ilişkilerin bir bilim olabileceği görüşünü savunanlar da vardır (Asna 1978: 17).

Bazı araştırmacılar ise halkla ilişkileri bir meslek, yönetsel uzmanlık alanlarından biri olarak kabul etmekte, bu konuda bazı kişi ve kuruluşlarca kurallar, yasalar ve standartlar oluşturulmaktadır (Ertekin 1988: 37).

Son dönemlerde, bir halkla ilişkiler kuramı oluşturma yönünde çabaların arttığı ifade edilmektedir (Uysal-Sezer 1988: 197-222).

C. HALKLA İLİŞKİLERİN AMAÇLARI

Halkla ilişkilerde temel amaç; Örgüt-çevre ilişkilerini, örgüt amaçları doğrultusunda şekillendirmek suretiyle, onun verimlilik ve etkinliğini artırmak, varlığını geliştirerek sürdürmesi için uygun ortam yaratmaktır. Bu temel amacı gerçekleştirmeye yönelik alt amaçlar ekseriyetle benzer nitelikte olmakla beraber, değişik araştırmacılarca farklı biçimlerde ayrıntılandırabilmektedir. Mesela Sabuncuoğlu (1992: 37-38) halkla ilişkiler amaçlarını işletme-kurum açısından ve toplumsal açıdan olmak üzere iki başlık altında ele almıştır. Buradaki toplumsal amaçlar halkla ilişkiler amaçlarının daha çok sosyal sorumluluk boyutu ile ilgilidir.

Halkla ilişkiler amaçlarını özetle şöyle sıralamak mümkündür:

- Çevreyi örgüt hakkında aydınlatma ve onun izlediği politika ve çalışmaları benimsetme;

- Örgüt için çevrede iyi niyet ve olumlu bir imaj yaratma;
- Hizmetlerin başarıyla yürütülmesi için halkın destek ve işbirliğini kazanma;
- Doğru ve yerinde karar verebilmek için halkın görüşlerinden yararlanma;
- Halk ve örgüt menfaatlerini birleştirme ya da uyumlaştırma;
- Örgüt-çevre ilişkisinde işleri kolaylaştırma;
- Örgütün koyduğu kurallara uyulmasını sağlamak için bunlar hakkında aydınlatıcı bilgi verme;
- Çeşitli yollarla saptanan halk eğilimlerini değerlendirerek örgütün uygulamalarında görülen aksaklıkları giderici önlemler getirme (Ülker 1993: 138, Mihçioğlu 1970: 96-98, Tortop 1990: 10, Acar 1993: 23).

Halkla ilişkilerin amaçları kurumun özel işletme veya kamu kurumu olması bakımından da farklılaşmaktadır. Özel işletmelerde halkla ilişkiler özel girişimciliği aşılama, işletmeyi koruma, finansal güçlenme, iyi yetişmiş işgören bulma, satış artırma, müşteri ile ilişkilerini geliştirme (Sabuncuoğlu 1992: 38) gibi amaçlara yönelmişken, kamu kesiminde halkla ilişkilerin çevre ile iyi ilişkiler kurma, kurum politikasını tanıtmak, çevrenin desteğini alma, gelen istek ve şikayetler için gerekli çalışmaları yapmak ... gibi kamu yararı yönü ağır basan amaçları vardır.

Ç. HALKLA İLİŞKİLERİN İLKELERİ

Bir yönetim fonksiyonu ve felsefesi olarak da tanımlanan halkla ilişkilerin pek çok konuda olduğu gibi bir takım temel prensip veya ilkeleri vardır. Bu ilkelerin tüm örgüt çalışanlarınca benimsenmesi ve özümsemişi gerekli olmakla beraber özellikle halkla ilişkiler birimi çalışanlarının, halkla ilişkiler faaliyetlerine yön ve şekil vermeleri bakımından bu ilkeler

doğrultusunda hareket etmesi beklenir. Bu ilkelerden sapma halkla ilişkiler faaliyetlerinin ruhuna aykırı olduğu gibi, büyük olasılıkla ilgili kuruma da bir şekilde zarar verecektir. Söz konusu ilkeleri şu şekilde özetleyebiliriz.

Ç.1. İki Yönlü İlişki Kurmak

Tek yönlü iletişim kurma daha çok reklam ve propaganda ile ilgilidir. Halkla ilişkilerde ise örgütten çevreye, çevreden de örgüte doğru bir bilgi akışı söz konusudur. Başka ifadeyle halkla ilişkilerde karşı mesaj (geri bildirim; feed back) esastır. Örgüt bir taraftan çeşitli iletişim araçlarıyla istediği mesajları çevreye vererek hedef kitlenin ilgi ve desteğini kazanırken, diğer taraftan söz konusu kitlenin örgütten istek, beklenti ve tepkilerini alarak karar mekanizmalarına katar ve gerekli düzenlemeleri yapar (Sabuncuoğlu 1992: 39). Bu durum örgütün amaçlarına ulaşmasında çok önemli bir katkı sağlar.

İki yönlü ilişki kurma ilkesini; "ilişkide bulunan kitle ile kurum arasında oluşturulan sağlıklı iletişim kanalları yoluyla iki tarafın birbirini tanıması, olumlu bir ilişki ve etkileşimin sağlanması" şeklinde de ifade edebiliriz.

Ç.2. Dürüstlük

Dürüstlük ilkesi halkla ilişkilerin anlamını etkileyecek kadar önem taşır. Bir halkla ilişkiler faaliyetinin araştırma, değerlendirme, mesaj ve programların hazırlanması, araçların seçimi ve uygulama gibi değişik aşamalarında hiç bir zaman dürüstlük ilkesinden ayrılınmamalıdır. Bu konuda gösterilecek hassasiyet, bu çalışmaların başarı oranını yükseltici etkenlerin başında yer alır (Asna 1969: 189).

Halkla ilişkilerde dürüstlük ilkesini "onurlu çalışma, doğruluk ve güvenilirlik" olarak üç grupta ele almak da mümkündür (Onal 1982: 27). Halkla ilişkiler çalışmalarında yakışıksız eylemlerde bulunarak kurum onuru zedelenmemelidir. Gerçeklerden sapılmamalıdır. Doğruluktan ayrılma veya

gerçeklerin gizlenmesi, kısa zamanda örgüt aleyhine sonuç doğuracaktır. Böyle bir olumsuzluğu gidermek ise son derece zordur. Bu bakımdan örgüte güveni sarsacak her türlü tutum ve eylemden kesinlikle kaçınılmalı, dürüst olmanın insanları kazanmakta en büyük etken olduğu unutulmamalıdır.

Ç.3. İnandırıcılık

Sosyologlar kitlelere birşey yaptırabilmek için üç etkili yol bulunduğundan söz ederler. Bunlar; zor kullanmak, para ile satın almak ve inandırmaktır (Asna 1969: 7). Halkla ilişkiler faaliyetinde üçüncü yolu tercihten başka seçenek yoktur. İnandırma veya ikna etme tabii ki diğer halkla ilişkiler ilkeleri çerçevesinde gerçekleştirilmelidir. Çünkü diğer ilkeler olmadan yapılacak bir inandırma faaliyeti daha çok propaganda olacaktır. Halbuki propaganda halkla ilişkilerden ayrı bir konudur.

İnandırıcılık halkla ilişkilerin en zor çalışmasıdır. (Sabuncuoğlu 1992: 40). Başkalarını etkilemek, görüşlerini olumlu yönde değiştirmek için belli koşullara gerek vardır. Bunların ilki öncelikle hedef kitlenin inanması istenilen konuya, bu faaliyeti yürütenlerin inanmasıdır. İkinci olarak hedef kitlenin tanınması gerekir. Hedef kitlenin özellikleri ve beklentileri doğrultusunda sunulmayan mesajların inandırıcı olamayacağı açıktır (Onal 1982: 27). Üçüncüsü ise mesajların içeriği ve kullanılan dildir. Bu üç hususa özen gösterilerek hazırlanacak mesajların inandırıcı olmasını bekleyebiliriz.

Ç.4. Süreklilik ve Tutarlılık

Halkla ilişkiler tanımlarında da rastlanıldığı üzere halkla ilişkiler süreklilik arzeden ve sabırla çalışmayı gerekli kılan bir faaliyettir. Bir ya da bir kaç günde sevgi, saygı veya olumlu bir imaj kazanılamaz.

Sağlam bir halkla ilişkiler iyi bir dostluğa benzer. Sağlam bir dostluğun kurulması nasıl belli bir süreci gerektiriyorsa, iyi bir halkla

ilişkilerin kurulabilmesi de sürekli ve sabırlı bir çalışma ve belli bir zaman dilimini gerektirir (Sabuncuoğlu 1992: 41).

Kurumun yapmış olduğu halkla ilişkiler faaliyetinde çevrenin güven ve desteğini kazanmak amaçlandığına göre bir tutarlılık çizgisinin yakalanması ve sürdürülmesi gereklidir. Aynı zamanda veya farklı zamanlarda bir biriyle çelişen mesajların verilmesi sonuçta kurum imajını sarsacaktır.

Ayrıca verilen mesajların veya yapılan çalışmaların gerektiği kadar yinelenmesinde, akılda kalıcılığı sağlamak bakımından büyük yarar vardır. Tekrarlar sonucu, aktarılan mesajların çeşitli kişilerce tartışılması, anlaşılmayan noktaların aydınlatılması ve bunun sonucu olarak da akıllarda yer etmesi sağlanır (Asna 1969: 200).

Ç.5. Yaygın Sorumluluk

Halkla ilişkiler çalışması yalnızca halkla ilişkiler birimine veya bu birimde çalışan bir kaç kişiye mahsus bir sorumluluk değildir ve olmamalıdır. Halkla ilişkiler çalışması en tepedeki yöneticiden, en alttaki görevliye kadar herkesi ilgilendirmeli, bütün personelin katkı ve sorumluluğunda olmalıdır.

Halkla ilişkiler bölümünün geliştireceği program bir bütün olarak tüm kuruluşça yürürlüğe konulup, benimsendiği takdirde anlamlı ve başarılı olacaktır. Aksi durumda ise çalışmaların bütünlüğü bozulacak bir birimin veya bir kişinin yapacağı yanlış bütün çalışmayı boşa çıkarabilecektir (Göksel 1990: 52).

Halkla ilişkiler bir tebessümle başlar. Bir sekreter veya danışma görevlisinin sıcak ilgisi, dostça davranışı ve insanları aydınlatarak yardımcı olması birer halkla ilişkiler uygulamasıdır. Bu bakımdan tüm personelin bu konuda sürekli eğitilmeleri ve yetiştirilmeleri gerekir (Sabuncuoğlu 1992: 42).

D. HALKLA İLİŞKİLER ARAÇLARI

Halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılan araçların çok çeşitli olduğunu görüyoruz. Burada önemli olan, içinde bulunulan koşul ve belirlenen amaçlara uygun olanının seçimi ve kullanımıdır. Halkla ilişkiler araçlarına ilişkin farklı gruplandırmaların varlığı dikkati çekmektedir. Bazı yazarlar "yazılı, sözlü, sosyal ve kültürel araçlar" şeklinde bir gruplandırma yaparken (Ertekin 1986: 85) bazı yazarların sadece "basılı araçlar ve basılı olmayan araçlar" (Onal 1982: 55) olarak ikili bir gruplamayı tercih ettiği veya Sabuncuoğlu (1992: 100) gibi "yazılı araçlar, sözlü araçlar ve görsel işitsel araçlar" şeklinde üçlü bir gruplandırma yaptığı görülmektedir.

Kanımızca bu araçları "yazılı ve basılı araçlar", "görsel-işitsel araçlar" ve "sosyal ve kültürel faaliyetler" ve diğer araçlar olarak gruplandırmak ve bu genel çerçeveye içinde ele almak yararlı olacaktır.

D.1. Yazılı ve Basılı Araçlar

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde yazılı ve basılı araçlar, kullanımı en yaygın olanlardır. Bu araçların kullanımı hemen hemen her tür halkla ilişkiler faaliyetinde yer alabilmekle beraber, hangi araç veya araçların kullanılacağı faaliyetin türüne göre farklılık gösterebilmektedir.

Yazı ve baskı tekniği ile oluşturulan her tür materyali bu gruba dahil etmek mümkündür. Yazılı ve basılı araçları; gazeteler, dergiler, broşürler, el kitapları, bültenler, yıllıklar, mektuplar, afişler, pankartlar, pullar, katvizitler, el ilanları, vb. şeklinde sıralamak mümkündür. Bu araçlar, amaçlar doğrultusunda kurum içi ve dışı hedef kitlelere sade ve açık bir anlatımla sunulmalıdır.

Bu gruptaki araçların ayrı ayrı her biri çok önemli olmakla beraber, gazete en çok kullanılanı ve etkinliği en fazla olanıdır (Onal 1982: 55).

D.1.1. Gazeteler

Doğuşu 17. yüzyılda Fransa, İngiltere ve Hollanda'da aynı döneme rastlayan gazeteler halkla ilişkilerin kullandığı araçların başında yer alır. (Ertekin 1986: 86). Kamuoyu oluşturmadaki etkileri, çok farklı kesimlere ulaşma imkanı vermesi yaygın kullanım nedenidir. Ayrıca gazeteyi araç olarak kullanmanın bir başka nedeni de en ucuz araç olmasıdır.

Her gazetenin belli bir okuyucu kitlesi vardır. Okuyucu kitlesini gazetenin içeriği belirler. Mesela fikir gazeteleri belli bir eğitim düzeyindeki insanlara, spor gazeteleri gençlere ve spor camiasına, renkli sayfa düzenindeki gazete- teler genç kızlar ve kadınlara daha fazla hitap edecektir (Kazancı 1980: 119).

Bu araçtan yararlanabilmek için onların özelliklerinin ve çalışma düzenlerinin çok iyi bilinmesi gerekir. Amaçlarımız yönünde bir gazeteyi kullanırken hitap ettiği kitle, yayın zamanı, iç düzeni, yer sorunu, vb. hususlarının dikkate alınması gerekir (Ertekin 1986: 86-87). Ayrıca yine gazetenin bir araç olarak etkin kullanımında gazete yöneticileri ve muhabirlerle kurulacak iyi ilişkiler önemli rol oynar.

Kurum gazeteleri ise hem iç halkla ilişkiler, hemde kurumun ilişkide olduğu kişi ve kuruluşlar için çok önemli bir araçtır.

D.1.2. Dergiler

Gazetelerin halkla ilişkiler aracı olarak sahip oldukları özellikler büyük ölçüde dergiler için de geçerlidir. (Kazancı 1980: 124). Ayırdedici özellikleri genellikle boyutlarının küçük olması, haber veya konuları daha geniş ve derinlemesine ele alması ve yayın aralığıdır. Ekseriyetle haftalık, 15 günlük, aylık, üç aylık ve altı aylık olarak yayınlanırlar.

Dergiler içerikleri bakımından da farklılık gösterirler. Ekonomi, siyaset, spor, sanat, bilim ve teknoloji gibi değişik alanlarda yayınlanırlar.

Eğer dergi bir araç olarak seçilmişse okuyucu kitlesi ve özellikleri iyi bilinmelidir. Ayrıca bir konunun daha ayrıntılı ele alınabildiği, yayın aralığı daha kaliteli resim ve baskı yapılabildiği gibi avantaj ve dezavantajlar dikkate alınmalıdır.

D.1.3. Broşürler

Örgütün ilişkide olduğu kitlelerle olan iletişimde ve onların bilgilendirilmesinde kullanılan yazılı halkla ilişkiler araçlarından bir diğeri broşürdür. Kurum tarafından hazırlanması ve bastırılması bakımından içerik ve kapsamı tamamen denetim altındadır (Asna 1969: 100). Bu, çok önemli bir avantajdır.

Genellikle bir formadan az (16 sayfa), ekseriyetle renkli basılan, resimli, krokili, kolay okunacak öz bilgileri içeren bir araçtır (Onal 1982: 60).

Broşürler genel ve özel nitelikte olmak üzere iki şekilde hazırlanabilir. Kurumdaki herkesi ilgilendiren broşürler yanında özel kişileri veya bir kısım kişi veya gruplara yönelik broşürler de hazırlanabilir (Gürüz 1993: 101). Hazırlanan broşürün biçim, boyut ve içeriği hitap edeceği kitleye göre oluşturulmalıdır.

D.1.4. Kitaplar

Halkla ilişkiler çalışmalarında etkin bir şekilde kullanılabilen kitaplar, basılı araçlar içinde büyük önem taşır. Örgütlerin halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılabilen bu araç, örgüte ilişkin doğru ve güvenilir bilgiler vermelidir. Kuruluşun tarihçesini, kurucularının hayatlarını anlatmaya veya kuruluşun sunduğu mal ve hizmetlerin tanıtımına yönelik olarak hazırlanabilirler. Bunlardaki bilgilerin anlaşılır olması, düzgün bir anlatımla yazılması, gerekli hallerde görsel unsurlarla desteklenmesi gerekir (Gürüz 1993: 97-98).

Kitaplar kuruluşca hazırlanabileceği gibi, dışarıdan yazar veya yazarlara da hazırlatılabilir.

Bu araç kapsamında ayrıca el kitaplarından da söz etmek gerekir. Bir broşürden daha büyük (bir forma veya daha fazla), resimden çok yazı ağırlıklıdır. Bunlar kuruluşta ilgili bazı konuların anlatımı, açıklanması için hazırlanmıştır (Asna 1969: 101). Kolaylıkla taşınabilecek ve saklanabilecek boyutta, her an başvurulacak bir içerikte, genellikle karton bir kapak içindedir.

D.1.5. Bültenler

Bültenler kuruluş içi ve dışı kitlelere sürekli bilgi sağlanması amacıyla kullanılan, iletilmek istenen bilgilere, güncel veri ve olaylara yer verilen araçlardır. Hacim bakımından az sayfalıdır, genellikle teksir veya fotokopi yoluyla çoğaltılarak ve zımbalanarak hazırlanır. Sayfa adedi baskı kalitesi, kullanılan kağıt kalitesi kurumun mali imkanlarına göre değişmekle birlikte, okuyuculara itici gelmeyecek özellikte olmasına çalışılmalıdır.

D.1.6. Yıllıklar

Kurumların bir yıl içinde yapmış oldukları çalışmalarını özetleyen bir yayın türüdür. Çoğunlukla resim ve grafiklerle renkli olarak basılan bu yayınlar birer prestij yapımıdır (Onal 1982: 60).

Kurumla ilgili olanlar için (ortaklar, çalışanlar, müşteriler veya hizmet sunulan kitle) hazırlanan yıllıklarda bazı önemli kişilerin resimleri ile tanıtılması, kurum politika ve hizmetlerinin anlatılması, yeni atama, görev değişimleri, çalışanlarla ilgili evlenme, doğum, ölüm, vb. olaylarına da yer verilir (Asna 1969: 102).

D.1.7. Mektuplar

Bu araç, diğerlerinden farklı olarak, toplumsal değil kişiseldir. İyi hazırlandığında ilgili kişi veya kişileri bizzat ziyaret etmiş kadar etkili olabilir (Sabuncuoğlu 1992: 104).

İlgililere iletilecek bilgiler bir broşür veya bülteni doldurmayacak kadar az ve zaman darlığı olduğunda, günlük işlerin yürütülmesinde kişisel etkileşimi artıran, kurumun üst düzey yöneticilerince imzalanmış mektuplara başvurulur (Asna 1969: 103).

D.1.8. Afiş ve Pankartlar

Özellikle posta kanalıyla ulaşılamayan gruplara hitap etme imkanı veren afişler yazıdan çok resimle ifade edilen mesajların geniş halk kitlelerine duyurulmasını sağlar (Fındık 1985: 30). Afişte kullanılan mesajlar kısa, etkili ve dikkat çekici olmalı, yazıdan çok resime, çizgiye, karikatüre, vb. yer verilmelidir. Afişte yer alan yazı ve resim birbiriyle uyum içinde ve birbirini tamamlar nitelikte olmalıdır.

Değişik boyutlarda hazırlanan afişler çeşitli alan, duvar, bilbord, taşıt ve binalara asılabilirler.

Pankartlar ise daha çok vitrin, ilan tahtası vb. yerlere konulan ufak boyutlu duyuru kartlarıdır. Pankartlarda büyük puntolu harflerle yazılmış mesajlar kullanılır (Asna 1969: 105). Sadece yazı kullanılacağından mesajın kısa, dikkat çekici ve kolay okunur olması önem kazanır.

D.1.9. Diğer Yazılı ve Basılı Araçlar

Yukarıda sıralananlar dışında pul, kartvizit, rozet, el ilanları ve başlıklı kağıtlar da önemli araçlardır. Bazı özel günlerde PTT ile diyaloga girilmek suretiyle pul bastırılması, kuruluş logosunun yer aldığı ve özel günü hatırlatıcı rozetler hazırlanması halkla ilişkiler bakımından önemli yarar sağlayacaktır.

Kurum kimliğini yansıtan başlıklı kağıtlar, kartvizitler ve anketler etkinlikle kullanılabilen yazılı araçlardır. Bunlar kurumun ortak amblemini ve kurumun seçtiği özel renkleri taşımali ve standart özellikte olmalıdır. Bu tür

araçlarda kullanılan standart semboller kurum imajı yaratmada son derece etkilidir (Sabuncuoğlu 1992: 104-105).

Özellikle anketler kurumun çevresini tanımada ve çevrenin görüş, istek ve şikayetlerini tesbit edebilmede kullanılan etkin bir araçtır. Örgütlerin güvenilirlik, tanınmışlık, sevilirlik ve etkinliklerini belirleme, ilişkide olunan kişi ve gruplara en kolay ve kısa sürede ulaşma ve etkileşimde bulunma bilimsel ve sistemli anket çalışmaları ile gerçekleştirilebilir. (Gürüz 1993: 108). Anket tekniği çevreyi tanıma yanında, tanıtma bakımından da önemli bir araçtır.

D.2. Görsel - İşitsel Araçlar

Bu gruptaki araçlardan kasdedilen radyo, televizyon, film, video ve internet'dir. Bunlar göze ve kulağa hitap etmeleri bakımından önemli üstünlüğe sahiptirler. En önemli üstünlüklerini ses ve görüntünün birlikte kullanılmasıyla iletişimin daha etkili, anlaşılır ve ilgi çekici hale gelmesi oluşturmaktadır (Sabuncuoğlu 1992: 109). Buna ek olarak çok geniş kitlelere erişme imkanı sağlamaları göz önüne alınarak halkla ilişkiler açısından en etkin araçların bu grupta yer alanlar olduğu ileri sürülebilir.

D.2.1. Radyo

Kitle iletişim araçlarının en önemlilerinden biri olan radyo ucuz olduğu kadar yaygın ve geniş bir kitleye hitap etme imkanı da sağlar. Eğitim ve kültür alanındaki etkileri, siyasal kullanımı ile ilgiyi sürekli üzerinde tutmuştur (Ertekin 1986: 90). Gelişmiş ülkelerde sayı olarak çok daha fazla kişiye hitap eden radyo yayınları, okuma-yazma oranı düşük olan ülkelerde etkinlik açısından büyük önem kazanır (Onal 1982: 64).

Radyonun sağladığı çok geniş kitlelere erişme imkânı, bu aracı halkla ilişkiler açısından çok önemli bir konuma getirmektedir. "Radyonun hemen hemen tüm programlarından bu konuda yararlanmak mümkündür. Haber bültenleri, dokümanter programlar, açık oturumlar, röportajlar, hatta kısa anonslar halkla ilişkiler uygulaması içinde kullanılabilir" (Kazancı 1980: 126).

Gazete ve diğer haberleşme araçlarının ulaşamadığı yerlere girebilme özelliği yanında, radyo kişilerin de güvendikleri bir araçtır. Ayrıca radyo yalnızca kulağa hitap etmesi bakımından kişilere diğer uğraşları sırasında da seslenebilme imkanı sağlar. Mesela araba kullanan, çalışan, dinlenen, vb. kişiler aynı anda radyo dinleme imkanına sahiptir.

D.2.2. Televizyon

Halkla ilişkiler çalışmalarında bir işitsel araç olan radyo yanında televizyon, hem göze hem de kulağa hitap etmesi bakımından onu aşan, izleyiciler üzerinde uzun süreli etkiler bırakan, en etkili halkla ilişkiler aracıdır.

Çağın iletişim harikası olarak nitelendirilen televizyonun bir tanıtma aracı olarak çok yaygın bir kullanım alanı ve büyük etkisi olduğu bilinmektedir. Yaşantımıza önemli etkileri olan ve büyük bir süratle gelişen televizyon, çağımızın yazı, söz, hareketli görüntüler, renk, müzik, eğlence ve ses gösterilerine imkan veren çağımızın en önemli güçlerinden biridir (Cutlip 1985: 377).

Televizyonun halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılması için yayın zamanı, süresi, hedef kitle, sunuş ve programla ilgili özelliklerin dikkate alınması gerekir. Televizyon karşılıklı konuşma, içtenlik ve sosyal etkileşime ağırlık veren, böylece de imaj yaratmada çok önemli rol oynayan, doğrudan ve dolaylı etkileri çok yüksek bir araç olduğundan (Ertekin 1986: 93) halkla ilişkiler çalışmalarında son derece dikkatli ve verimli biçimde kullanılmasına özen gösterilmelidir.

Bu araçtan yararlanırken yeterli araç-gereç, teknik bilgi ve beceriye ihtiyaç vardır. Ayrıca televizyon programlarının maliyetinin dikkate alınması, gerekli ödeneğin planlama aşamasında ayrılmış olması gerekir. Pratikte halkla ilişkiler birimi program yapımı konusunda, bu alanda faaliyete gösteren kuruluş veya televizyon istasyonlarından yararlanmaktadır (Ertekin 1986: 94).

Bu araçtan yararlanmak amacıyla program hazırlanması ya da zaman satın alınması son derece pahalı olduğundan, ücretsiz olarak yayına girebilmek ve kuruluştan söz ettirebilmek için televizyon kuruluşlarının ilgilileriyle iyi ilişkiler kurmak, kutlama, anma törenleri, açılış gibi faaliyetleri önceden duyurmak ve bunların yayına alınması için gerekli girişimleri yapmak gerekir (Fındık 1985: 32).

D.2.3. Film

Halkla ilişkiler alanında kullanılan bir diğer araç ise filmidir. Öteki araçlar kadar olmamakla birlikte (Kazancı 1980: 129) halkla ilişkiler için oldukça önemli ve güçlü bir araçtır (Ertekin 1986: 95). Belgesel, eğitici, kültürel veya sadece tanıtım amaçlı filmler yapılabilir.

Görsel iletişimin önemli bir aracı olan filmler konusunda yapılan araştırmalara göre bu tür araçların doğrudan kulağa hitap eden araçlardan 25 kat daha fazla etkili olduğu belirtilmektedir (Sabuncuoğlu 1992: 111).

Bir örgütün halkla ilişkileri ile ilgili hazırlanacak bir filmin olumlu etkiler yaratabilmesi için özellikle o filmin sunulacağı kitlenin özellikleri tanınmalı, eğilim, istek ve beklentilerinin tesbitinden sonra film yapılmalıdır (Gürüz 1993: 75).

Halkla ilişkiler çalışmalarında kurumu tanıtmak ve kurum imajını yükseltmek amacıyla film yapılmasını desteklemek, sinema salonları açmak iyi filmleri getirmek, film başlarında reklam yayınlamak gibi etkinlikleri amaca uygunluk ölçüsünde gerçekleştirmek büyük yarar sağlayacaktır.

D.2.4. Video

Görsel-işitsel araçlardan bir diğeri videodur. Kurumu ilgili çevrelere tanıtımada kullanılan video bantları halkla ilişkiler çalışmalarında önemli bir yer tutmaktadır. Ev veya işyerlerinde kişilere ulaşabilme imkanını vermesi ve saklanabilmesi özelliği videonun üstün taraflarıdır.

Profesyonel metin yazarları ve oyuncularından yararlanılarak hazırlanan, konulu film ve belgeseller, eğitici, kültürel veya tanıtım amacına yönelik (kurumun amacı, felsefesi yapısı ve görünüşü, sosyal imkan ve tesisleri, üretim ya da hizmetleri ile ilgili) video bantları halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılabilir- mektedir.

Ayrıca örgüt içi halkla ilişkiler çalışmalarında (kuruma yeni katılanlara kurumu tanıtmak, eğitim faaliyetleri, üretim veya hizmetler hakkında bilgilendirme, vb. konularında) video bantlarından etkin biçimde yararlanılabilmektedir.

D.2.5. İnternet

En basit şekliyle ağların ağı olarak tanımlanan internet, dünyanın çeşitli yerlerindeki PC ve bölgesel ya da kurum ağlarının birbirine bağlanmasıyla oluşan küresel bir bilgisayar ağı, aynı zamanda da bir kitle iletişim aracıdır.

Sürekli olarak gelişen ve yeni bir alternatif olarak ortaya çıkan bu ağdan (araçtan) halkla ilişkiler çalışmalarında yararlanmak mümkündür. Kuruluşla ilgili çeşitli bilgilerin internet ortamına aktarılmasıyla ulusal ve uluslararası düzeyde ilgili çevrelere erişme, onları bilgilendirme imkânı yanında yine bu ağ sayesinde çeşitli kuruluşlar ya da kitlelere ilişkin bilgi edinme ve onlarla doğrudan iletişim kurmak da mümkündür.

D.3. Sosyal ve Kültürel Faaliyetler ve Diğer Araçlar

Halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılan araçlar içinde bir diğer grubu "sosyal ve kültürel faaliyetler" başlığı altında toplayabileceğimiz farklı etkinlik ve araçlar oluşturmaktadır.

Toplantılar, fuarlar, festivaller, sergiler, törenler, geziler, yarışmalar, çeşitli sanat etkinlikleri vb. bu grup içinde yer almaktadır.

Bu etkinlik ve araçlardan hangilerinin kullanılacağı, kurum yöneticileri ve halkla ilişkiler birimlerinin imkan, hedef ve tercihlerine olduğu kadar, hedef kitlenin özelliklerine de bağlıdır (Acar 1993: 131).

Bu gruptaki araçlardan bazıları yüz yüze ilişkiler çerçevesinde de ele alınabilmektedir. Fakat bu tür faaliyetlerin temel özelliği doğrudan katılım ile gerçekleştiğinden etkileri daha uzun ve kalıcı olmaktadır. Bu bakımdan halkla ilişkiler açısından son derece önemlidirler.

D.3.1. Toplantılar

Bir konunun tanıtılması için toplantılar düzenlenmesi de halkla ilişkiler alanında sık başvurulmuş bir yoldur. Bu toplantılarda ele alınan konunun toplantı süresi ve amaç çerçevesinde çeşitli yönleriyle tartışılması, sonuçlarının toplantıya katılanların dışındaki hedef kitlelere de değişik araçlarla duyurulması gerekir (Asna 1969: 140).

Toplantı konusu kadar toplantıya katılanlar, toplantının önemli ve güncel bir konu olması, karşıt görüşlü kişilere yer verilmesi, yer ve zamanın doğru seçilmesi, basın ve yayın organlarının haberdar edilmesi de ihmal edilmemesi gereken hususlardır (Kazancı 1980: 131).

Bu tür toplantılar konunun niteliğine bağlı olmak üzere seminer, sempozyum, konferans veya panel şeklinde düzenlenebilir.

Seminer çoğunlukla bir kaç oturum süren, katılanların belirli konularda aydınlatılması, güncel sorunların tartışılma ve tanıtılması ve ele alınan konuya ilişkin soruların cevaplandırılmalarını sağlar. Bunlar ekseriyetle bilimsel toplantılar olduğundan dinleyicileri sınırlıdır. Fakat katılanların soru sormasına, tartışma ve eleştirilerde bulunmasına imkan sağladığı için dinleyicilerin ele alınan konuyu kavramaları kolaylaşır.

Konferanslar belirli bir konuda uzman kişilerin bilgi ve tecrübelerini dinleyicilere aktarması biçiminde gerçekleşir. Tek yönlü bir iletişime dayanması, konuşmacı ile katılanlar arasında diyalog olmaması (Sabuncuoğlu 1982: 108) nedeniyle sunulmak istenen konunun hangi düzeyde anlaşıldığını tesbit güçtür. Buna karşılık sınırlı bir zaman içinde önemli sayıda insana

ulaşma ve belli konu veya konuların dinleyicilere aktarılmasına imkan vermesi bakımından önemli bir araçtır.

Sempozyumlar, alanlarında yetkin kişilerin belli konuları çeşitli yönleriyle ele aldıkları ve dinleyicilere aktardıkları bir toplantı şeklidir. Her konuşmacı konunun belli bir bölümünü ele alır; dolayısıyla yoğun bir bilgilendirme söz konusudur. Katılımcılar aktif olarak katılamamakla birlikte konuşulanların, genellikle basılı hale getirilmeleri nedeniyle, geniş bir kitleye ulaşma imkanı vardır.

Paneller ise genellikle bilimsel nitelik taşımayan bir konunun ele alındığı, birbirine karşıt görüşteki konuşmacıların ilgili konuda düşüncelerini açıkladıkları ve dinleyici önünde tartıştıkları toplantılardır.

D.3.2. Fuarlar

Halkla ilişkiler çalışmalarında yaygın bir şekilde kullanılan fuarlar, kuruluşların ürün veya hizmetleri ziyaretçilere sundukları ve bağlantı kurdukları etkinliklerdir.

Bölgesel, ulusal veya uluslararası düzeyde organize edilmiş olabilecekleri gibi genel konularda veya çeşitli ihtisas konularında da düzenlenebilirler. Fuarlar, düzenleyen ve katılan kuruluşlar için çok önemli bir fırsattır. Bu tür organizasyonlar içinde yer almak, hem binlerce ziyaretçiye kurumu tanıtmak, hem de firma imajını olumlu yönde geliştirmek bakımından çok önemlidir.

Başarılı bir fuar organizasyonuna iyi tasarlanmış bir standla katılan bir kuruluş kamuoyuna kendini tanıtmaya yolunda çok önemli bir adım atmış demektir. Özellikle bazı fuarlarda ilgi çekici etkinliklerin düzenlenmesi (resepsiyon, film gösterisi, multivizyon, şov, defile, yemek, çeşitli hediyelik eşyalar, basın bülteni, broşür, fotoğraf çekimi vb.) yararlı olacaktır (Egeli 1988: 56-57'den aktaran Sabuncuoğlu 1992: 112).

D.3.3. Festivaller

Festivaller kurumların adlarını duyurma ve kendilerini tanıtmada etkili bir halkla ilişkiler aracıdır. Günümüzde pek çok kuruluş, kent, bölge ulusal ve uluslararası düzeyde festivallere katılarak seslerini duyurmaya çalışmaktadırlar.

Festivaller, bir taraftan çevrelerini etkilerken, bir taraftan da kuruluş, kent veya bir olayın adını duyurarak dikkatleri onlar üzerine çekerler (Gürüz 1993: 86). Düzenlenmesi zor ve yoğun bir çalışmayı gerektirdiğinden genellikle çeşitli kuruluşların (yerel yönetimler, ileri gelenler, özel ve kamu kuruluşları) işbirliği ile gerçekleştirilirler. Ülkemizde de son yıllarda çok sayıda festival düzenlenmektedir. Bu tür etkinlikler, düzenleyenler ve bölge halkı için gelir getirme yanında bir prestij ve imaj unsuru da olmaktadır.

D.3.4. Sergiler

Sergiler bir kuruluşu ürün, hizmet çalışma ve düşünceleriyle hedef kitlelere tanıtmak, onların güvenlerini kazanmak için düzenlenen sosyal faaliyetlerdir. Sergilerde genellikle resim, slayt, fotoğraf, grafik, şema, harita ve çeşitli yazılar kullanılır. İyi düzenlediklerinde kuruluş ve hedef kitleler arasında yakın ilişki kurulmasını sağlarlar.

Sergilerle kuruluş, sosyal, ekonomik ve teknik alanlardaki çalışma ve gelişmelerini hedef kitlelere sunar. Bu bakımdan sergiler, bir saygınlık, bilgilendirme ve öğretim gösterisi niteliğini taşır (Tortop 1990: 80).

Sergiler süre bakımından gruplandırılabilir. Kuruluş bir halkla ilişkiler aracı olarak sergilerden yararlanmaya karar vermişse, amaçlar doğrultusunda devamlı, geçici, gezici ve hatta uluslararası sergiler düzenleyebilirler veya böyle sergilere katılabilirler.

D.3.5. Törenler

Halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanılabilecek bir diğer araç "tören"dir. Törenler; açılışlar, yıl dönümleri, ağırlama, uğurlama vb. için düzenlenebilir. Açılış, kuruluşun ilk kez hizmete girişi veya kuruma ait yeni bir birimin faaliyete başlaması, hizmet binası açılışı ya da yeni bir ürün veya hizmetin başlatılmasıyla ilgili olarak yapılabilir. Yıldönümü kutlamaları ise yine kuruluşun faaliyete başladığı günün yıl dönümlerinde yapılır. Kuruluşu ziyaret eden önemli kişi veya kuruluş temsilcilerinin ağırlanması ve uğurlanmasında da törenler yapılabilir.

Bu tür faaliyetlerde bir program hazırlanmalı ve bu programa uygun olarak tören gerçekleştirilmelidir. Halkla ilişkiler görevlileri bu tür etkinlikleri önceden davetlilere duyurmalı, basın ve yayın organlarına bilgi verilmeli (mektup telefon vb. araçlarla) ve tören tamamlandıktan sonra konuklara ve basın yayın temsilcilerine teşekkür mektupları yazılmalıdır (Gürüz 1993: 94).

D.3.6. Geziler

Geziler, kuruluş mensuplarının kendi alanlarında faaliyet gösteren kurumları ziyareti ya da çevreden kişi veya kurum temsilcilerinin kuruluşu ziyareti şeklinde gerçekleştirilebilir.

Kuruluş mensuplarının başka kurumları ziyareti, yeni gelişme ve uygulamalar konusunda bilgilerini artırma, verim artışı ve çalışmalara yeni bir bakış açısıyla yaklaşma konusunda büyük yararlar sağlayacaktır. Buna karşılık daha çok tanıtma amaçlı olarak kurum çevresinden insanların kurumu ziyareti, kurum hakkında en yeni ve doğru bilgilerin aktarılması bakımından son derece önemlidir. Bu tür geziler basın yayın organları temsilcileri veya kurumun ürettiği mal ve hizmetlerle bir şekilde ilgili kişi veya kuruluşlar için düzenlenebilir.

İster kurum mensupları isterse kurum dışından kişiler için düzenlenmiş olsun bu tür gezilerin belli bir programa dayandırılması ve gerekli hazırlıkların eksiksiz olarak yapılmış olması gerekir. İyi planlanmış bu tür gezilerin kurum lehine önemli yararlar sağlayacağı kuşkusuzdur.

D.3.7. Yarışmalar

Çevrenin ilgisini kuruluş üzerine çekmek üzere değişik özellikteki gruplar için farklı yarışmalar düzenlenebilir. Bu tür yarışmalar için grupların özelliklerine uygun ödüller konulmalı, yarışma grubun niteliğini dikkate alacak şekilde çok zor veya kolay olmamalıdır. Bu yarışmalarda öğrenciler için burs, aydınlar için kitap, bilgisayar vb. ödüller konulabilir. Ayrıca yarışma sonuçlarının çeşitli kitle iletişim araçları yoluyla duyurulması da bu tür etkinliklerin halkla ilişkiler bakımından etkisini artırmak yanında, kuruluşun tanınması ve bu tür yararlı çalışmalar yapan bir kurum imajı yaratılması bakımından son derece önemlidir. (Asna 1969: 139).

D.3.8. Sponsorluk (Destekcilik)

Sponsorluk daha çok imaj yükseltme amaçlı olarak kuruluşun çalışma alanında veya bu alan dışındaki çeşitli faaliyetlerin desteklenmesidir. Bu faaliyet türünde kamuoyu yararı ön planda tutulur. Örneğin tiyatro, güzel sanatlar, konserler, festivaller, eğitsel araştırma, inceleme turları, bir film yapımının veya bir spor faaliyetinin desteklenmesi vb. bu tür faaliyetler içinde yer alır (Gürüz 1993: 113).

Bu faaliyetler yoluyla kurum geniş ve farklı kitlelere adını duyurabilecek ve saygınlığı artacaktır.

E. HALKLA İLİŞKİLERİN ÖRGÜTLENMESİ

Örgütler, insanların oluşturduğu ve belirli amaçlar doğrultusunda çıktılar sağlamaya yönelik uğraşları olan topluluklar (Üçok 1992: 2) olduğuna göre bir kuruluşta halkla ilişkiler faaliyetlerinden beklenen yararın sağlanabilmesi için örgütlü bir çalışma yapılması zorunluluktur. Bunun içinse kurum içinde halkla ilişkilerin konumunun ne olacağı, nasıl örgütleneceği ve personelinin niteliği önem taşımaktadır.

E.1. Halkla İlişkilerin Örgütteki Yeri

Halkla ilişkiler birimi kurumun bütün çevresiyle olan ilişkilerini kurum yararına düzenlemek, bu çerçevede çıkan sorunları çözmek yanında çıkabilecek sorunları önceden kestirip gerekli önlemleri almak, buna uygun politikalar oluşturmak ve uygulamak gibi görevler üstlenmiştir. Söz konusu birimin işlevlerini yerine getirebilmesi için üstlendiği sorumluluğa uygun hiyerarşik konumda bulunması gerekir.

Bazı kuruluşlar halkla ilişkiler çalışmalarını bu konuda çalışan kuruluşlara yaptırırken, bazı kuruluşlar da kendi bünyelerinde oluşturdukları halkla ilişkiler birimi vasıtasıyla bu faaliyetleri yürütürler. Büyüklüğü ve konuya verdiği öneme göre, halkla ilişkiler birimi oluşturan kuruluşlarda bu bölümün doğrudan yönetici veya yönetici yardımcılarında birine bağlanmasında yarar vardır (Onal 1982: 74-75).

Halkla ilişkiler bakımından örgütün başındaki yönetici çok önemlidir. Yöneticinin en önemli halkla ilişkiler temsilcisi ve örgütün bir anlamda simgesi olduğu unutulmamalıdır (Ertekin 1986: 76). Halkla ilişkiler birimi yöneticisinin, karar verme ve politikaların belirlemesine katkıda bulunması ve halkla ilişkiler çalışmalarıyla bu karar ve politikaların uyumlu hale getirilmesi bakımından yöneticiye mümkün olduğunca yakın bir konumda yer alması gerekir.

Bir kuruluşta halkla ilişkiler faaliyetleri sorumluluğu, kuşkusuz sadece ilgili birimde çalışan personel ya da bu birim sorumlusunun üstünde değildir. Bu sorumluluk kurumdaki en üst yöneticiden en alt düzeydeki personele kadar herkesindir. Ancak bu genel sorumluluk dışında ilgili birimin halkla ilişkiler çalışmalarını planlı ve bilinçli bir biçimde yürütme, yönetime ışık tutma, yol gösterme sorumluluğu vardır.

Halkla ilişkiler biriminin yapması gereken işleri şu şekilde özetlemek mümkündür:

- Hedef kitleye ilişkin bilgi toplamak,
- Plan ve program yapmak,

- Bütçe hazırlamak,
- İlgililere kuruma ilişkin bilgi vermek,
- Kuruluşun ilişkide olduğu kişi ve kuruluşlara yönelik mektup ve duyuru hazırlamak,
- Basın bülteni yayınlamak,
- Tanıtıcı el kitapçığı, broşür ve kurum gazetesi çıkarmak,
- Kurumu gezmek isteyenlere yardımcı olmak,
- Kurumun hedef kitleleri ve aynı alanda faaliyet gösteren kuruluş ve meslek birlikleriyle ilişki kurmak,
- Özel günler, sergi, toplantı, seminer, konferans, vb. düzenlemek,
- Üst yöneticilere halkla ilişkiler politikasını oluşturmada yardım ve destek sağlamak (Sabuncuoğlu 1992: 47).

Burada standart bir örgüt şeması vererek halkla ilişkiler biriminin konumunu tesbit imkanı olmamakla birlikte söz konusu birimin yerine getirdiği işlevler, sahip olduğu yetki ve sorumluluklar, birimin kurum içindeki asıl yerini belirleyen etmenler olacaktır. Başka bir ifade ile halkla ilişkiler biriminin kurum içindeki gerçek konumunu sahip olduğu yetki ve sorumluluklar belirlemektedir. Bu bakımdan halkla ilişkiler sorumlusunun sadece birimin yeri ve konumu konusunda değil, amaç, görev ve yetkileri ve diğer birimlerle ilişkileri açısından da üst düzey yöneticileri etkilemesi ve ikna etmesi gerekecektir (Uysal - Sezer 1986b: 8-9).

E.2. Halkla İlişkiler Biriminin Örgütlenmesi

Halkla ilişkiler biriminin iç örgütlenmesi, kurumun yapısı, amaçları büyüklüğü, çalışma alanı, çevre ile ilişkilerine ve bu ilişkilerin yoğunluğuna göre değişiklik gösterebilmektedir (Çelebioğlu 1986: 102). Başka deyişle

halkla ilişkiler biriminin iç örgütlenmesi konusunda standart bir modelden söz etmek güçtür. Fakat bir başlangıç noktası olmak üzere halkla ilişkiler faaliyetleri temelinde bir örgütlenmeye gidilebilir. Böyle bir örgütlenmede ilk olarak iç ve dış halkla ilişkiler birimi oluşturmakla işe başlanabilir ve devamla kurumun gereksinimleri doğrultusunda alt birimlerin tespit ve teşkiline geçilebilir (Sabuncuoğlu 1992: 49). Bunun dışında halkla ilişkiler birimi haberleşme araçları, halk veya kamu kesimleri ya da bunların birleşimi, coğrafi alan, kuruluşun ürettiği mal veya hizmet, vb. temellerine göre örgütlenebilir (Aşkun 1989: 19).

E.3. Halkla İlişkiler Personeli

Bünyesinde halkla ilişkiler birimi bulunduran her kuruluş ihtiyaçları doğrultusunda gerekli sayıda personel istihdam etmek durumundadır. Bu personelin yeter sayıda olması önem taşımakla birlikte, personelin niteliği daha büyük önem taşır.

Günümüzde halkla ilişkiler anlayış ve işlevlerinin giderek teknik bir uygulama alanı olmaktan uzaklaştığı, pek çok bilimsel alan ve yöntemden yararlanıldığı görülmektedir. Buna paralel olarak halkla ilişkiler personelinin mutlaka halkla ilişkiler eğitimi görmüş, bilimsel yöntemlerle çalışan, yeterli tecrübeye sahip, alanına hakim kişilerden seçilmesi gerekmektedir. Her alanda olduğu gibi halkla ilişkiler alanında da başarının temel anahtarı nitelikli personeldir.

Bir halkla ilişkiler uzmanında bulunması gereken nitelikleri şöylece sıralayabiliriz:

- Karşısındakine güven verecek ve saygı uyandıracak bir kişilik,
- Gelişmiş bir iletişim yeteneğinin bulunması,
- Halkla ilişkiler konusunda eğitim ve tecrübe yanında kurumun faaliyet alanı konusunda da yeterli bilgiye sahip olma,
- Özel ve mesleki yaşamında dürüst kişilik,

- Sabırlı çalışma, planlama ve örgütleme becerisi,
- Yaratıcılık ve hayal gücü,
- Araştırmaya yatkınlık ve problem çözme yeteneği,
- Mesleki sevgi ve bağlılık,
- Çeşitli alanlarda geniş bilgi ve genel kültür birikimi,
- Güncelliği yakalama özelliği ve yabancı dilbilgisi (Asna 1969: 214; Tortop 1990: 46-47; Jefkins 1988: 11-12'den aktaran Gürüz 1993: 32).

Bu özellikleri daha da artırmak mümkündür. Fakat aynı kişide bütün bu özellik ve niteliklerin birarada bulunması da oldukça güçtür. Bu ölçütler daha çok ideal bir halkla ilişkiler uzmanını tanımlamaktadır. Önemli olan asgari özelliklerin tesbiti ve kişinin bireysel yeteneklerine uygun işlerle görevlendirilmesidir.

F. HALKLA İLİŞKİLER SÜRECİ

Bir halkla ilişkiler faaliyeti yaygın şekliyle dört aşamada ele alınmaktadır. Bunlar sırasıyla araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirmedir.

F.1. Araştırma

Araştırma, amaçlı planlı ve sistemli olarak verilerin toplanması, gruplanması, analizi, sentezi, açıklanması, yorumlanması ve değerlendirilmesi işlemleriyle problemlere güvenilir çözüm yolları bulma sürecidir (Kaptan 1995: 13).

Halkla ilişkiler çalışmasının ilk aşaması olarak araştırma, söz konusu faaliyetin başarı ya da başarısızlığını etkileyen en önemli safhadır. Bu aşama,

kuruluşun faaliyetlerinden etkilenen veya etkilenebilecek, alacağı kararlarla kurumun faaliyetlerini etkileyen veya etkileyebilecek kişi, grup ve kurumların duygu, düşünce, tutum ve davranışlarının (Küçükkurt 1988: 156) araştırılmasını ve ortaya konulmasını kapsar. Toplanan bütün bilgilerin bilimsel yöntemler temelinde titizlikle elden geçirilmesi, tasnif ve analizinin yapılması gerekir. Bundan sonraki aşamaların hepsi araştırma aşamasına dayalı olarak şekilleneceğinden son derece dikkatli olma zorunluluğu vardır.

Halkla ilişkiler araştırmalarını; çevrenin kuruluşa ait düşüncelerini saptamaya yarayan imaj analizleri, kişilerin kuruluş hakkındaki düşüncelerinin ardında yatan nedenleri tesbite yönelik ve daha çok psikolojik faktörleri irdeleyen motivasyon araştırmaları, daha çok kurumun iç bünyesine yönelik olarak, belli gruplara sorular yöneltilmesi ve cevaplarının alınması şeklindeki grup analizleri olarak gruplandırmak mümkündür. (Kadıbeşgil 1986: 172-173).

Bir halkla ilişkiler araştırması yapan kişi veya kişilerin, belgesel tarama, ölçme, gözlem, görüşme, anket (Karasar 1991: 136-197) gibi teknik ve yöntemleri çok iyi bilmesi ve kullanabilmesi gerekecektir. Aksi takdirde araştırma sonucunda elde edilecek verilerin güvenilirliği sorunuyla karşılaşılacak ve bu durum tüm çalışmayı baltalayabilecektir.

E.2. Planlama

Genel anlamda planlama gelecekte hangi amaçlara ulaşılabileceği, bunlara ulaşılması için nelerin yapılması gerektiğinin önceden belirlenmesidir. Başka bir ifadeyle, geleceğe ilişkin kararların önceden alınmasıdır. Ne yapılacağı, ne ile yapılacağı, nasıl yapılacağının tesbitidir (Üçok 1992: 27).

Bir halkla ilişkiler faaliyetinde planlama, araştırma aşamasında elde edilen bilgiler ışığında, ulaşılmak istenen amaç için izlenecek yol, kullanılacak araçların, etkilenecek kitlenin, gerekli olacak bütçe ve personelin, verilecek mesajların, vb. sistematik şekilde, kurumun politika ve amaçları çerçevesinde, önceden karara bağlanmasıdır (Küçükkurt 1988: 156; Onal 1982: 32).

Kuruluşta bir halkla ilişkiler planlaması yapılırken izlenmesi gereken sũreç sırasıyla řõyledir (Jefkins 1974: 211-219'dan aktaran Sabuncuoğlu 1992: 66-69):

- Mevcut durum değerlendirilmelidir.
- Amaçlar tesbit edilmeli ve tanımlanmalıdır.
- Hedef kitle tanımlanmalıdır.
- İletişim araçları ve teknikleri amaçlara uygun olarak seçilmelidir.
- Bũtçe yapılmalıdır.

Bunlar dışında kampanyanın genişliği, zamanın nasıl kullanılacağı, verilecek mesajlar ve bu mesajların sunuluş biçimi, kullanılacak personelin nicelik ve niteliği de ũzerinde ۆzenle durulması gereken hususlardır (Asna 1969: 168-171).

F.3. Uygulama

Uygulama karara bağlanan plan ve programın fiiliyata geçirilmesidir (Kũçũkkurt 1988: 156). Uygulama, başka bir deyişle halkla ilişkiler çalışması için iletişim araçlarının kullanılması, planlama aşamasında kararlaştırılan çeşitli mesaj ve bilgilerin, tesbit edilen araçlarla hedef kitlelere ulaştırılmasıdır. Uygulamanın başarısı, planlamaya gۆre ne yapıldığı ve niçin yapıldığı ũzerinde dikkatle durulması ve cevaplanmamış hiç bir sorunun kalmamış olmasına bağlıdır.

Uygulama sırasında hakla ilişkiler ilkeleri ve yapılan planlamaya titizlikle uyulmalıdır. Çoğunlukla bir halkla ilişkiler kampanyası iyi bir organizasyonla, çeşitli araç ve yۆntemlerin bir arada kullanılmasıyla ortaya çıkan yoğun bir faaliyet demektir (Asna 1969: 171). Sۆz konusu faaliyetler için kararlaştırılan takvim uyarınca mesajlar hedef kitleye akmaya başlayacaktır. Bu doğrultuda basın toplantıları, basın bũltenleri, kokteyl, ziyaret, konferans, seminer, sempozyum, panel, sergi, festival, fuar, ağırlama,

sponsorluk, gezi, konser, yarışma, broşür, afiş, bülten, gazete, dergi, mektup, rozet, fotoğraf, resim, radyo ve televizyon gibi halkla ilişkiler araçlarının biri, birkaçı veya hepsinden yararlanılabilecektir.

Eğer imkânlar elveriyorsa uygulamanın hedef kitleyi temsil edebilecek bir grup üzerinde denenmesi, bir ön uygulama yapılmasında büyük yarar vardır (Sabuncuoğlu 1992: 75). Uygulamada bir diğer husus, araçların uygun ve uyumlu şekilde, rasyonel kullanılabilesidir.

F.4. Değerlendirme

Değerlendirme aşaması, yürütülen halkla ilişkiler kampanyasının sonuçlarının araştırılması ve başarı düzeyinin tesbitidir. Değerlendirme bir norm veya kriter-ölçü kullanılarak veya karşılaştırma yapılarak bir şeyin değerini ortaya koyma işlemi olarak tanımlanmaktadır (Küçükkurt 1988: 156). Bu amaçla değerlendirme araştırmalarından yararlanılır ve varılmak istenen amaçlara ne derecede ulaşıldığı veya ulaşılmadığı saptanmaya çalışılır.

Değerlendirme ve denetim sonuçlarının dört başlık altında ele alınabileceği ifade edilmektedir (Uysal-Sezer 1986b: 27):

- Hedef kitlenin nitelik ve niceliği: Burada hedefe ne kadar ulaşılabilirdiği, ulaşılanların tüm kitlenin ne kadarını, hangi ölçüde temsil ettikleri, vb.

- Hedef kitlenin tepkisi: Kişilerin ilgilerinin ne ölçüde çekilebildiği, mesajların olumlu-olumsuz etkisi, anlaşılabilirlik düzeyi.

- İletişim etkisi: Gönderilen mesajın farkedilen etkisi ve bu etkinin sürekliliği.

- Etki süreci: Kullanılan kanal ve mekanizmaların hangilerinin etkili olduğu, hangi tutum ve davranışlardan etkilenebildiği

Halkla ilişkiler faaliyetlerini değerlendirmeye yönelik araştırma sonuçları, söz konusu faaliyetlerin yarar derecesini ortaya koymak yanında

gelecekte yapılması veya yapılmaması gereken faaliyetlerin neler olduğu konusunda ışık tutacak ve benzer bir çalışmanın her aşaması için gerektiği anda kullanılabilecek hazır veri olacaktır.

Özetle halkla ilişkiler kurumların çevreleriyle ilişkilerini düzenleme amacına yönelik bütün faaliyetleri kapsar. Faaliyetler belli ilkeler çerçevesinde kurum-çevre yararı gözetilerek ve çok çeşitli araç ve faaliyetten yararlanılarak yürütölür. Halkla ilişkiler çalışmalarının başarısı büyük ölçüde örgütlü ve planlı hareket edilmesine bağlıdır ve titiz çalışmayı gerektirir.

Buraya kadar üniversite kütüphaneleri ve halkla ilişkiler, temel konuları itibariyle ele alındı. Bundan sonraki bölümde "üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler" konusu teorik düzeyde tartışılacak, pratik uygulamalarıyla ilişkilendirilerek irdelenilmeye çalışılacaktır.

III. BÖLÜM

ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER

A. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLERİN ÖNEMİ VE İŞLEVİ

Kütüphaneler kişilerle bilgi kaynakları arasında verimli bir ilişkiyi sağlamak amacıyla oluşturulmuşlardır ve içinde bulundukları topluluğun bilgi gereksinimini, bilgi kaynaklarını sağlayarak, organize ederek ve yararlanmaya sunarak karşılamaya çalışırlar. Amacı insanlara bilgi sağlamak yoluyla hizmet etmek olan kütüphanelerin sermayesi düşünsel bir ürün olan bilgi, kazancı ise insanların bilgi gereksinimlerinin karşılanması yoluyla toplumsal gelişmeye destek ve katkıdır (Çakın 1993: 221).

Bütün iletişim ve bilgilendirme işlemlerinin başında ve sonunda insan vardır. Bir kütüphane için kullanıcı en önemli unsurdur; çünkü kütüphane kullanıcıları için vardır. Her örgütte çevresiyle dolaylı veya doğrudan ilişki söz konusudur. Bu durum kütüphane için de geçerli olmakla beraber söz konusu ilişkinin boyutu farklıdır. Kütüphanelerin çevresiyle olan ilişkisi çok daha yakın ve derindir; ya da öyle olmalıdır. Bu durum kütüphanecilik standartlarıyla da tesbit edilmiştir. Üniversite kütüphanesinin "Hizmetler"le ilgili, özellikle üç standardı, söz konusu ilişkiyi vurgulaması bakımından dikkat çekicidir. Bu standartlara göre;

-Kütüphane hizmetleri, bütün biçimlerdeki bilgilerin kütüphane okuyucularının hepsi tarafından etkili kullanımını ilerletecek ve kolaylaştıracak yolda düzenlenmelidir.

- Kütüphaneye sunulan hizmetler, konulmuş hizmet saatlerinde, yeterli olarak tanınan ve belirlenmiş noktalarda elde edilebilen danışma ve bilgilendirme hizmetlerini içermeli ve kütüphane kaynaklarının kullanılmasında kişilere yardım için ihtisaslaşmalı ve derinleşmelidir.

- Kütüphane dermesinin bütün kullanıcı kategorilerine ödünç verilmesi ve dermeye ulaşım şartları tanımlanmalıdır. Dolaşım şartları etkili ve elverişli olmalıdır (Sefercioğlu 1990b: 30-31).

Standartlarda da görüldüğü üzere bir üniversite kütüphanesinde bulunan her türlü malzeme ve faaliyet kullanıcılara hizmet içindir. Her kuruluştaki olduğu gibi, hangi toplumda hizmet veriyor olurlarsa olsunlar kütüphanelerin de hizmetlerinde başarılı olabilmeleri, büyük ölçüde, parçası oldukları toplum tarafından kendilerine tanınan maddi ve manevi düzeylerdeki desteklere bağlıdır (Çakın 1993: 221). Üniversitenin amaçlarına ulaşabilmesi için mutlaka gerekli temel bir birim olarak kütüphane, maliyeti giderek artan bilgi hizmetlerinden gelecekte de toplumsal yarar sağlanması, kaynakların yerinde kullanılması ve beklenen yararın elde edilebilmesi için kullanıcı kitlesinin yardım, destek ve görüşlerinden mutlaka yararlanmalıdır.

Günümüzde halkla ilişkiler pek çok kuruluştaki olduğu gibi bilgi-belge hizmeti veren her tür kütüphanede de uygulama alanı bulmakta, kullanıcıların bilgi-belge gereksinimlerinin tesbiti, potansiyel kullanıcıların nicelik ve niteliklerinin analizi, bilgi talebinin artırılması ve işlerin kolay yürütülmesi için halkla ilişkiler teknik ve araçlarından yararlanılmaktadır (Gökkurt 1993: 3). Aslında bu durum bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü çeşitli kütüphane türlerinde olduğu gibi, üniversite kütüphanelerinin de pek çok sorunu vardır ve bu sorunların aşılmasında iyi organize edilmiş halkla ilişkiler, bir yönetim işlevi ve bir çözüm şekli olarak ortaya çıkmaktadır.

Günümüz insanı artık edilgen durumdan büyük ölçüde çıkmaya başlamış, kuruluşlardan belli görevleri bekleyen ve bu görevlerin sebep ve sonuçlarını analiz eden, görevlerini aksatan ya da yerine getirmeyen kuruluşlardan hesap soran bir düzeye gelmeye başlamıştır. Diğer taraftan insanların bilgilendirilmesi kuruluşların ve yöneticilerin işini büyük ölçüde kolaylaştırmaktadır. Kitlelerle kurulan olumlu, iyi niyete dayalı ilişkiler kuruluşa destek ve ilgi olarak geri dönmektedir (Kaya 1989: 150).

Halkla ilişkiler çalışmalarının temelde iki unsuru vardır. Bunlardan biri kuruluştur, diğeri ise kuruluşun faaliyetini sürdürdüğü çevredir. Çevre bir örgütün içinde yer aldığı ve karar vermede dikkate alınacak, fiziki, ekonomik ve davranışlarla ilgili etmenlerden oluşan bir bütün olarak (Uysal-Sezer 1987:

16) tanımlanmaktadır. Üniversite kütüphanesinin başarısı tamamıyla çevresiyle olan ilişkilerinin düzeyiyle ilgilidir. Eğer üniversite kütüphanesi çevresiyle olumlu, çevrenin beklentilerine cevap veren tatminkar bir hizmet veremiyor, bu yönde ilişkiler kuramıyorsa, ne amaçlarına ulaşması ne de işlevlerini yerine getirebilmesi mümkün olacaktır. Bu ilişkilerin düzeyini etkileyen temel unsurlar olarak uygun fiziki ortam, maddi imkanlar, kapsamlı bir derme, yeterli sayı ve nitelikte personeli sayabiliriz. Ancak bunların hepsi istenilen düzeyde olsa bile, çevre ile tatminkar ilişki veya üst düzey hizmet için yeterli değildir. Bunun için planlı, iyi organize edilmiş ve süreklilik arzeden halkla ilişkiler faaliyetlerine gereksinim vardır.

Tarihsel boyutu içerisinde halkla ilişkilerin dünyadaki gelişim sürecine baktığımızda, kütüphaneler için taşıdığı önemin kısa sürede anlaşıldığını ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde teori ve uygulamasının yapılmaya başlandığını görürüz. Örneğin "Kütüphanecilikte halkla ilişkiler" (Public relations of Libraries) başlığı ilk kez "Library literature" adlı dizinin 1943-45 yıllarını kapsayan cildinde görülür (Barber 1980: 461). Türkiye de ise bu konuda çalışmaların oldukça geciktiği görülmektedir. Kütüphanecilik alanındaki en önemli yayın olan (Eski adı: Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni 1952-1986) *Türk kütüphaneciliği*'nde halkla ilişkilerle ilgili ilk makale 1988 yılında (2. cilt: 2. Sayı) yer almıştır.

Herşeye rağmen son yıllarda bu konunun kütüphanecilik bölümlerinin ders programlarına girmeye başlaması, sınırlı sayıda olmakla beraber çeşitli dergilerde makalelere rastlanması ve konunun halk kütüphaneleriyle ilgili bir doktora tezinde (Fındık 1985) ele alınmış olması sevindiricidir.

Halkla ilişkilerde genel amaç kurum çevre ilişkilerini, kurum-çevre yararına düzenleyerek faaliyetler için uygun bir ortam yaratmak olduğuna göre, bir kütüphane içinde aynı çerçevede amaçlar söz konusu olacaktır. Genel olarak kütüphanelerde halkla ilişkilerin amacını; "kütüphane ile mevcut ya da potansiyel kullanıcılar arasında iki taraf yararına, iyi niyete dayalı, sağlam ve sürekli ilişkiler kurmak" olarak tanımlayabiliriz. Kütüphanelerde halkla ilişkilerin amaçlarını daha ayrıntılı olarak şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Kütüphaneyi ve kütüphane hizmetlerini, mevcut ya da potansiyel kullanıcılara tanıtmak,

- Kütüphaneyi ve onun ürün ve hizmetlerini çekici hale getirerek kullanımı özendirmek ve artırmak,

- Mevcut ve potansiyel kullanıcılara çeşitli ürün ve hizmetlerden nasıl yararlanılacağını kütüphanenin sunduğu bilgi kaynaklarının nasıl kullanılacağını ve bunlardan sağlanacak yararları göstermek,

- Kütüphane için maddi ve manevi yardım sağlamak,

- Kullanıcılarla sürekli ilişki içinde olmak, onları kütüphane hakkında bilgilendirmek ve tepkilerini değerlendirmek (Guinchat 1990: 309; Gökkurt 1993: 4).

Kütüphanelerde halkla ilişkilerin işlevlerini ise şöyle özetleyebiliriz:

- Çeşitli grupların tutumlarının tesbiti, ölçümü, değerlendirilmesi ve yorumlanması,

- Kütüphanenin ürün ve hizmetleri, politikaları ve personeli konusunda toplumun anlayış ve kabulünü geliştirecek amaçların tanımlanmasında yönetime yardımcı olma,

- Bu amaçları çeşitli kitlelerin ilgi, gereksinim ve hedefleriyle eşleştirme,

- Çevrenin anlayış ve kabulünü kazanmak için program geliştirme, uygulama ve değerlendirme (Robinson 1967: 5).

Özetle halkla ilişkiler ilgili kitleyi anlama ve olumlu ilişkiler geliştirmede kütüphaneye yardımcı olmak ve kamu oyunu etkilemede haberleşmeyi kullanmak işlevlerini üstlenmiştir. Başka ifadeyle söz konusu işlevlerin, hem yönetime çevreyi tanıtmayı, hem de yönetimin politika ve çeşitli faaliyetlerine ilişkin bilgileri ilgili kitlelere vererek bunlara ilişkin algılamayı etkilemesi ve ayrıca kurum-çevre bütünleşmesini sağlaması açısından çok önemli bir rol üstlendiği görülür (Uysal-Sezer 1987: 24-25).

Bu bakımdan ister kütüphane ve hizmetleri konusunda yeni bir imaj yaratılmasında, ister kütüphane kurumu ile çevresi arasındaki bilgi akışının sağlanmasında, ister çevrenin ilgi ve desteğinin kazanılmasında, isterse hem güncel hem de ileriye yönelik etkinliklerin planlanmasında; özetle kütüphanede yapılan çalışmaların her türünde ve aşamasında, halkla ilişkiler teknik ve faaliyetlerinden yararlanmak mümkün, aynı zamanda da gereklidir. (Gökkurt 1993: 3).

B. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE SİSTEM YAKLAŞIMI VE HALKLA İLİŞKİLER

Üniversite kütüphanesini, hizmetlerini ve çevreyle ilişkilerini tüm boyutlarıyla kavramak bakımından, üniversite kütüphanesini sistem yaklaşımıyla ele almak anlamlı ve yararlı olacaktır.

Sistem kavramı, günümüz düşünce yapısını büyük ölçüde etkilemiş olan ve hemen hemen bütün bilim alanlarında kullanılan ortak bir kavram, ve inceleme alanıdır.

Genel sistem teorisi 19. yüzyılın başlarında şekillenmeye başlamış, 20. yüzyılın ilk çeyreğinden itibaren çeşitli bilim dalları açısından, pek çok bilim adamı tarafından ele alınmıştır. Çağdaş anlamda sistem anlayışı ise 1937 yılında biyoloji bilgini Bertalanfy'nin "Genel Sistem Teorisi"ni oluşturmasıyla, bütün bilim dallarına uygulanabilecek bir sistem teorisi ortaya çıkmıştır (Aydın 1991: 147).

En genel anlamda sistem "bir takım amaçları başarmak için, işbirliği içinde bulunan parçalar bütünü"dür. Bu genel anlam dışında sistemin daha ayrıntılı fakat birbirinden farklı pek çok tanımına rastlanılır. Burada en kapsamlı tanımlardan birini vermekle yetineceğiz. Sistem "aralarında belirli ilişkiler bulunan, aynı zamanda çevre ile de ilişkisi olan, bir veya daha fazla amaca veya sonuca ulaşmak üzere birlikte hareket edebilen fiziksel ya da kavramsal bir çok bileşenden oluşan bir bütündür" (Çapar 1993: 51-52). Bu çerçevede bir sistem şu öğeleri içerir:

- Birden çok bileşen,
- Bileşenler arası ilişki,
- Dış çevre ile ilişki,
- Ortak bir amaç veya sonuç,
- Bileşenlerin oluşturduğu bütün.

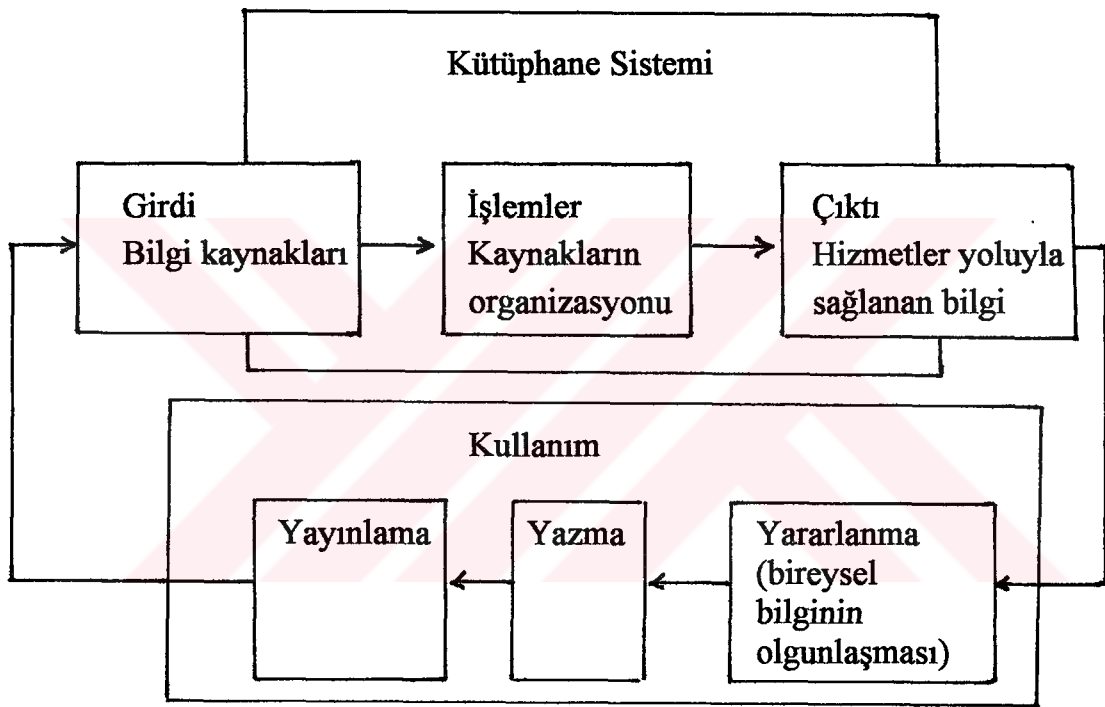
Sistemler açık ve kapalı olmak üzere ikiye ayrılırlar. Kapalı sistemler çevresinden etkilenmeyen, bilgi ve enerji almayan sistemlerdir. Açık sistemler ise çevreleriyle sürekli ilişki içinde olan, bilgi ve enerji aktarımı yapabilen sistemlerdir. Açık sistemler çevrelerinden aldıkları girdileri belli işlemlerden geçirerek yine çevreye çıktı olarak verirler. Bazı açık sistemler ürettikleri çıktının bir kısmını kendileri için tekrar girdi olarak kullanabilirler.

Sistem yaklaşımı, her tür örgüt için olduğu gibi hizmet üreten bir örgüt olan kütüphanelere de rahatlıkla uygulanabilir. Başka ifadeyle kütüphane de bir sistemdir ve onu da sistem yaklaşımı ile ele almak olanaklıdır. Kütüphaneleri bir sistem olarak ele almak, sistemin gereği olarak kütüphane-çevre etkileşiminin önemini vurgular. Bu özellik aynı zamanda kütüphanelerde halkla ilişkileri de kapsamaktadır.

Açık sistem olarak kütüphaneler, çevreleriyle sürekli olarak etkileşim halinde olan, çevrelerinden enerji ya da hammadde alarak bunu bir çıktıya veya bir hizmete dönüştüren kuruluşlardır (Alkan 1992: 133). Aynı zamanda sistemler çevre koşullarına uyum sağlayabilme özelliğine de sahiptirler. Söz konusu uyum, varlığını sürdürmenin de koşuludur. Sistem olarak üniversite kütüphaneleri de çevre koşullarına uyum için bünyelerinde bir takım değişiklikler yapma gereği duymuşlar, kitaplarla ilgili işlemlerden okuyucu hizmetlerine kadar pek çok değişimi gerçekleştirmişler, kapalı raf sisteminden açık raf sistemine yönelmişler, konumlarını kitap deposu olmaktan çıkarıp, çağdaş bilgi merkezleri haline gelmişlerdir (Alkan 1993: 135). Yine her sistem gibi üniversite kütüphanelerinin kullanıcılarına hizmet verme amacı vardır, bir takım alt sistemlerden oluşur ve kendisi de üniversite sisteminin bir alt sistemidir (Kurbanoglu 1993: 36). Kütüphane sisteminin girdisi, çevreden

alınan çeşitli bilgi kaynaklarıdır. Sistem tarafından "işleme tabi tutulmayı", kütüphane sistemi tarafından önceden belirlenmiş kurallar çerçevesinde "bilgi kaynaklarının kullanıma hazır hale getirilmesi"; "çıktı"sını ise "ödünç verme, müracaat hizmetleri, güncel duyuru, seçmeli bilgi yayımı, tarama, derlenmiş bilgi" vb. olarak gösterebiliriz (Şekil I) (Çakın 1991: 156-157).

(Şekil I) Kütüphane Sistemi



Açık sistem yaklaşımının doğal bir sonucu olan çevreyle ilişki kurma ve karşılıklı etkileşim, gerçekte kuruluşun halkla ilişkileri olarak algılanmalıdır (Sabuncuoğlu 1992: 12). Çevreden bağımsız olarak düşünemeyeceğimiz üniversite kütüphanesi, yaşamını sürdürebilmek için değişen yeni koşullara uymak, içinde bulunduğu çevre ile iki yönlü ve olumlu ilişkiler kurmak durumundadır. Bunun için de çevreyi tanımak ve kendini tanıtmak yönünde faaliyetleri olacaktır. Bu çabalar ise bu kurumun halkla ilişkiler işlevinin önemli bir bölümüdür.

C. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HEDEF KİTLELER

Üniversite kütüphanelerinde yapılacak bir halkla ilişkiler çalışmasında öncelikle hangi kitlelere ulaşılabileceğinin (Newsom 1989: 186) ve bu kitlelerin ayırt edici özelliklerinin neler olduğunun bilinmesi gerekir. Halkla ilişkiler çalışmaları genellikle iç ve dış halkla ilişkiler olarak iki ayrı başlık altında ele alınmaktadır. Dolayısıyla bir kütüphane için de söz konusu faaliyetlerin yöneleceği iki ayrı hedef kitle söz konusudur. Bunlar kütüphane içi hedef kitle ve kütüphane dışı hedef kitledir.

C.1. Kütüphane İçi İlişkiler ve Hedef Kitle

Halkla ilişkiler çalışmaları çevreye yöneliktir. Bir bakıma halkla ilişkiler kuruluşun dışa açılan perçinesidir. Ancak halkla ilişkiler bir bütünü anlatır ve bu bütün içinde kuruluş personeli de vardır (Sabuncuoğlu 1992: 80). Kuruluşun halkla ilişkilerdeki başarısı, doğrudan kendi personeline yönelik uyguladığı iç halkla ilişkiler çalışmalarına bağlıdır. Kuruluş kendi personeline ulaşamaz, öncelikle kendi personeline kuruluşu tanıtmaz, sevdiremez, olumlu şekilde motive edemez ve iletişim kanallarını açık tutamaz ise, büyük olasılıkla kurum dışı hedef kitleler üzerinde de etkili olamayacaktır. Bu bakımdan halkla ilişkilerde başarı sağlanması, (Fındık 1986-87: 77) halkla ilişkilerle ilgili olan ya da olmayan tüm personelin kuruluş amaçlarını iyi bilmesi, bu amaçlara uygun davranması ve çalışmalarını diğer kişi ve birimlerle işbirliği içinde yürütmesine bağlıdır.

Bu noktada yöneticinin önemi büyüktür. Yöneticinin kütüphanenin kısıtlı kaynaklarını daha iyi kullanmak, kütüphanenin ve araştırmacıların çeşitli bilgi erişim sorunlarını çözmek, içinde bulunduğu sistemin yönetiminden sorumlu üst düzey yönetici ve çevreyle olumlu ilişkiler kurmak gibi önemli sorumlulukları vardır (Tunçkanat 1989: 70). Yönetici üniversite kütüphanesi içindeki birimler arasında koordinasyonu, dolaylı olarak da iletişimi sağlamak durumundadır. Temel yönetim işlevlerinin; planlama, örgütlenme, komuta, koordinasyon, denetim olduğu ifade edilmektedir (Baysal 1991: 14). Halkla ilişkileri de bu işlevler arasında düşünmek doğru olacaktır. Bu konuda bir araştırmacı şöyle demektedir: "Halkla ilişkiler yöntemlerini bilmek, sürekli olarak bu konuyla ilgilenmek, başarılı bir kütüphane yönetiminin kesinlikle

göz önünde bulundurması ve zorunlu görevleri arasında yer alması gereken bir konudur" (Eldredge 1985: 225).

Kurum içi halkla ilişkilerin temel unsuru olarak kurum içi iletişim büyük önem taşır. Bu önemi Usherwood şöyle belirtmektedir:

"Bilgi verilmeyen personel yanlış ve verimsiz bir yoldan kendi kendine bilgi sağlayacaktır. İyi ve sürekli haberleşme, yönetimle personel arasındaki yanlış anlamaların önüne geçmenin yoludur" (Usherwood 1974: 155'den aktaran Fındık 1988: 101).

İç halkla ilişkilere önem vermeyen ve bunu gözönünde bulundurmeyen herhangi bir halkla ilişkiler çalışması tamamlanmış olmayacaktır. Bu, kütüphane personeli arasında iyi iletişim ve ilişkiler anlamındadır. İyi halkla ilişkiler ise ancak iyi iç ilişkiler üzerinde gelişebilecektir. Üniversite kütüphanesi çalışanları, kütüphaneye ilişkin bilgiler yanında alt sistemi oldukları üniversitenin de amaç, politika ve programları konusunda bilgilendirilmelidirler (Aitufe 1993: 43-44). Tüm kütüphane personelinin çeşitli iletişim kanalları yoluyla bilgilendirilmesi iyi bir kurum imajı oluşturmanın da temel koşuludur.

İyi bilgilendirilmiş personel bir kurum için en etkili iyi niyet elçisidir ve kamuoyuna en iyi halkla ilişkiler uygulamasından daha güçlü bir biçimde ulaşır. Çalışanların kurum hakkında söyledikleri, onların deneyimlerine dayandığı için, hazırlanmış bir programdan daha etkili, olmakta ve destek sağlamakta, ayrıca olumlu bir görüntünün daha geniş kitlelere yayılmasına da katkıda bulunmaktadır (Sabuncuoğlu 1992: 81).

C.2. Kütüphane Dışı İlişkiler ve Hedef Kitleler

Üniversite kütüphanelerinin hizmet vermekle yükümlü olduğu çevre öncelikle üniversiteyi oluşturan tüm kişi ve birimlerdir. Bir başka ifadeyle üniversite kütüphanesi hizmetleri üniversitenin bütün mensuplarına yöneliktir. Üniversite mensuplarını ise öğretim elemanları, öğrenciler ve diğer idari personel oluşturur.

Bir kuruluş için hedef kitle halkla ilişkiler faaliyetlerinin yöneldiği, kuruluşun etkilemeyi amaçladığı kitledir. Dolayısıyla bir üniversite kütüphanesindeki halkla ilişkiler çalışmalarında hedef kitle, çalışmanın amacına göre öğretim elemanları, öğrenciler veya diğer personel olabilecektir. Bu grupların hepsi bir üniversite kütüphanesi için kullanıcı ya da potansiyel kullanıcılardır.

Burada kullanıcı kavramını açmakta yarar vardır. Son zamanlara kadar kütüphanelerden yararlananlar "okuyucu" olarak adlandırılmışlardır. Önceleri kütüphane dermesi basılı bilgi kaynaklarından oluşurken, son dönemlerde giderek farklılaşan ve çeşitlenen bilgi kaynakları, "okuyucu" yerine "kullanıcı" kavramının yerleşmesi ve yaygınlaşmasına sebep olmuştur. Kullanıcı grubunun "mevcut kullanıcılar" ve "potansiyel kullanıcılar" olarak iki başlıkta ele alabiliriz. Mevcut kullanıcı; "kütüphanenin hedef aldığı grubun ve kütüphanenin kaynak ve hizmetlerini gerçekten kullanan grubun üyesidir (ALA ... 1993: 181). Potansiyel kullanıcı ise gerçekte kütüphaneden yararlanması gerektiği düşünülen ve beklenen, fakat bu yönde bir eğilim gözlenmeyen grubu ifade eder. Üniversite kütüphanesindeki halkla ilişkilerin bir amacı da, mevcut kullanıcıların en üst düzeyde kütüphaneden yararlanmasına yardımcı olmak, onlarla iyi ilişkiler kurmak yoluyla destek ve güvenlerini kazanmak, potansiyel kullanıcıların gerçek kullanıcılar arasında yer almasını sağlamaktır.

Daha önce de ifade edildiği gibi bilgi sistemlerinin odak noktası kullanıcıdır. Bilgi sistemlerinin tek varoluş nedeni, bilgi kaynakları ile bilgi kullanıcıları arasında bilgi iletişimini sağlamaktır. Bilgi kullanıcısı hem bilgi hizmetlerinin müşterisi, hem de bilginin üreticidir. Sistem yaklaşımı üzerinde durulurken de değinildiği üzere, kullanıcı bilgi sisteminin ayrılmaz bir parçasıdır. Hatırlayacak olursak bilgi kaynakları kütüphane sisteminin girdisini oluşturuyor, bir takım işlemlerden sonra kullanıcıya erişiyordu. Bilgi sisteminin çıktısı ise kullanıcıya sunulan bilgi veya bilgi kaynağı idi. İşte bu bilgi, kullanıcı tarafından kullanılarak yeni bilgi üretimine yol açar. Dolayısıyla kullanıcı, bilginin müşterisi, taşıyıcısı aynı zamanda da bilgi kaynağı pozisyonundadır.

Üniversite kütüphanesinde hedef kitle-kullanıcı rolü çeşitli biçimlerde belirir ve kütüphane ile iki yönlü bir iletişim ve etkileşim şeklinde ortaya çıkar.

Kullanıcı bir bilgi sisteminin planlanması, değerlendirilmesi, iyileştirilmesi, uygulaması, özendirilmesi ve işletilmesi için gerekli ve önemlidir (Guinchat 1990: 291).

Üniversite kütüphanelerinin hedef kitlelerinin tesbitinden sonra bu kitlelerin tek tek özellikleri üzerinde durmak faydalı olacaktır.

C.2.1. Öğretim Elemanları

Öğretim üyeleri kütüphaneyi yoğun ve bilinçli olarak kullanırlar. Bu kitle bilimsel bilginin üreticileri ve temel tüketicileri durumundadır (Smith 1993: 19). Bir üniversitenin başarısı, doğrudan söz konusu kitlenin yapacağı araştırmaların nitelik ve niceliğine bağlı olmak yanında, bu araştırmaların sonuçlarının üniversitelerin eğitim-öğretim faaliyetlerine yansıtılmasına da bağlıdır.

Öğretim elemanları bilgi tüketicisi kimliğiyle, kendi çalışmalarıyla ilgili her türlü enformasyonla özel olarak ilgilenirler. Kendi alanlarında ve ilgili oldukları diğer bilimsel alanlarda güncel bilgiyi yakalamak ve ona erişmek zorundadırlar. Bilim adamları çalışmalarını yaparken diğer araştırmacıların yayınlarından yararlanırlar. Bu yayınları kullanırken, iki şeye dikkat ederler (Smith 1993: 19): Bunların birincisi; yayının çalışması için uygun olmasıdır. İkincisi ise güvenilir olmasıdır. Öğretim elemanlarının temel amaçları meslektaşları tarafından onaylanacak ve benimsenecek yeni bilgi üretmektir.

Öğretim elemanlarının eğitim-öğretim ve araştırmaları için temel dayanak noktaları, bilgiyi sağlayan organize eden ve hizmete sunan üniversite kütüphaneleridir. Üniversite kütüphaneleri bu kitlenin ihtiyaçlarını karşılamak üzere güncel duyuru hizmeti, seçmeli duyuru hizmeti, bibliyografik tarama gibi hizmetler vermek durumundadır. Söz konusu hizmetlerin amacına ulaşabilmesi için bu kitlenin çalışma alanlarının tesbiti, yapacakları araştırmaların amacı bilinmeli ve onlarla sürekli iletişim içinde olunmalıdır. Bu ilişki sadece araştırmalarla sınırlı olmamalı, kütüphanenin sağlaması

gerekli öğrencilerin dersleri ve bireysel gelişimleriyle ilgili bilgi kaynakları ve hizmetleri de içermelidir.

Üniversite kütüphanesinin üniversitenin çeşitli birimlerindeki yöneticilerle kuracağı ilişkiler büyük önem taşır. Akademik birimlerin yöneticileri aynı zamanda öğretim elemanlarıdır. Başka ifadeyle bu kişilerin hem bilimsel araştırma yapan, öğrenci yetiştiren, hem de idari görev üstlenmiş insanlar olarak çift kimlikleri vardır. Dolayısıyla bu insanlarla kurulacak iyi ilişkiler yoluyla üniversite kütüphanesinin çeşitli konularda desteklenmesi sağlanabilecektir. Bu destek personel alımı, mali olanakların artırılması, alt birimlerle iletişimin sağlanması, kütüphaneyle ilgili olarak alınan çeşitli kararların uygulanması, vb. konularında somutlaşabilecektir.

C.2.2. Öğrenciler

Üniversite bünyesindeki sayılarının çokluğuna karşılık öğrencilerin kütüphaneyi kullanım oran ve yoğunlukları öğretim elemanlarına göre oldukça düşüktür. Genellikle kütüphaneyi ders çalışmak, ders kitaplarını bulmak veya dersleriyle ilgili ödevlerini yapmak için kullanırlar. Özellikle birinci sınıf öğrencileri üniversiteye yeni geldiklerinden, genellikle kütüphane kullanımları çok sınırlıdır. Öncelikle bunların kütüphaneyi kullanımlarını teşvik edici, destekleyici önlemler almak gerekir. Lisans öğrencilerinin istedikleri bilgi çoğu kez derinlemesine değildir. Dersleri, ödevleri, özel alışkanlık veya meraklarıyla ilgili, genellikle de yüzeysel bilgi peşindedirler. Lisans öğrencilerinin kütüphaneye yaklaşması ve uyumları için kütüphanenin tanıtılması, kaynak ve hizmetlerden nasıl yararlanılacağına öğretilmesi gerekecektir. Söz konusu öğretim kişisel veya gruplar şeklinde olabilir (Üçok 1972: 32). Burada önemli olan kütüphaneyi kullanmak amacıyla olan öğrencinin kazanılmasıdır. Öğrenci karşılaştığı her personelden güler yüz yanında problemiyle ilgili her türlü yardımı görebilmelidir. Bir öğrenci kataloğun nasıl kullanılacağı, konusuyla ilgili bilgi kaynaklarını nerede bulacağı, ödünç verme süresi gibi pek çok konuda soru sorabilir, bilgi isteyebilir. Burada personele büyük görev düşmektedir. Personel mutlaka öğrenciyi dinlemeli, sorununu anlamalı, onun psikolojisini dikkate alarak yardımcı olmalıdır. Özellikle kullanıcılarla ilişkide olan personelin insan

ilişkileri ve halkla ilişkiler konusunda bilgi sahibi, becerikli, deneyimli ve sabırlı olması gerekecektir.

Üniversite kütüphaneleri, öğrencilere nitelikli bir eğitim alabilmeleri için kütüphanenin vazgeçilmez olduğunu mutlaka anlatabilmeli ve bunun için özel bir gayret göstermelidirler. Ödünç verme ve ayrılmış (reserve) kitap birimleri öğrencilerin isteyerek ya da zorunluluk nedeniyle en çok kullandıkları birimlerdir. Kütüphanenin geri kalan kısımları ve diğer hizmetlerinden yararlanma düzeyi, kütüphanenin uyguladığı halkla ilişkiler faaliyetlerinin nitelik ve niceliğine bağlı olacaktır (Aitufe 1993: 40).

Diğer bir öğrenci kitlesi lisans üstü öğrencilerdir. Bu grubu oluşturan yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin ihtiyacı ve talepleri, lisans öğrencilerine göre doğal olarak farklılaşmaktadır.

Yüksek lisans çalışmaları bilimsel katkıdan çok sorunları saptama düzeyinde gerçekleşmekte ise de bir çalışmanın nasıl yapılacağına kavranılması ve böyle bir çalışmada bilgiye erişim yol ve yönteminin öğrenilmesi bakımından büyük önem taşır. Ayrıca yapılacak diğer çalışmalar için de yüksek lisans çalışması bir taban oluşturmaktadır (Toplu 1992: 24).

Bilimsel çalışmalar yüksek lisans düzeyinde başlamakta, ancak gerçek anlamda bilimsel çalışma doktora düzeyinde gerçekleşmektedir. Doktora düzeyinde çalışan bir kişi araştırma yaptığı alanda sorunların tesbitiyle yetinmeyip ayrıca çözüm yolları önermek zorundadır (Simpson 1986: 114'den aktaran Toplu 1992: 24) .

Lisans üstü öğrencilerinin ortak özelliği yüzeysel bilgi yerine derinlemesine bilgiye ihtiyaç duymalarıdır. Bu grubun kütüphane konusunda genel bilgiye sahip olduğu kabul edilir. Fakat özel bilgi ihtiyaçları için kendilerine yardımcı olunmalıdır. Bu grup için özellikle danışma hizmetleri büyük önem taşır.

C.2.3. İdari Personel ve Diğerleri

Üniversite kütüphaneleri için üçüncü hedef kitleyi üniversitenin akademik personel dışındaki personeli oluşturur. Bu gruba eski mezunlar ve dışarıdan gelen araştırmacılar da dahildir. Bu grup, öğretim elemanları ve öğrenciler kadar öncelikli olmamakla birlikte kütüphanenin hizmet vermekle yükümlü olduğu, dolayısıyla da hedef kitleler arasında gördüğü insanlardan oluşur. Pek çok üniversite kütüphanesinde pratikte bu grup gözardı edilir. Bireysel gelişim yoluyla toplumsal gelişmeyi sağlamak genel olarak kütüphanelerin amaçlarındandır. Dolayısıyla bu grubun üyelerine yönelik kütüphane hizmetlerine önem verilmelidir. Öncelikle idari personelin ilgi alanları ve bilgi ihtiyaçlarının tesbiti ve bunların tatminine yönelik tedbirlerin alınması gereklidir. Personelin entellektüel gelişimi ve işleri konusunda bilgilenmeleri çevrelerine ve işlerine yansıtacağından, üniversitedeki faaliyetlere olumlu bir girdi oluşturacaktır. Özellikle ülkemizde pek çok idari personel açık öğretime devam etmektedir. Bu husus dikkate alınmalı ve onların söz konusu eğitimlerine kütüphaneye destek verilmelidir.

Özetle söz konusu kitle, özelliklerine uygun olmak kaydıyla her tür kütüphane hizmetinden yararlanmalıdır. Üniversite kütüphanesi bu kitleyi kütüphaneyi kullanma konusunda cesaretlendirmeli, özendirmeli, onlara ikinci sınıf kullanıcı muamelesi yapmamalıdır. Bu insanların gözardı edilmemesi en azından iyi bir kütüphane imajı oluşturmak için zorunludur.

Üniversite kütüphanesinin hedef kitleleri içinde üniversite kütüphane komisyonu, mesleki dernek ve kuruluşlar, kütüphanecilik bölümleri de yer almalı, bunlara yönelik halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunulmalıdır.

Ç. HİZMETLER TEMELİNDE HALKLA İLİŞKİLER

Üniversite kütüphaneleriyle ilgili alt bölümde değinildiği üzere hizmetler "teknik hizmetler" ve "kullanıcı hizmetleri" olarak iki başlık altında ele alınır. Bu iki başlık altında toplanan hizmetlerin yürütülmesi için ayrı ayrı birimler mevcuttur. Her birimin kütüphanenin hedef kitleleriyle az veya çok ilişkisi vardır. "Hizmetler Temelinde Halkla İlişkiler" başlığı altında işte bu

birimlerle hedef kitleler arasındaki ilişkinin içeriği, halkla ilişkiler bakımından nasıl olması gerektiği üzerinde durulacaktır.

Ç.1. Teknik Hizmetler ve Halkla İlişkiler

Teknik hizmetler kütüphanedeki faaliyetlerin mutfak kısmı ya da perde arkasında kalan bölümüdür. Çünkü kullanıcı çoğunlukla bu hizmetlerin neler olduğunu bilmez ve farkında da değildir. Teknik hizmetler, çoklukla seçme, sağlama, kataloglama-sınıflama, ciltleme birimleri tarafından yürütülür. Amacı kütüphane materyallerini sağlamak ve kullanıma hazır hale getirmek olan teknik hizmetlerin yürütülmesi sırasında kullanıcıların bir kısmıyla ilişki kurmak gerekli, çoğu zaman da zorunludur.

Ç.1.1. Seçme ve Sağlamada Halkla İlişkiler

Kütüphane materyallerinin seçimi konusu son derece önem taşır. Çünkü hizmet büyük ölçüde bu materyallere dayalı olarak yürütülecektir. Seçim konusu doğrudan kütüphanenin derme geliştirme politikasıyla ilgilidir. Derme geliştirme ise dermenin kuvvetli ve zayıf yönlerinin, kullanıcı gereksinimleri dikkate alınmak suretiyle değerlendirilmesi ve söz konusu zayıflıkların giderilmesi, kuvvetli yönlerinse devam ettirilmesi sürecidir (Evans 1979: 28).

Bir seçme işlemi, dolayısıyla derme geliştirmenin amaçlarını; araştırmalar için imkan, ortam ve destek sağlama, eğitim programlarını destekleme ve öğretime katkıda bulunma olarak özetleyebiliriz. Bu amaca ulaşmak ise, mevcut ve potansiyel kullanıcı kitlesinin özelliklerinin, sayılarının ilgi alanlarının ve gereksinimlerinin tesbitini zorunlu kılar. Hedef kitlelerin ihtiyaçlarının tesbiti yanında onların katkı ve desteklerinin de sağlanması gerekir. Hiç bir kütüphanenin bütçesi tüm yayınları almaya yetmeyeceğine göre hangi materyale ihtiyaç olduğu ve önceliğinin ne olduğuna karar verilmelidir. Bu çerçevede seçimin (Thomas 1987: 489) öğretim elemanları ve kütüphanecilerce ortaklaşa yapılması, hem ideal çözüm olarak belirmekte hem de bir halkla ilişkiler çalışmasının gereği olmaktadır.

Kütüphane, üniversitenin amaçları, eğitim programları ve alanlarına uygun bir derme oluşturmak için zorunlu olarak öğretim elemanlarının yardımına ihtiyaç duyar. Çünkü kütüphanecinin, alanıyla ilgili uzmanlığı söz konusudur. Üniversitedeki çeşitli bilim dallarında derinlemesine bilgi sahibi olmadığından, ilgili yayınların seçiminde sağlıklı karar vermesi beklenemez. Ayrıca bir araştırma alanıyla ilgili ihtiyaçları en iyi o alanda çalışan bilim adamı bilecektir. Bilimsel nitelikteki yayınların seçiminde kütüphaneci, yayıncı katalogları yanında ayrıca internet kanalıyla çeşitli veri tabanlarına erişerek ilgili yayınlar içinden alternatifler sunmalıdır. Bu yolla hem öğretim elemanlarının istekleri karşılanacak, hem kütüphane dermesinin istenen şekilde gelişmesi sağlanacak, hem de çeşitli konularda kütüphanecinin karşılaştacağı sorunların çözümünde ilgili kitlenin desteği kazanılmış olacaktır.

Sağlama konusunda yine aracı firmalar ve kitapçılarla iyi ilişkiler kurmak kütüphanenin yararına. Sağlama; satınalma, bağış ve değişim yoluyla gerçekleşir. Özellikle değişim ve bağış konusunda iyi ilişkiler önem taşır. Değişim, kütüphanenin fazla nüsha ve gereksiz gördüğü materyalleri diğer kütüphanelerden alacağı başka materyallere karşılık vermesidir. "Bağış kütüphanelerin çok zaman ve enerjisini alır; ancak halkla ilişkiler açısından değeri, bu işe harcanan zaman ve enerjinin kat kat üzerindedir" (Bloomberg 1989: 7).

Ç.1.2. Kataloglama - Sınıflamada Halkla İlişkiler

Kataloglama ve sınıflama işlemleri oldukça teknik bir konu olup, kütüphanecilik bilgisi ve uzmanlığını gerektirir. Kataloglama ve sınıflama kütüphane dermesinin mevcudu, içeriği ve istenen yayının yerini bildirmeyi amaçlar. Materyal seçiminde olduğu gibi kataloglama ve sınıflama işlemlerinde de ilgili bölüm mensupları öğretim elemanlarıyla yakın ilişki içinde olmalıdırlar.

Bazı kütüphane materyalleri çok yeni bir alan veya çok özel bir konuyu içerebilmektedir. Yine bazı materyaller için kullanılacak sınıflama numarası ve konu başlığı konusunda tereddüte düşülebilmektedir. Bu ve buna benzer problemlerin çözümünde ilgili konuda çalışan ya da o konuya yakın öğretim elemanlarının yardımları kaçınılmaz olmaktadır. Bu nedenle öğretim

elemanlarının kütüphanenin hedef kitleleri içinde en önemlileri olarak görülmesi ve onlarla ilişkilerin buna uygun bir yaklaşımla düzenlenmesi kaçınılmazdır.

Ç.2. Kullanıcı Hizmetleri ve Halkla İlişkiler

Kullanıcı hizmetlerinin temel politikası, kütüphane ve kütüphane materyallerinin kullanımında kullanıcıya yardımcı olmak ve bu materyallerden en üst düzeyde yararlanmasını sağlamaktır. Kullanıcı hizmetleri kullanıcı ile doğrudan ilişki kurmayı gerektirir ve bu çerçevedeki her işlem kullanıcı hizmeti sayılır (Bloomberg 1989: 1).

Kullanıcı hizmetleri bir kütüphanedeki halkla ilişkiler faaliyetinin de odak noktasıdır. Çevre üzerinde olumlu imaj yaratmanın temel koşulu iyi hizmettir. İyi hizmet şart olmakla birlikte yeterli değildir. İyi hizmetin iyi halkla ilişkiler faaliyetleriyle desteklenmesi gerekir. "İyi hizmetler daima iyi halkla ilişkilerin hizmetçisi olarak tanımlanırlar" (Aitufe 1993: 42). Halkla ilişkiler çift taraflı yarar ve etkileşimi içerdiğine göre, iyi halkla ilişkiler de iyi hizmetin hizmetçisi olacaktır. Kütüphanede hangi hizmet olursa olsun çok iyi verilmek zorundadır. Kütüphane personeli özellikle de hizmet alanlarında ya da kullanıcı ile yüzyüze olanların kılık kıyafetleri, iletişim becerileri mesleki bilgileri, çeşitli tutum ve davranışları kütüphane imajının olumlu ya da olumsuzluğunu doğrudan etkileyen hususlardır.

Kütüphanedeki her tür materyal ve malzeme daima kullanıma hazır bulundurulmalıdır. Kitaplar ve diğer kütüphane materyallerinin düzenleme veya raflama işlemi doğru bir şekilde ve dikkatli yapılmalıdır. Çoğu üniversite kütüphanesinde her sabah kütüphaneci ve diğer personel tarafından kitaplar raflara yerleştirilir ve raf düzeni kontrol edilir. Bunun yanında gerek ödünç verme gerekse danışma birimindeki materyal ve malzemeler (Bilgisayarlar, CD-ROM ve tarama sonuçları vb.), bir aksaklığa meydan vermemek için hizmete hazır bulundurulmalıdır.

Kullanıcı hizmetleri; danışma (müracaat) hizmetleri ve ödünç verme hizmeti olmak üzere ikiye ayrılır.

Ç.2.1. Danışma Hizmetlerinde Halkla İlişkiler

Danışma hizmeti bilgiye ihtiyaç duyan kişiye kütüphane içi ve dışı kaynaklar yoluyla bilgi sağlama veya bilgiye nasıl ulaşılacağı konusunda yardımcı içerir ve bu hizmet sırasında kütüphaneci ve kullanıcı doğrudan iletişim halindedir. Bu hizmet kullanıcının bilgi isteğini doğrudan tanımlamasında ona yardımcı olma işlevini yerine getirir (Guinchat 1990: 229). Bunu yaparken kullanıcının bilgiyi niçin ve nasıl kullanacağını belirlemek önem taşır. Çünkü bu husus yönelinecek kaynağın seçimini doğrudan etkiler. Bu çerçevede kütüphaneci, kullanıcıya yararlanması gereken katalog, dizin, abstrakt, veri tabanının, vb. neler olduğu ve bunların kullanımına ilişkin açıklama yapar. Gerekiyorsa kendisine tarama konusunda doğrudan yardımcı olur.

Bir üniversite kütüphanesinde her ne biçimde olursa olsun kullanıcının tatmin edilmesi gerekir. Kütüphane, kullanıcısı tatmin edilebildiği ölçüde başarılıdır. Kullanıcıyı tatmin edebilmek içinse onu iyi tanımak, sistem içindeki yerini, işlevini, özelliklerini bilmek ve ona göre hizmet sunmak gerekecektir. Kullanıcı memnun edildiği ölçüde o da kütüphaneciyi memnun edecektir (Tezcan 1988: 167). Kullanıcının kütüphaneciyi memnun etmesi demek kütüphane ve personeline güvenmesi, önemsemesi, sistemi tanınması ve gelişmesine destek olması demektir. Bu ise iyi halkla ilişkilerin içeriğini ifade eder.

Danışma hizmeti kapsamında verilen güncel duyuru, seçmeli bilgi yayımı, tarama, özel hizmetler gibi bilgi yayım hizmetleri kullanıcının gereksinim duyduğu bilgilere ulaşmasını amaçlar. Bilgi yayım hizmetinde bilgi, kullanıcıya çeşitli şekillerde sunulabilir: "1. Belgenin kendisi veya kopyası, 2. Belgenin kimliği (çeşitli türdeki ikincil ürünler şeklinde), 3. Belgenin içindeki bilginin çeşitli üçüncül ürünler biçiminde sunulması, 4. Bilgi kaynağı (bilgi kaynakları)" (Guinchat 1990: 219). Danışma hizmeti hangi biçimde sunulursa sunulsun kullanıcının ihtiyacını karşılamak ve onu tatmin etmek suretiyle, kütüphaneye karşı sevgi, saygı ve desteği kazanılmalı, kullanıcıdan gelecek istek ya da şikayetlerin saygı ve nezaket kuralları çerçevesinde çözümüne yardımcı olunmalıdır.

Ç.2.2. Ödünç Verme Hizmetlerinde Halkla İlişkiler

Ödünç verme hizmeti kütüphanedeki bazı materyallerin belirli bir süre için kütüphane dışında kullanımına imkan sağlar. Kütüphane bir defada kullanıcının ne kadar yayın ödünç alabileceği ve bunları ne kadar süreyle elinde tutabileceğine ilişkin kuralları kendisi koyar. Verilecek materyalin süre ve sayısı, kullanıcının öğretim elemanı, öğrenci, ya da diğer personel olmasına göre değişecektir. Öğretim elemanları araştırmalarıyla ilgili, öğrenciler ise daha çok dersleri ile ilgili olarak çeşitli materyalleri daha uzun sürelerle kütüphane dışında da kullanmak isterler. Ödünç verme hizmeti sırasında kullanıcı ödünç vermeye ilişkin tüm kurallar bakımından bilgilendirilmelidir. Ödünç verme süre ve sayısı yanında kaybetme, geciktirme, bir şekilde yayının zarar görmesi gibi durumlarda ne tür yaptırımlar uygulanacağı uygun şekilde açıklanmalıdır. Bu yapılırken kullanıcılar kesinlikle rencide edilmemelidir.

Kullanıcı hizmetleri; ister danışma hizmeti ya da danışma hizmeti kapsamında verilen diğer hizmetler, isterse ödünç verme hizmeti olsunlar, temelde insan unsuruna dayalı olarak yürütülürler. Bu bakımdan ilgili personelin mesleki yetkinlik yanında halkla ilişkiler konusunda da bilgili olması gerekecektir. Kullanıcı hizmetleri bir bakıma kütüphanenin vitrinidir. Kullanıcı hizmetleri yanında kütüphane girişindeki kontrol görevlisi, yönetici sekreteri ya da santral görevlisi de büyük önem taşır. Bunların ilk başvuru yerleri olmaları nedeniyle ilk izlenim buralarda oluşacaktır. Başka deyişle bu görevlilerin görünümü, hitap biçimi, ses tonu, dinleme biçimi ve tüm diğer davranışları kullanıcının kütüphaneye ilişkin ilk yargılarını oluşturacaktır (Karakoç 1992: 33). Yine bu görevlilerin kütüphaneye ilişkin ilk bilgileri verecek kişiler olmaları bakımından, kullanıcının en az çaba, zaman ve emek harcayarak doğrudan ilgili birimle ilişki kurması, söz konusu görevlilerin vereceği tam doğru ve uygun bilgilere bağlı olacaktır.

Üniversite kütüphanesi iyi hizmet ve iyi halkla ilişkiler için uygun, zeki ve heyecanlı personel çalıştırma yönünde çaba sarfetmeli ve personelinin hizmet içi eğitim yoluyla sürekli geliştirebilmelidir. Danışma hizmetinde yahut ödünç vermede çalışan tüm personel kullanıcılara karşı adil olmalı, kibirli davranışlardan kaçınmalıdır. Personel daima kullanıcı üzerinde iyi etki bırakabilmek için çaba göstermelidir (Aitufe 1993: 43). Olumlu izlenimlerle ayrılan her kullanıcının, gönüllü bir halkla ilişkiler elçisi gibi kütüphanede

karşılaştığı ve etkilediği iyi davranış ve yardımlardan çeşitli ortamlarda söz edeceği (Fındık 1988a: 101), bunun ise olumlu kütüphane imajı, güven ve destek olarak kütüphaneye geri döneceği unutulmamalıdır.

Personelin kullanıcılara karşı davranışını etkileyen en önemli hususlardan biri de personelin moralidir. Yüksek morale sahip olmayan bir personelden olumlu davranışlar beklenemeyeceğinden bu konuda yönetim gerekli önemleri almalıdır. Morali etkileyen nedenler içinde personel rejimi, kurum içi insan ilişkileri, çalışma koşul ve ortamları ilk akla gelenlerdir (Yalçındağ 1968: 78-79). Ödeme rejimi konusunda kütüphane yöneticilerinin yapabileceği pek birşey yoktur. Ancak kurum içi insan ilişkileri ve çalışma koşulları konusunda çok şey yapılabileceği ve bunun yöneticinin görevleri arasında olduğu tartışma götürmez bir gerçektir.

Kullanıcılarla ilişkiler konusunda personele şu tavsiyelerde bulunmaktadır (Yalçındağ 1968: 78).

- Görevini tam bil;
- İnsanları sabırla dinle;
- Daima nazik ol;
- Herkese eşit işlem yap;
- Mevzuatı açıklayarak insanların kendiliğinden kurallara uymasını sağlamaya çalış;
- Münakaşadan kaçın;
- Davranışlarında tutarlı ol;
- Kayıtları daima doğru ve tam tut;
- Tahmini değil kesin bilgi ver;
- Değer yargılarını dikkate al;

- Kullanıcılara karşı ev sahipliği görevini yerine getir.

Sanıyoruz bu öneriler personele kullanıcı ile ilişkilerinde rehberlik edecek kapsam ve içeriktedir.

D. ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE BAŞLICA HALKLA İLİŞKİLER ETKİNLİK VE ARAÇLARI

Halkla ilişkiler, tanıma ve tanıtma süreci olarak da tanımlanabilir (Gürgeç 1987: 8). Tanıma ve tanıtma doğal olarak kuruluşun ilişkide olduğu ya da olacağı çevre ile ilgili olmaktadır. Başka ifadeyle halkla ilişkiler, kuruluşun çevrelerini tanımak ve kendilerini tanıtmak amacıyla yapacağı planlı ve programlı uygulamaları içermektedir.

Bu çerçevede üniversite kütüphanelerindeki halkla ilişkiler etkinlik ve araçlarını "Tanımaya dönük olan etkinlik ve araçlar" ve "Tanıtmaya dönük olan etkinlik ve araçlar" olarak ele almak anlamlı olacaktır.

D.1. Tanımaya Dönük Etkinlik ve Araçlar

Halkla ilişkiler faaliyetlerinin bir kısmı çevreye dönük iken, bir kısmı da yönetimin karar vermede ihtiyacı olan bilgiyi almak için çevreyi tanıma, halkla bazı konularda sorumluluğu paylaşma, değişen koşulları ve onlarla ilgili halk isteklerinin öğrenilmesiyle ilgilidir. Tanıma, çevre ile kurulacak ilişkide yönetsel belleği genişletme, geliştirme yanında çevreden etkilenmeyi de içerir. Tanıma sözcüğü ile bu araçlar ve bunlarla ilgili uygulamalar, faaliyetler anlaşılmalıdır (Kazancı 1980: 59). Tanıma aynı zamanda, halkla ilişkiler faaliyetlerinin etkinlik ve başarısıyla da doğrudan ilgilidir.

Kuruluşun verdiği hizmetlerle ilgili olarak halkın beklenti, görüş, dilek ve yakınmalarının halkla ilişkiler faaliyetleri yoluyla kuruluşca öğrenilmesi, iletişim veya tanıma süreci olmanın ötesinde bir anlam ve içerik kazanmak zorundadır. Kuruluşa yansıyan bütün bilgiler, yönetim süreci içinde değerlendirilmek ve kararlara katılmak yoluyla halkın istek ve beklentilerine

uygun bir örgütsel tavır gerçekleştirilmelidir (Yalçındağ 1987: 78). Söz konusu örgütsel tavır sürekli ve sistemli bir biçimde işleyen halkla ilişkiler faaliyetleri aracılığıyla kütüphanenin, kullanıcı düşünce ve ihtiyaçlarına bağlı olarak daha etkin, verimli, hızlı ve kapsamlı hizmet vermesi olarak somutlaşmalıdır.

Kütüphanecilik insanlarla bilgi kaynakları arasında verimli bir ilişkinin kurulmasını amaçladığına göre kütüphaneciliğin çerçevesini insanlar ve bunların bilgi ile olan ilişkileri oluşturacaktır. O halde insanlarla bilgiyi ilişkilendirmek ve aradaki bağı kurmak için, bilgi sağlama işi ile görevli olan kurum ve kişilerin herşeyden önce bilgi çevresi içinde yer alan insanları, yani kullanıcıları tanıması ve değerlendirmesi zorunlu olacaktır. Çünkü kütüphane ve diğer bilgi merkezleri hizmet verdiği toplumun davranış ve isteklerine uyan ya da uyması gereken kuruluşlardır (Çapar 1990: 161). Üniversite kütüphanesinin hizmet vermeyi amaçladığı halkın ilgileri, istekleri, alanları ve ihtiyaçları farklı farklıdır. Kullanıcıya bilgi akışının sağlanmasında, bilgi ihtiyacının yeterli ve uygun şekilde karşılanmasında, hizmetler ve hizmetlere ilişkin politikaların biçimlendirilmesinde, kullanıcının bilgi ihtiyacının farkına vardırılmasında, hizmetler konusunda bilinçlendirilmesinde söz konusu farklılıkların göz önünde bulundurulması ve ona göre hareket edilmesi gerekecektir. İşte tanımaya dönük etkinlik ve araçların önemi de burada ortaya çıkmaktadır.

Bir üniversite kütüphanesindeki tanımaya dönük etkinlik ve araçları yedi başlık altında toplayabiliriz. Bunlar; kullanıcı analizi, anket, yüzyüze görüşme, gözlem, katılım, dilek ve şikayet kutuları, mektup ve dilekçeler'dir.

D.1.1. Kullanıcı analizi

Kullanıcı analizi, bilgi kullanıcılarının davranışlarının ve özelliklerinin kütüphaneler ya da bilgi sağlayan diğer kuruluşlar ile ilişkileri açısından incelenmesidir (Çapar 1990: 162). Kütüphanecilik literatüründe "kullanıcı analizi", "kullanıcı araştırmaları" ve "kullanıcı incelemeleri" şekillerinde anılan bu yöntemin, halkla ilişkilerin tanıma boyutu ile eş anlamlı olarak değerlendirilmesi gerekir. Çünkü her ikisinde de çevreyi tanıma, çevreyle

sağlıklı ve olumlu ilişki kurma, çevreden etkilenme ve bu etkilerin karar mekanizmalarına yansıtılması sorumluluğu vardır.

Kullanıcı analizinin bir birini tamamlar nitelikteki amaçlarını şu şekilde sıralayabiliriz (Çapar 1990: 112):

- Kullanıcıların bilgi ihtiyaçlarının analizi, başka ifadeyle aranan ve alınan bilginin nitelik ve nicelik açısından türü ve özelliğinin bilinmesi: Bu bilindiği takdirde en uygun ürün, hizmet, ya da gerekli birimleri belirlemek imkanı olacaktır.

- Kullanıcının bilgi ile ilgili davranışının analizi: Bilgi ihtiyacının nasıl karşılandığını gösterir; ürünlerin, hizmetlerin sağlanma yoluna ışık tutar; ürün ve hizmetlerin uyması gereken şartları açıklığa kavuşturur ve kullanıcıların ihtiyaç duydukları eğitimi gösterir.

- Günü ve tavırların analizi: Bilgi ve bilgi ile ilgili faaliyetler açısından kullanıcıların değer yargıları ve bilgi hizmetlerine, uzmanlarına, vb. ilişkin görüşlerinin belirlenmesidir. Kullanıcının özel davranış ve ihtiyaçlarının daha derinlerdeki nedenlerini açıklığa kavuşturur.

- Kullanıcının niteliği ve niceliğinin analizi: Bilgi sağlama politikasının oluşturulmasında, bilgi hizmetlerinin düzeyinin belirlenmesinde ve kullanıcı eğitimi biçimlerinin saptanmasında yardımcı olur.

Kullanıcı analizinin pratik yararı; yapılan araştırmalar ve analizler sonucunda belirli bir kullanıcı grubu için bir bilgi ürünü ya da bir hizmet veya bir halkla ilişkiler faaliyetinin hatta bütün bir bilgi sisteminin planlanması ya da yeniden yapılandırılması için verilerin elde edilecek olmasıdır. Bu tür analizler, ekseriyetle yeni bir bilgi merkezi kurulmadan önce veya yeni bir hizmet ya da bir halkla ilişkiler faaliyetinden önce veyahut sistemin bütünü veya bir parçasına ilişkin reorganizasyon söz konusu olduğunda gerçekleştirilir (Guinchat 1990: 295).

Bu tür araştırmalarda sosyal bilimler alanındaki araştırma yöntemlerinin birinden ya da birkaçından yararlanmak mümkündür. Soru

formları, anketler, kütüphanelerdeki kullanıcı kayıtları, davranışların gözlenmesi, bunlardan bir kaçıdır.

Bu tür analizler yapılırken, istenen verilerin ne olduğu, kullanılacak yöntemler ve bu yöntemlerin getireceği mali yük, eldeki kaynakların neler olduğu ve sonuçlarının nasıl kullanılacağına dikkate alınması gerekir (Guinchat 1990: 295).

D.1.2. Anket

Tanımaya yönelik yöntemlerden biri (Kazancı 1980: 63) olarak anket son derece yaygın ve etkin bir kullanıma sahiptir. Anket, "belli bir amaç ve plana göre düzenlenmiş soru listesi" (Karasar 1991: 176) olarak veya "kağıt kalem yoluyla objenin, bireyin ya da grubun kendisi hakkında bilgi vermesi" (Kaptan 1995: 138) şeklinde tanımlanmaktadır.

Bir üniversite kütüphanesinde kuruma ilişkin kararlar, uygulamalar, hizmetler, kullanıcıların davranışları, özellikleri, ihtiyaçları eğilimleri, dilek istek ve şikayetlerine, vb. ilişkin pek çok konuda anket yoluyla bilgi edinmek mümkündür. Üniversite kütüphanesinde yapılacak böyle bir çalışmada öncelikle anketin amacının tesbiti gerekir. Bunun yanında evren ve bu evreni temsil edebilecek örneklemin belirlenmesi, daha sonra da amaç ve anket uygulanacak kitlenin özellikleri dikkate alınarak sorular hazırlanmalıdır. Anket soruları her türlü yanlış anlamayı önleyecek nitelikte olmalıdır (Karasar 1991: 176). Çünkü sorular araştırma yapan ile kaynak arasındaki tek iletişim aracıdır.

Bilindiği üzere anket soruları "açık uçlu" ya da "kapalı uçlu" olarak düzenlenebilir. Soruların mümkün olduğunca kapalı uçlu sorulması gerekir. Kapalı uçlu sorular deneklere cevaplama, uygulayana da değerlendirme kolaylığı sağlar. Ancak bunun deneklerin istediği kapsam ve derinlikte cevap vermesini engellenmesi de önemli bir dezavantajdır. Anket ne şekilde düzenlenmiş olursa olsun, soruların belli bir sistematik çerçevesinde genelden özele doğru ve aynı gruptaki sorular alt alta gelecek biçimde sıralanması gerekir. Ayrıca anketle birlikte gerekli açıklamaların yapılmış olması da zorunludur.

D.1.3. Yüzyüze Görüşme

Bir teknik olarak görüşme, sözlü iletişim yoluyla veri toplama olarak tanımlanmakta ve üç amacı olduğu ifade edilmektedir (Karasar 1991: 165-166). Bunlar sırasıyla; işbirliği sağlama ve sürdürme, sağaltım (kendine güveni artırma), araştırma verisi toplamadır. Görüşmenin planlanması, yöneltilecek sorular, görüşmenin yapılacağı yer ve zaman ve görüşmecinin uygunluğu, üzerinde önemle durulması gereken hususlardır.

Üniversite kütüphanelerinde hizmetlerin yürütülmesinde personel ile kullanıcı çoğu kez yüzyüze iletişim içindedir. Personel-kullanıcı diyalogu, ilgili kitleye hizmet sunumunun zorunlu kıldığı bir durum olma yanında kullanıcıları tanımanın, onlara ilişkin bilgiler ve onların kütüphaneye ilişkin düşünce ve tavırlarının öğrenilmesinin de kestirme bir yoludur. Yüzyüze yapılan görüşmelerin, yazılı iletişimden daha etkili olduğu bir gerçektir (Sabuncuoğlu 1992: 105). Çünkü görüşme yoluyla iletişim, anında gerçekleşmekte, yanlış anlımları en aza indirmektedir. Sistemli ve akılcı biçimde yapılacak görüşmeler, ister kütüphane yöneticisi, isterse diğer görevlilerce gerçekleştirilsin, kullanıcıların dilek, yakınma ve düşüncelerinin öğrenilmesi yoluyla hizmetlerin biçimlendirilmesine yarayacağından kütüphane için çok önemli bir girdi oluşturacaktır.

D.1.4. Gözlem

Gözlem "belli bir kimse yer, olay, nesne, durum ve şarta ait bilgi toplamak için belli hedeflere yöneltilmiş bir bakış ve dinleyiştir (Özsoy 1970: 36'dan aktaran Karasar 1991: 156).

"Gözlem tekniğinin en önemli özelliği gözlenilenin doğal ortamında bulunmasıdır. Birçok davranış ancak bu şekilde objektif olarak belirlenebilir" (Karasar 1991: 157). Gözlem tekniği dolaysız bir tekniktir. Gözlemci araya kimsenin girmesine meydan vermeden bireyleri, grupları ve olayları doğrudan doğruya izlemekte ve sonuçları kaydetmektedir (Kaptan 1995: 151).

Gözlem, kullanıcıların kütüphanelerdeki tutum ve davranışlarının tesbitinde kullanılabilecek uygun bir tekniktir. Kullanıcının, fiş kataloğunu

incelemesi, raflardan kitabı arama, ödünç alma, personelle ilişkiler, vb. faaliyetleri ve bu faaliyetler sırasında karşılaştığı zorluklar gibi pek çok husus, gözlem tekniğinden yararlanılmak suretiyle öğrenilebilir. Bu yolla sağlanacak bilgiler, hem doğrudan kullanıcının işlerini kolaylaştırmada hem de hizmetlerin ve fiziki ortamın yeniden düzenlenmesinde kullanılabilir.

D.1.5. Katılım

Bir örgütte verilen kararların başarılı olabilmesi veya başarıyla uygulanabilmesi için ilgili bütün tarafların katılımı ve katkılarının gerekli olduğu söylenebilir (Acar 1993: 105). Katılma en genel şekliyle kararları etkileme demektir (Tortop 1990: 197). Başka ifadeyle katılma, yönetilenler veya çevrenin yönetsel çalışmaları etkileyen kararlarda doğrudan doğruya etkili olmasıdır (Kazancı 1980: 73).

Katılım, üniversite kütüphanelerindeki halka ilişkiler faaliyetleri için önemli bir imkandır. Üniversite kütüphanesi çeşitli karar ve uygulamaları sırasında üniversite içindeki çeşitli grupların temsilcilerinin görüşlerinden yararlanabilir. Düzenli ya da düzensiz aralıklarla yapılacak toplantılarda söz konusu grupların görüş ve isteklerini öğrenme; ve bu bilgilerin verilecek kararlara, verilen hizmetlere yansıtılması, alınacak kararların ve yapılacak uygulamanın başarı şansını artıracak gibi, bu karar ve uygulamalara karşı gelebilecek tepkileri de azaltacaktır.

Katılmanın danışma yanı ağır basan bir şekli de çeşitli kesimlerin temsilcilerinden oluşan "işbirliği ve çalışma grupları"nın oluşturulmasıdır (Acar 1993: 117). Bu gruplar vasıtasıyla hedef kitlelere daha kolay ulaşılacağı gibi çeşitli faaliyetlerin yürütülmesi ve desteklenmesinde de söz konusu gruplardan yararlanılabilir.

Katılımın hedef kitleyi tanıma boyutu yanında tanıtma boyutu da vardır. Bu etkinlik sayesinde üniversite kütüphanesi hedef kitlelerden bilgi akışı ve destek sağlarken, diğer taraftan kendisi ve hizmetleri konusunda ilgili kitleleri bilgilendirme imkanına kavuşmaktadır.

D.1.6. Dilek ve Şikayet Kutuları

Dilek ve şikayet kutuları, çevrenin örgütle ilgili olarak dilek istek, öneri ve şikayetlerinin öğrenilmesinde son derece basit, masrafsız ve pratik bir yoldur. Söz konusu kutuların en önemli üstünlüğü, kuruluşun ilişkide olduğu insanları tanımak için kendi olanaklarını kullanmasına gerek kalmadan bilgi sağlanabilmesidir.

Üniversite kütüphanelerinde yaygınlıkla kullanılabilecek bu aracın muntazam şekilde yapılmış, yeterli büyüklükte olması ve kullanıcıların rahatça ulaşabileceği ve görebileceği bir veya daha çok yere konulmuş bulunması gerekir. Ayrıca söz konusu kutuların yanında kağıt kalem bulundurulması ve uygun tarzda kaleme alınmış açıklamalarla kullanıcıların bu aracı kullanmaları teşvik edilmelidir.

D.1.7. Mektup ve Dilekçeler

Çevrenin bir kuruluşla ilgili dilek istek ve şikayetlerinin öğrenilmesinde kullanılacak araçlar arasında mektup ve dilekçeler de önemli bir yer tutmaktadır. Bu tür başvuruların içeriği kuruluşun faaliyet alanına göre, çok çeşitli konularda olabilir. Her ne konuda olursa olsun bunların üzerinde dikkatle durulması ve gereğinin mümkün olduğunca yerine getirilmesi zorunlu, aynı zamanda da iyi bir halkla ilişkilerin koşuludur.

Bir kütüphane söz konusu olduğunda, gelen mektup ve dilekçeler yoluyla kullanıcıların kütüphaneye ilişkin düşüncelerini öğrenme, verilen cevaplar yoluyla da onları bilgilendirme söz konusudur. Mektup ve dilekçeler yoluyla daha önce yönetimin dikkatini çekmeyen kütüphane hizmetlerine ilişkin sorunlar ya da öneriler gündeme gelebilecek, kullanıcı ihtiyaçları konusunda herhangi bir çaba sarfetmeden bilgi girişi sağlanabilecektir.

Özetle; kütüphanelerdeki bir tanıma faaliyeti şu sorulara cevap bulunmasıyla ilgilidir:

- Kullanıcılar kütüphane ve kütüphaneciler konusunda ne kadar bilgi sahibidirler?

- Kütüphanenin kullanıcılara ilişkin politikaları nelerdir, neler olmalıdır?

- Kütüphanelerdeki faaliyetlerde yanlış giden bir şeyler var mıdır? (Aitufe 1993: 41).

Bu ve benzeri soruların cevapları öğrenildikten sonra tanıtma çalışmalarına geçilebilecektir.

D.2. Tanıtmaya Dönük Etkinlik ve Araçlar

Tanıtma hedef kitlenin aydınlatılması, kararların açıklanması, bunun yanında çağımızda gittikçe karmaşıklaşan yönetim faaliyetlerinin yol açtığı tanıma-bilme eksikliğinin giderilmesi için çevreye bilgi aktarma faaliyetleri olarak tanımlanabilir (Kazancı 1980: 35).

Bir kütüphane için tanıtma, kütüphane ve hizmetlerinin kullanıcı kitlesinin ilgisi ve bilgisine sunulması, bu hizmetlerden elde edilecek kazançlar hakkında bilgi verilmesi ve kullanıcıların katılımı ve desteğinin sağlanması amacını taşır (Guinchat 1990: 295).

Bu çerçevede bir üniversite kütüphanesindeki rutin faaliyetlerin bir çoğunu tanıtma kapsamında değerlendirmek mümkündür. Çünkü kütüphanenin temel işlevi, kütüphane ile kullanıcı arasında bilgi akışının sağlanmasıdır. Söz konusu akışın sağlanabilmesi için ise, zorunlu olarak, bir takım kaynakların ya da hizmetlerin tanıtımı gündeme gelmektedir. Ancak tecrübeler göstermiştir ki bir tür kendi kendinin tanıtımını yapan, ya da kullanım sırasında hizmetin başarılı olduğu kendiliğinden anlaşılan hizmetler için bile tanıtım gereklidir. Çünkü bu hizmetlerin hangi amaçlarla ve hangi koşullarda yapıldığı kamuoyu tarafından bilinmiyor olabilir. Bunların açıklanması ve tanıtılması kamu oyunun daha da olumlu etkilenmesine ve kuruluşa karşı daha açık beğeni ve güven duymasını sağlayabilecektir (Yalçındağ 1987: 97-98).

Kütüphane hizmetinden sürekli yararlanan kullanıcılar bile çoğunlukla kendi alanlarında yaygın kullanılan bilgi kaynaklarını bilemeyebilirler ve kütüphanenin verdiği diğer hizmetlerden habersizdirler. Potansiyel kullanıcı-

ların çoğu ise kütüphane ve verdiği hizmetlerin farkında bile değildirler (Karakaş 1994: 166-167). Gerek mevcut kullanıcılara gerekse potansiyel kullanıcılara yönelik tanıtım faaliyetleri yoluyla, kütüphane ve hizmetlerinden haberdar olmaları ve bilgi gereksinimlerini hızlı, doğru ve tatmin edici şekilde karşılamaları mümkün olabilecektir.

Bir üniversite kütüphanesinde yapılacak halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetlerinin başarısı, hizmetin her aşamasının objektif olarak incelenmesine ve gerçek ihtiyaçların karşılanıp, karşılanmadığının sürekli olarak izlenmesine bağlıdır (Fındık 1988a: 100). Bunun yanında mutlaka faaliyetin niteliğine göre doğru araç ve yöntemin seçilmesi gerekir. Tanıtım amacıyla çeşitli yöntem ve araçlardan yararlanmak mümkündür. Burada, üniversite kütüphanelerinde kullanılabilecek etkinlik, araç ve yöntemler beş ana başlık altında ele alınacaktır. Bunlar sırasıyla; kullanıcı eğitimi, yazılı ve basılı araçlar, görsel-işitsel araçlar, sosyal etkinlik ve araçlar'dır. Söz konusu etkinlik ve araçlardan bazıları ikinci bölümde ele alınmış olmakla beraber, burada daha çok bir üniversite kütüphanesindeki kullanım şekli ve imkanları üzerinde durulacaktır.

D.2.1. Kullanıcı Eğitimi

Kullanıcı eğitimi, kütüphanenin mevcut ve potansiyel kullanıcılarını, bilginin değeri ve bilgi kaynakları konusunda haberli kılmak, bilgiye ve bilgilenme merkezlerine karşı olumlu davranışlar edinmelerini sağlamak, bilgi kaynaklarını kullanmaları için onları güdülemek ve bu kaynaklara erişim için gerekli becerileri kazandırmak (Cribb 1981: 90) olarak tanımlanmaktadır.

Üniversite kütüphaneleri, çeşitli bilgi kaynaklarının yaygın, bilinçli ve etkili kullanımını sağlamak, olanaklarını kullanıcılarına tanıtabilmek, onları kütüphaneye çekerek aktif birer kullanıcı durumuna getirebilmek için okuyucunun eğitime önem vermek durumundadırlar (Tutumel 1992: 152).

Kullanıcı eğitiminin temel amacı, kullanıcının ihtiyacı olan bilgiye en kolay, en kısa ve en etkin bir şekilde ulaştırılması (Harris 1982: 327), "bilgi olayının ve bilgi sürecinin kullanıcıya açıklanması ve ona mevcut kaynakların nasıl kullanılacağına öğretmesidir" (Guinchat 1990: 296). Bir başka

araştırmacı ise kullanıcı eğitiminin dört temel amacı olduğunu ifade etmektedir. Bunlar sırasıyla;

- Öğrencilerin eğitimini desteklemek;
- Kullanıcıyı bağımsız olarak çalışmaya yönlendirmek;
- Kütüphane kaynak ve hizmetlerinin ayrıntılı olarak kullanılmasını sağlamak;
- Kütüphaneyi (fiziki ortam, kaynaklar, hizmetler, personel vb.) bir bütün olarak kullanıcıya tanıtmaktır (Pack 1988: 85).

Bir üniversite kütüphanesinde kullanıcı eğitimi, birbirinden farklı fakat birbirini tamamlayan iki şekilde yapılmaktadır. Birincisi kütüphane ve kütüphaneye olanaklarının tanıtılması (orientation), ikincisi kütüphane kaynak ve hizmetlerinin kullanım ve özelliklerinin öğretilmesi (instruction) (Keyman 1982: 164).

Birincisinde; kütüphanelerdeki kitap ve dergi, vb. materyallere erişim, kitap ve dergi kataloglarının kullanımı, katalog fişlerindeki bilgilerin analizi, basılı katalogların analizi, kullanıcının kütüphanede izlemesi gereken yol ve yöntemler, çeşitli bölümler, bu bölümlerdeki personelin tanıtımı ve çeşitli kuralların açıklanması, vb. üzerinde durulur. İkincisinde ise, kütüphane kullanıcılarının gereksinim duyduğu bilgiye nasıl, hangi kaynaklar ve yöntemlerle erişeceğinin öğretilmesi söz konusudur (Tutumel 1992: 154-155; Keyman 1982: 164).

Kullanıcı eğitimi birden fazla biçimde ve birden fazla araç yardımı ile verilebilir. Bu eğitim sırasında kütüphanenin gezdirilmesi, ders, konferans, seminer, afiş, yönlendirme yazıları, el kitapları, film, video, slayt, teyp gibi pek çok araçtan yararlanmak ve verilen eğitimi desteklemek mümkündür (Cribb 1981: 97). Kullanıcı eğitimi, hangi şekilde ve hangi araç ve yöntemlerle desteklenerek verilirse verilsin, kütüphane kullanıcı etkileşiminin en yoğun yaşandığı bir etkinlik türüdür. Bu etkinliğin "tanıtma" işlevi esas olmakla birlikte, söz konusu etkileşim sırasında "tanıma" da gerçekleşebilmektedir.

D.2.2. Yazılı ve Basılı Araçlar

Bir üniversite kütüphanesindeki halkla ilişkiler faaliyetinde, yazılı ve basılı araçlar grubunda yer alan gazete, dergi, broşür, bülten, el kitapları, yıllık, mektup, afiş, pankart gibi araçların hemen hepsinden yararlanmak imkan dahilindedir.

Bu araçların yerinde ve zamanında kullanılımı yanında, ilgi çekici şekilde tasarlanması, ifade, yazı, şekil ve renk bakımından ilgili kitlelere cazip gelmesi önem taşır (Fındık 1988b: 72). Bundan dolayı kütüphane söz konusu araçların iyi bir şekilde ortaya çıkmasına katkıda bulunabilecek herkesten, üniversite kütüphanesinin imkan ve şartlarına göre yardım almalıdır. Bu yardım üniversite içindeki çeşitli kişi, grup veya birimler olabileceği gibi dışarıdan değişik kişi ve kurumlar da olabilecektir. Ayrıca kurulacak iyi ilişkiler yoluyla bu çalışmalara ücretsiz olarak katılım sağlanması da mümkündür.

Üniversite kütüphanesi, imkanları elveriyorsa gazete ya da dergi yayınlatabilir. Eğer bu mümkün değilse üniversite bünyesindeki ya da diğer kuruluşların bu tür yayınlarında yer almaya çalışılmalıdır. Söz konusu yayınları kütüphane kendisi yayınlıyorsa, istediği içerik ve düzende çıkarma şansına sahip olacağından üniversite kütüphanesinin yeni bir hizmeti, yeni bir düzenleme, çeşitli kütüphane kuralları, kullanım düzeyi, bütçe imkanları, teknik donanımı, personele ilişkin çeşitli haberlere, vb. yer verilebilecektir. Kendisinin gazete ve dergi yayınlama imkanı yok ise öncelikle yararlanabileceği yayınları tesbit etmeli, ilkeleri ve çalışma şartlarına göre yayınlanabilecek nitelikte haberleri hazırlayıp iletmelidir. Ayrıca söz konusu yayınların yöneticileriyle iyi ilişkiler kurma çabasında olunmalıdır (Simmons 1989: 189). Bu tür ilişkiler yoluyla daha sık haber yayınlama imkanı olabilecektir.

Broşür ve bültenler üniversite kütüphanelerinde yaygın kullanılan ve kendi denetimlerinde olan, dolayısıyla da ilgili kurumlar için etkin bir halkla ilişkiler aracı olma özelliği taşıyan araçlardır. Kütüphanenin geneli veya bir hizmet türü için temel bilgileri içeren broşürler hazırlamak ve ilgililere ulaştırmak rahatlıkla düşünülebilir. Yine kurum içi ve kurum dışına yönelik olarak belli sürelerle bültenler çıkarılabilir. Kütüphaneye ilişkin, kullanıcı ya

da kurum personeline iletmek istenen çeşitli bilgi ve güncel konulara bu bültenlerde yer verilebilir. Bülten içinde, yeni alınan kitaplar, dergiler, personel değişiklikleri (Aitufe 1993: 41-41), kütüphane yönetimince verilen yeni kararlar ve yapılan uygulamalar gibi çeşitli bilgiler yer alabilir. Az sayfalı olması, teksir ya da fotokopi yoluyla hazırlanabilmesi pratik bir araç olmasına ve etkin şekilde kullanılmasına imkan sağlar.

Üniversite kütüphanesi ve hizmetleri konusunda kullanıcıları bilgilendirme ve onlara ulaşmada el kitapları büyük yarar sağlar. Genel nitelikte bir el kitabı olabileceği gibi, sadece öğrencilere yönelik olarak da düşünülebilir. Çekici, iyi düzenlenmiş ve öz bilgileri içeren bir öğrenci el kitabı öncelikle birinci sınıf öğrencilerini hedefleyen bir kütüphane kılavuzu özelliğinde, fakat kütüphaneye gelen her kullanıcıyı da dikkate alır olmalıdır.

Kütüphanenin bir yıl içinde yapmış olduğu faaliyetleri özetleyen yıllık raporlar da önemli bir araçtır. Bu raporlar ilgili kişi grup ve birimlere dağıtılarak, üniversite kütüphanesinin çalışmaları hakkında bilgilennemeleri sağlanabilir.

Bir üniversite kütüphanesinin üzerinde dikkatle durması gereken bir diğer basılı araç mektuptur. Bir faaliyet, olay, hizmet ya da yenilikle ilgili bilgi sunulmasına veya bir konuda bilgi istenmesine ilişkin olarak yazılabilirler. Mektupların etkili olabilmesi büyük ölçüde samimi, açık, anlaşılır ve ikna edici olmasına bağlıdır. Ayrıca zarf ve kağıt kalitesine ve mektubun düzenine de özen gösterilmelidir.

Afiş ve pankartlar da üniversite kütüphanesinde yaygın kullanılacak araçlardır. Kütüphane ve hizmetlerine ilişkin ya da kullanıcıları kütüphaneye çekmeyi amaçlayan mesajları içeren afiş ve pankartların önemli yararı olacaktır. Söz konusu araçlarda kullanılan mesajların kalıcı ve etkileyici olması yanında bu araçların düzeni, kullanılan renk, resim ve malzeme de büyük önem taşır. Kütüphane içi ve dışında uygun yerlere afiş veya pankart konularak geniş bir kitleye erişmek mümkündür.

D.2.3. Görsel-İşitsel Araçlar

Üniversite kütüphanelerinde yapılan ya da yapılması düşünülen çeşitli hizmet ve faaliyetlerin ilgili kitlelere iletilmesi ve tanıtılmasında görsel-ışitsel araçlardan etkili şekilde yararlanma imkanı vardır. Yeter ki bunların yararına inanılmış olsun ve bu konuda çaba sarfedilsin.

Bu tür araçların en önemlilerini radyo, televizyon, film, video, teyp, slayt ve internet olarak sıralayabiliriz. Radyo ve televizyon çok büyük kitlelere erişmeye imkan sağlamakla birlikte özellikle bir üniversite kütüphanesinin bunlardan yararlanması her zaman mümkün olmaz. Bununla birlikte ilgili araçlardan yararlanabilmek için her türlü fırsat değerlendirilmeli ve yeni fırsatlar yaratılması hususunda çaba sarfedilmelidir. Radyo ve televizyon yöneticileri ve program yapımcılarıyla kurulacak iyi ilişkilerin, söz konusu araçlardan yararlanma şansını artıracığı unutulmamalıdır.

Bazı radyo ya da televizyon programlarında bilim ve kültür hayatına da yer verilmektedir. Bu tür programlarda veya kütüphane haftalarında, ya da üniversitelerle ilgili yapımlarda, kütüphane yöneticisi yer alamaya çalışmalı, eğer bu mümkün olamıyorsa ve üniversiteden bir öğretim elemanı ya da yönetici katılacak olursa, onun vasıtasıyla kütüphane ve hizmetlerinden söz edilmesi sağlanmaya çalışılmalıdır. Bazı üniversitelerin kendi radyo istasyonları vardır. Bu imkana sahip üniversitelerin kütüphaneleri oldukça şanslıdırlar. Çünkü bu radyodan kütüphanenin kendisi ve hizmetlerini tanıtması, çeşitli duyurular yapması, kütüphane konusunun tartışıldığı açık oturumlar düzenlemesi, yapacağı sosyal ve kültürel faaliyetler hususunda ilgili kitleleri bilgilendirmesi gibi pek çok konuda yararlanması mümkündür.

İster radyo isterse televizyondan yararlanma söz konusu olsun yapımcılar kendi programlarının konularına uygun haberlerle ilgilenirler ve zaman sıkıntıları vardır. Bu tür kitle iletişim araçları için program yapmak tecrübe ve yetenek isteyen yorucu bir iştir (Simmons 1989: 189). Bu nedenle söz konusu program yapımcılarına mümkün olduğunca çok bilgi ve doküman hazır olarak sunulmalı, her türlü kolaylık sağlanmalıdır.

Üniversite kütüphanesinde etkin şekilde kullanılacak araçlardan diğer ikisi film ve video bantlarıdır. Bunlar için gerekli malzemeye, tanıtılacak konuyu içeren kayıtlara ve uygun bir yere ihtiyaç vardır. Kütüphaneye ilişkin film ve video bantlarında kütüphanenin iç ve dış görüntüleri, birimler ve bu birimlerin verdiği hizmetler, çeşitli araçların kullanımı ve benzeri konular kütüphaneci-kullanıcı diyalogu şeklinde uygun bir senaryo ile yer alabilir. Kütüphanenin imkanları kısıtlı ise önceden hazırlanmış, kütüphane ve hizmetlerine ilişkin bilgileri içeren teyp bantları ve sabit ve sessiz görüntü veren slaytlar da kullanılabilir. Teyp bantları kullanıcılara grup halinde dinletilebileceği gibi kulaklık verilerek bireysel olarak da kullanılabilir.

Bu araçlar dışında kullanılacak bir diğer araç internettir. İnternette yararlanabilmek için üniversitenin söz konusu ağa bağlı olması gerekir.

İnternet özellikle üniversite kütüphaneleri için büyük önem taşır. Çünkü kullanıcıların bilgi ihtiyacının karşılanmasında internetteki çeşitli veri tabanlarından yaygın şekilde yararlanmak mümkündür.

Halkla ilişkiler ve tanıtım amaçlı çeşitli bilgilerin internet ortamına yüklenmesi yanında, yeni gelen yayınlar listeleri, kütüphane kataloğu, süreli yayınlar ve tez katalogları, içindekiler sayfaları, yeni uygulamalar vb. de internette yer alabilir.

Yine kullanıcılarla "mail" gönderilerek ya da "talk" yapılarak karşılıklı iletişim kurulabilir. Başka ifadeyle internet, hem tanıma hem de tanıtma amaçlı çok çeşitli şekillerde kullanılabilen ve üniversite kütüphanelerine çok çeşitli imkan ve fırsatlar sunan önemli bir araçtır.

D.2.4. Sosyal ve Kültürel Etkinlik ve Araçlar

Üniversite kütüphaneleri ilke olarak halkla ilişkilerin amacına hizmet edebilecek her türlü etkinlik ve araçtan yararlanmalıdır. Sosyal etkinlik ve araçlar kütüphaneye farklı farklı seçenekler sunar ve bu seçenekler iyi organize edildiği takdirde fazla bir maddi külfet de getirmez. Çeşitli toplantılar, fuarlar,

festivaller, sergiler, yarışmalar, törenler, geziler düzenlenmesi, çeşitli sanat etkinlikleri, yemek, balo, çay, kermes, piknik gibi faaliyetleri bu grup içinde değerlendirilebiliriz.

Kütüphane, kullanıcılarını tanıma ve kendisini onlara tanıtmaya amacıyla toplantılar düzenleyebilir. Böyle bir toplantı, öğretim elemanları, öğrenciler ya da idari personel temsilcileriyle ayrı ayrı yapılabileceği gibi karma bir grup oluşturularak da yapılabilir. Toplantılarda kütüphane ile ilgili her konu tartışılabilir, katılımcılar çeşitli konularda aydınlatabilir. Yine ilgili kitlenin desteği ile daha büyük (sempozyum, panel, konferans vb.) toplantılar da düzenlenebilir veya bu tür toplantılara katılarak kütüphanenin adı, faaliyet ve hizmetleri duyurulabilir.

Üniversite bünyesinde veya dışarıda fuar ve festivallere katılım da etkili bir tanıtmaya aracı olacaktır. Genellikle bir üniversite kütüphanesinin tek başına bu tür organizasyonları gerçekleştirmesi mümkün olmaz. Bu yüzden daha çok söz konusu etkinliklere katkı ve katılım düşünülmelidir. Bazı üniversitelerde öğrenciler tarafından çeşitli festivaller düzenlenebilmektedir. Kütüphane ve hizmetlerin tanıtımı için bu tür etkinlikler önemli fırsatlardır.

Kütüphanenin rahatlıkla organize edebileceği bir faaliyet olarak sergiler, etkili ve yararlı bir tanıtım aracı durumundadır. Sergiler üniversite kütüphanesinin geneline yönelik olabileceği gibi kitaplara ve diğer bilgi taşıyıcı materyallere yönelik de olabilir. Kütüphane içinde veya üniversitenin merkezi bir yerinde üniversite kütüphanesinin çalışmaları ve gelecekte yapmayı planladığı çalışmalar hakkında afişler, panolar, filmler, ses cihazları gibi araçlarla ilgili kitleler bilgilendirilebilir; kütüphaneyi yakından tanımaları sağlanabilir. Bunun yanında yeni gelen yayınlar veya ilgi duyulan belli konulardaki kitapların, duruma göre geçici ya da sürekli sergilenmesi düşünülebilir. Sergilerde üzerinde durulması gereken bir husus da kullanılan her tür materyalin kalitesidir. Sergide bulunan her şeyin mümkün olduğunca en iyisi seçilmeli ve uygun tarzda düzenlenmelidir.

Kütüphanenin çeşitli vesilelerle törenler düzenlemesi, kendisini tanıtmada ve iyi ilişkiler geliştirilmesinde yarar sağlayıcı bir faaliyet olacaktır. Üniversite kütüphanesinin kuruluş yıldönümünün, yeni bir birim veya bir hizmetin faaliyete geçirilmesi, yeni bir binaya taşınma, kütüphaneye

büyük bağışlarda bulunulması veya kütüphanenin çeşitli faaliyetlerinde emeği geçenlere ödül, plaket vb. verilmesi gibi değişik konularda törenler düzenlenebilir. Bu tür törenlere, törenin özelliğine göre üniversite yöneticileri öğretim elemanları, öğrenciler, diğer personel ve dışarıdan ilgili kişiler katılabilirler.

Üniversite kütüphanesi ilgili kitle temsilcilerini bilgilendirmek, kütüphaneyi tanıtmak, ilgi ve desteklerini kazanmak amacıyla kütüphane gezileri düzenleyebilir. Bu tür geziler üniversite içi ve dışı ilgili kitleler için düşünülebilir. Geziler, ister kullanıcı eğitimi çerçevesinde isterse bunun dışında bir faaliyet olarak gerçekleşsin, önceden hazırlanmış bir programa ihtiyaç vardır. Program, her tür halkla ilişkiler faaliyeti için gerekli olduğu gibi, düzenlenecek gezi için, hangi bilgiler kim tarafından verilecek, hangi birimler hangi sıra ile gezilecek, katılımcılara ne tür dokümanlar verilecek, hangi araçlardan faydalanılacak gibi hususların ayrıntılı olarak belirlenmesidir. Bu tür gezilerin, kurum çevre ilişkisine olumlu katkıları olacağı hatırdan çıkarılmamalıdır.

Bunlardan başka üniversite kütüphaneleri çeşitli yarışmalar (bilgi, fotoğraf, vb.), sanat etkinlikleri, yemek, balo, çay, kermes, piknik gibi faaliyetler de düzenleyebilecektir. Mesela kütüphane yararına bir müzik konseri düzenlenmesi ve gelirinin kütüphaneye aktarılması düşünülebilir. Yine öğretim elemanları ve öğrencilerle işbirliğine gidilerek kermes düzenlenmesi, kütüphane personeli veya diğer üniversite mensuplarıyla birlikte pikniğe gidilmesi gibi pek çok alternatif üzerinde durulabilir.

Özetle denilebilir ki, üniversite kütüphanelerindeki halkla ilişkiler faaliyetlerinde bilgi ve becerinin yanı sıra yaratıcılık inkar edilemez bir rol oynamaktadır (Fındık 1988b: 73). Kurumun özelliği ve imkanlarına göre çok çeşitli faaliyetlerde bulunma imkanı vardır. Bir üniversite kütüphanesinde halkla ilişkilerin iyi bir şekilde uygulama alanı bulmasıyla, kütüphanenin gelişmesi hızlanacak, hizmet kalitesi ve çeşitliliği artacak, potansiyel kullanıcılar gerçek kullanıcı haline gelebilecek, kütüphane üniversite içinde hak ettiği yeri alabilecek, ilgili kitlelerin belleğinde saygın bir kurum olarak yer bulacaktır.

Böylece çalışmanın teorik düzeydeki tartışmaları tamamlanmış olmaktadır. Sonraki bölümde ülkemiz üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler çalışmalarının durumu, uygulanan anketin verileri ışığında ortaya konulmaya çalışılacaktır.



IV. BÖLÜM

ÜNİVERSİTE KÜTÜPHANELERİNDE HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNE İLİŞKİN ANKET UYGULAMASI

Ülkemiz üniversite kütüphanelerindeki halkla ilişkiler faaliyetlerine ilişkin verileri elde etmek amacıyla toplam kırk sorudan oluşan bir anket formu hazırlanmıştır. Anketin oluşturulma aşamasında, çeşitli araştırma yöntemleriyle ilgili kaynaklar ve uygulamalardan faydalanılmıştır.

Anket uygulaması ile üniversite kütüphanelerinde, kurum-çevre ilişkisini halkla ilişkiler bakımından irdelemek suretiyle mevcut durumu ortaya koymak, elde edilecek veriler ışığında tesbitlerde bulunmak, ve sonuçlara varmak amaçlanmıştır.

Çalışmanın evrenini, Türkiye'deki bütün üniversitelerin merkez kütüphaneleri oluşturmaktadır. Anket, genel amacı ve açıklamaları içeren bir mektupla birlikte söz konusu kütüphanelerin yöneticilerine gönderilmiş ve onbeş gün içinde doldurularak iadesi istenmiştir. Halen faaliyet göstermekte olan 55 Üniversite ve 2 Yüksek Teknoloji Enstitüsü'nün merkez kütüphane yöneticilerine gönderilen 57 anket formundan 49 (% 86)'sı ilgililerce doldurularak iade edilmiş ve değerlendirmeye tabi olmuştur. Geriye kalan 9 anket (% 16) formundan 6'sı (% 11) iade edilmemiş, 1'i (% 2) "kütüphanenin henüz teşekkül etmediği" gerekçesiyle gönderilmemiş, 1 anket (% 2) formu ise fakülte kütüphanelerine ilişkin verileri içerdiğinden değerlendirme dışında tutulmuştur.

A. BULGULAR ve YORUM

A.1. Anket Uygulanan Üniversite Kütüphaneleri

Ülkemizde halen faaliyet gösteren 57 Üniversite ve Yüksek Teknoloji Enstitüsünün Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlarına anket

uygulanmıştır. Anket uygulanan kütüphane adları, kuruluş yılları ve anketi cevaplayan ve cevaplamayanlar toplu olarak tablolaştırılarak altta verilmiştir. (1. Tablo).

1. TABLO: Üniversite Kütüphaneleri ve Kuruluş Yılları

Üniversite Kütüphaneleri	Kuruluş Yılı	Cevaplayan	Cevaplamayan
Abant İzzet Baysal Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1993	X	-
Adnan Menderes Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1993	X	-
Afyon Kocatepe Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1993	X	-
Akdeniz Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1985	X	-
Anadolu Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1958	X	-
Ankara Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1946	X	-
Atatürk Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1957	X	-
Balıkesir Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1992	X	-
Başkent Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1993	X	-
Bilkent Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1986	X	-
Boğaziçi Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1863	X	-
Celal Bayar Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1992	X	-
Cumhuriyet Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1981	X	-
Çanakkale Onsekiz Mart Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1993	X	-
Çukurova Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1979	X	-
Dicle Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1985	X	-
Dokuz Eylül Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1983	X	-
Dumlupınar Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1994	-	X
Ege Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	-	-	X
Erciyes Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1978	X	-
Fırat Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1983	X	-
Galatasaray Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1995	X	-
Gazi Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1982	X	-
Gaziantep Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1973	X	-
Gazi Osmanpaşa Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1995	X	-
Gebze Yüksek Tekn. Enstitüsü Kütüphane Müd.	1994	X	-
Hacettepe Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1958	X	-

Üniversite Kütüphaneleri	Kuruluş Yılı	Cevaplayan	Cevaplamayan
Harran Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1995	X	-
İnönü Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1985	X	-
İstanbul Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1924	X	-
İstanbul Teknik Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	-	-	X
İzmir Yüksek Tekn. Enst. Küt. ve Dok. D. Bşk.	-	-	X
Kadir Has Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	-	-	Kütüp. kurulmamış
Kafkas Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1992	X	-
K. Maraş Sütçü İmam Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1995	X	-
Karadeniz Teknik Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1986	X	-
Kırıkkale Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1992	X	-
Kocaeli Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1992	X	-
Koç Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	-	-	X
Marmara Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1984	X	-
Mersin Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1993	X	-
Mimar Sinan Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1993	X	-
Muğlu Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1993	X	-
Mustafa Kemal Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	-	-	X
Niğde Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1995	X	-
Ondokuz Mayıs Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1985	X	-
Ortadoğu Teknik Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1956	X	-
Osmangazi Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	-	Değerlendirme dışı	-
Pamukkale Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1992	X	-
Sakarya Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1993	X	-
Selçuk Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1978	X	-
Süleyman Demirel Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1993	X	-
Trakya Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1987	X	-
Uludağ Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1985	X	-
Yıldız Teknik Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1982	X	-
Yüzüncü Yıl Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1982	X	-
Zonguldak Karaelmas Ün. Küt. ve Dok. D. Bşk.	1992	X	-

A.2. Üniversite Kütüphanelerinin Kuruluş Yılları

Yukarıdaki verilere göre en eski üniversite kütüphanesi 1863 yılında kurulmuştur. En yenilerin kuruluşu ise 1995 yılındadır. (5 üniversite kütüphanesi). Üniversite kütüphanelerine kronolojik olarak baktığımızda; 1863-1900 yılları arasında 3, 1901-1925 arasında 1, 1926-1950 arasında 2, 1951-1975 arasında 5, 1976-1985 arasında 14, 1986'dan günümüze ise 24 üniversite kütüphanesinin kurulduğunu görüyoruz. Üniversite kütüphanelerinin yaklaşık yarısı, yeni üniversitelerin açılışına bağlı olarak son on yıl içinde kurulmuştur. Ankete katılan 49 üniversite kütüphanesinden % 77.5'inin kuruluşu 1976 yılından sonraya rastlamaktadır. Bu sonuçlara göre ülkemizdeki üniversite kütüphanelerinin büyük çoğunluğu, pek de köklü olmayan genç kütüphanelerdir.

A.3. Kütüphane Yöneticilerinin Cinsiyeti

Anketi cevaplayan 49 yöneticinin % 40.8'i (20 kişi) kadın, % 59.1'i (29 kişi) erkektir. Görüldüğü gibi üniversite kütüphane yöneticilerinin çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Kadınlar ise yöneticilerin % 40.8'ini oluşturmaktadır. Bu sonuçlara göre kütüphaneciliği, kadınların oldukça etkin olduğu bir meslek dalı olarak algılamak doğru olacaktır.

A.4. Kütüphane Yöneticilerinin Yaş Durumu

Kütüphane yöneticilerinin % 28.5'i (14 kişi) 46-50, % 22.4'ü (11 kişi) 41-45, % 20.4'ü (10 kişi) 51-55, % 10.2'si (5 kişi) 31-35, % 8.1'i (4 kişi) 36-40, % 8.1'i (4 kişi) 55 ve üstü, % 2'si ise 22-30 yaş grupları arasında yer almaktadır. Buna göre üniversite kütüphanelerinin yaklaşık yarısı (% 51) 41-50 yaşlarındaki insanlardan oluşmaktadır.

A.5.Eğitim Durumu

Anketi cevaplayan üniversite kütüphane yöneticilerinin % 100'ü (49 kişi) yükseköğretim kurumlarından mezundur.

A.6. Mezun Olunan Bölümler

Kütüphane yöneticilerinin % 48.9'u Kütüphanecilik bölümlerinden, % 51'i ise diğer alanlardan mezun olmuşlardır. (2. Tablo)

2. TABLO: Yöneticilerin Mezun Oldukları Bölümler

Mezun Olunan Bölüm	Mezun Sayısı	%
Kütüphanecilik	24	48.9
İlahiyat (Bölüm yok)	4	8.1
İktisat	3 (1'i AÖF)	6.1
Tarih	2	4
Türk Dili ve Edebiyatı	2	4
İşletme	2 (1'i AÖF)	4
Fen Fak. (Bölüm yok)	2	4
Sağlık İdaresi	2	4
Biyoloji	1	2
İngiliz Dili ve Ede.	1	2
Fransız Dili ve Ede.	1	2
Alman Dili ve Ede.	1	2
Makina	1	2
İş İdaresi	1 (AÖF)	2
Felsefe-Biyoloji	1	2
Cevap vermeyen	1	2
Toplam	49	% 100

Tabloda da görüldüğü üzere üniversitelerdeki kütüphane yöneticilerinin yarıdan fazlası (% 51) kütüphanecilik dışı alanlarda eğitim görmüştür. Bu durum üniversite kütüphaneleri açısından oldukça düşündürücüdür. Her ne

kadar kütüphanecilik dışındaki bölümlerden mezun olanların bir kısmı (bkz. A.8.) "Kütüphanecilik kursu" gördüklerini belirtmişlerse de bize göre bunların bile sadece kurs düzeyinde eğitimle kütüphaneciliğin tüm konularına nüfuz etmesi zordur. Dolayısıyla kütüphaneciliğe tam nüfuz edememiş yöneticilerin hem kütüphane hem de halkla ilişkiler çalışmalarına katkısı son derece sınırlı olacaktır.

A.7. Kütüphanecilik Eğitimi Alınıp Alınmadığı

Ankete cevap veren yöneticilerin % 63.2'si (31 kişi) kütüphanecilik eğitimi aldığını, % 36.7'si (18 kişi) almadığını belirtmiştir.

A.8. Kütüphanecilik Eğitimi Alanların Bu Eğitimi Hangi Düzeyde Aldıkları

3. TABLO: Kütüphanecilik Eğitiminin Düzeyi

Kütüphanecilik Eğitiminin Düzeyi	Kişi Sayısı	%
Dört Yıllık Lisans Eğitimi	16	51.6
Kütüphanecilikte Lisans ve Y. Lisans	5	16.1
Kütüphanecilikte Lisans, Y. Lisans ve Doktora	4	12.9
Kütüphanecilik Kursu	5	16.1
Kütüphanecilik Önlisans	-	-
Diğer (Açıklama yok)	1	3.2
Toplam	31	% 100

Tabloda görüldüğü üzere, yöneticilerin çoğunluğu (% 51.6) lisans düzeyinde kütüphanecilik eğitimi görmüştür. Bunu "Kütüphanecilikte Lisans-Yüksek Lisans" ve "Kütüphanecilik Kursu" düzeyinde eğitim görenler (% 16.1) takip etmekte, "Kütüphanecilikte Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora" düzeyinde eğitim görenler ise üçüncü (% 12.9) sırayı almaktadırlar.

A.9. Yöneticilerin Kütüphanede Çalıştıkları Süreler

4. TABLO: Yöneticilerin Kütüphanede Çalıştıkları Süreler

Kütüphanedeki Hizmet Süreleri	Kişi	%
1 -5	17	34.6
5 - 10	3	6.1
11 -15	10	20.4
16 - 20	4	8.6
21 ve üstü	15	30.6
Toplam	49	% 100

Ankete cevap veren yöneticilerden yaklaşık üçte biri (% 34.6) 1-5 yıl-yine üçte birine yakını (% 30.6) 16-20 yıldır kütüphanede çalışmaktadır 11-15 yıl arası çalışanların oranı % 20.4, 16-20 yıl arası çalışanları % 8.6, 6-10 yıl arası olanları ise % 6.1'dir.

Sonuçlara göre yöneticilerin yaklaşık üçte birinin (% 34.6) "Kütüphanede çalıştıkları süre" 1-5 yıl arasıdır. Bize göre 1-5 yıl arası meslek tecrübesi, yöneticilik için son derece kısa ve yetersiz bir süredir.

A.10. Kütüphanede Geçen Yöneticilik Süreleri

5. TABLO: Kütüphanede Geçen Yöneticilik Süreleri

Kütüphanedeki Yöneticilik Süreleri	Kişi	%
1 - 5	28	57.1
6 - 10	3	6.1
11 - 15	4	8.1
16 - 20	6	12.2
21 ve üstü	8	16.3
Toplam	49	% 100

Ankete katılanların yarıdan fazlası 1-5 yıl arası (% 57.1) yöneticilik yaptığını belirtmiştir. Bunu sırasıyla, 21 yıl ve üstü (% 16.3), 16-20 yıl arası

(% 12.2), 11-15 yıl arası (% 8.1) ve 6-10 yıl arası (% 6.1) bu görevi yürütenler takip etmektedir.

Anketi cevaplayanların % 57.1'i 1-5 yıldır yöneticilik yapmaktadır. 9'cu soruya ait sonuçlarla birlikte değerlendirildiğinde, % 34.6'sının hem mesleki, hem de yöneticilik tecrübesinin kısalığı dikkat çekmektedir.

A.11. Görevlerini Asaleten ya da Vekaleten Yürütenler

Ankete katılanların % 75.5'i (37 kişi) görevlerini asaleten, % 24.4'ü ise (12 kişi) vekaleten yürütmektedir.

A.12. Personelin Eğitim Durumu ve Sayıları

6. TABLO: Personelin Eğitim Durumu ve Sayıları

Eğitim Düzeyi	Kişi Sayısı	%
İlkokul Mezunu	63	7.2
Ortaokul Mezunu	90	10.3
Lise Mezunu	330	37.8
Meslek Lisesi Kütüphanecilik Bölümü	23	2.6
Üniversitelerin Kütüphanecilik Bölümü	201	23.0
Üniversitelerin Diğer Bölüm Mezunları	141	16.1
Diğer	25	2.8
Toplam	873	% 100

Ankete katılan 49 üniversite kütüphanesinde toplam 873 personel çalışmaktadır. Her kütüphaneye ortalama 17.8 personel düşmektedir. Toplam personelin % 37.8'ini lise mezunları, % 23'ünü lisans düzeyinde kütüphanecilik eğitili alanlar, % 16.1'ini üniversitelerin diğer bölümlerinden mezun olanlar, % 10.3'ünü ortaokul mezunları, % 7.2'sini ilkokul mezunları, %

2.6'sını meslek lisesi kütüphanecilik bölümü mezunları, % 2.8'ini ise diğerleri (2 yıllık yükse okul, ön lisans vb.) oluşturmaktadır.

Toplam personel sayısının yeterli olması yanında profesyonel kütüphanecilerin diğer personele oranı da kütüphane hizmetlerinin istenilen düzeye çıkarılmasında büyük önem taşır. Kanada'da belirlenen standartlara göre kütüphanede çalışan personelin en az % 31'inin profesyonel kütüphaneci olması gerekmektedir. (Withers 1988: 34). Anket sonuçlarına göre ülkemizdeki üniversite kütüphanelerindeki kütüphanecilik bölümü mezunlarının toplam personele oranı % 23'tür. Bu oran standartların oldukça altındadır. Bu durumun kütüphane hizmetlerine yansması kaçınılmaz olacaktır. Kaldı ki bu oran bazı üniversitelerde, genel oranın da çok altındadır. İyi hizmet veremeyen bir üniversite kütüphanesinin de başarılı halkla ilişkiler çalışması yapması beklenemez. Çünkü halkla ilişkilerde başarının ilk koşulu iyi ürün veya hizmettir. Bu nedenle meslekten personel sayısının daha yukarılara çekilmesi gerekmektedir.

A.13. Kütüphane Yöneticilerinin Görevleri

Anketi cevaplayan üniversite kütüphane yöneticilerinin % 73.4'ü (36 kişi) 1. öncelikteki görevleri olarak "Temel politikaların tesbiti ve planlama yapılması"nı işaretlemiştir. 2. öncelikte görev olarak % 32.6'sı (16 kişi). "Dermenin ihtiyacı karşılar düzeye getirilmesi", 3. öncelikte görev olarak % 40.8'i (20 kişi) "Fiziki ihtiyaç ve sorunların giderilmesi", 4. öncelikte görev olarak % 34.6'sı (17 kişi) "Personele ilişkin sorunların çözümülenmesi", 5. öncelikte görev olarak % 26.5'i (13 kişi) "Bölümler arasındaki koordinasyonun sağlanması"nı göstermiştir. Diğer seçeneğini ise sadece % 6.1'i (3 kişi) işaretlemiştir. Bunlar; "Hizmet içi eğitim verilmesi", "Okuyucu hizmeti ve tanıtımın iyi yapılması" ve "Daire başkanlığına akademik statü verilmesi" ni 6. öncelikte görev olarak belirtmişlerdir.

(13. soru değerlendirilerken seçenek ve öncelik sırasından en fazla işaretlenenler dikkate alınmıştır).

Onüçüncü sorunun seçeneklerinin tümü üniversite kütüphanesi yöneticilerinin görevleri arasında yer almaktadır. Ancak üniversite kütüphaneleri yöneticilerinin % 73.4'ünün görevleri arasında 1. önceliği "Temel politikaların tesbiti ve planlama yapılması"na vermeleri, yöneticilerin temel görevleriyle uygunluk göstermektedir. Bununla birlikte bu sorunun asıl amacını, yöneticilerin görevleri sırasında halkla ilişkilere yer verip veremeyeceklerinin tesbiti oluşturmaktaydı. Onüçüncü soruya ait 6. "Diğer" seçeneği söz konusu amaca yönelik olarak konulmuştu. Diğer seçeneğini 3 kişi işaretlemiş, bunlardan sadece 1'i (% 2) kısmen halkla ilişkilerle ilgili bir açıklama yapılmıştır. Başka ifadeyle yöneticilerin % 98'i görevleri arasında halkla ilişkilerle doğrudan veya dolaylı ilgisi bulunan bir ifadeye yer vermemiş, görevleri arasında saymamışlardır.

A.14. Yöneticilerin Kütüphanecilikte Halkla İlişkiler Kavramıyla İlgili Tanımları

Ankete katılan yöneticilerin % 91.8'i (45 kişi) bu soruya cevap verirken % 8.1'i (4 kişi) cevap vermiştir. Açık uçlu olarak yöneltilen bu soruya farklı tanımlar gelmiş ve bunlar dört grupta toplanmıştır.

Birinci gruba dahil edilenler içeriği itibariyle "iyi hizmet ve iyi ilişkiler"i temel alan tanımlardır. Bu grup, ankete cevap verenlerin % 62.2'sini (28 kişi) oluşturmaktadır. Bu grubun halkla ilişkiler tanımlarında ortaya çıkan ortak özellik, "Üniversite kütüphanelerinde iyi hizmet verilmesi, kullanıcılarla iyi iletişim ve ilişkilere özen gösterilmesi"dir.

İkinci gruptakiler "tanıtma"yı temel alan tanımlardır. Bunlar ankete cevap verenlerin % 17.7'sini (8 kişi) oluşturmaktadır. Bu gruptaki tanımlarda, halkla ilişkilerin "kütüphane ve hizmetlerinin tanıtılması, bu yolla kütüphaneye karşı ilgi ve sevgi kazandırılması" olarak ifadelendirildiği görülmektedir.

Üçüncü gruptaki tanımlar "karşılıklı etkileşimi ve yararı" temel almaktadır. Bunlar ankete cevap verenlerin % 13.3'ünü (6 kişi) oluşturmaktadır. Bu gruptaki tanımları, halkla ilişkileri en iyi ifadelendiren ya

da halkla ilişkiler tanımlarına en yakın olanlar olarak değerlendirmek mümkündür.

Dördüncü gruptaki tanımlar ise "okuma alışkanlığı kazandırılması"nı temel almaktadır. Bunlar ise ankete katılanların % 6.6'sını (3 kişi) oluşturmaktadır.

Kütüphanecilikte halkla ilişkilerle ilgili olarak yapılan tanımları; ilgili, tanımlar, doğru tanımlar ve yanlış tanımlar olarak da gruplandırabiliriz.

Buna göre birinci ve ikinci gruptaki tanımları "ilgili tanımlar" olarak almak yerinde olacaktır. Çünkü bu tanımlarda halkla ilişkilerin bir boyutuna az veya çok yer verilmiştir. Mesela "iyi hizmet", "iyi iletişim kurma", "iyi ilişkiler" ve "tanıtma" halkla ilişkilerin bir kısmını ya da bir boyutunu içerir. Böyle bir ayırmada, ilgili tanımlar toplamın % 80'inini oluşturmaktadır.

Doğru kabul edebileceğimiz tanımlar ise halkla ilişkilerin temel yaklaşımlarına uygun düşen tanımlardır. Bu tanımlarda, "karşılıklı etkileşim", "karşılıklı yarara dayalı iyi ve sağlıklı ilişkiler", "kullanıcılarla iletişimi, anlayışı, kabulü ve işbirliğini geliştirme" gibi halkla ilişkilerin temel hususları yer almaktadır. Doğru tanımlar ankete katılanların % 13.3'ünce yapılmıştır.

Yanlış tanımlar ise halkla ilişkiler kavramıyla tamamen ilgisiz olan tanımlardır. Dördüncü gruptaki "okuma alışkanlığı kazandırılması" ile ilgili tanımlar bu türdendir. Bunlar ise toplam tanımların % 6.6'sını oluşturmaktadır.

Bu bulgulara göre üniversite kütüphanesi yöneticilerinin ancak % 13.3'ünün halkla ilişkiler kavramını tanımlayabildiği anlaşılmaktadır. % 80'ninin halkla ilişkiler kavramını, halkla ilişkilerle ilgili bazı kavramlarla karıştırdıkları veya eşdeğer gördükleri, % 6.6'sının ise halkla ilişkilerle tamamen ilgisiz tanımlar yaptıkları, başka ifadeyle halkla ilişkiler kavramına tamamen yabancı oldukları görülmektedir.

A.15. Yöneticilerin Kütüphaneye İlgili Olarak Önemli Buldukları Hususlar

Onbeşinci soruda kütüphane ile ilgili 7 seçenek verilmiş ve öncelik sırasına göre hangilerinin daha önemli olduğu sorulmuştur.

Anket sonuçlarına göre yöneticilerin % 59.1'i (29 kişi) 1. öncelikte "kullanıcılarla iyi ve sağlıklı ilişkiler kurulması için planlı ve sürekli çaba gösterilmesi"ni önemli bulduklarını belirtmişlerdir. % 18.3'ü (9 kişi) 2. öncelikte "katologların iyi düzenlenmiş olması"nı önemli görmekte, yine % 18.3'ü (9 kişi) 3. öncelikte "Okuyucuya iyi davranılması"nı önemli saymakta, % 30.6'sı (15 kişi) 4. öncelikte "kütüphaneye ilişkin taleplerin dikkate alınması"nı önemli bulmakta, % 24.4'ü (12 kişi) 5. öncelikte "sınıflama numaralarının doğru verilmesini"ne önem vermekte, % 20.4'ü (10 kişi) 6. öncelikte "Okuyucuyu ilgilendiren her tür bilginin duyurulması"nı önemli görmekte ve % 18.3'ü (9 kişi) 7. öncelikte "Kütüphanenin temiz ve bakımlı olması"na önem atfetmektedir.

Burada üniversite kütüphaneleri yöneticilerinin çokluğunun % 59.1 "okuyucularla iyi ve sağlıklı ilişkiler kurulması için planlı ve sürekli çaba gösterilmesi"ni 1. öncelikte önemli görmeleri dikkat çekicidir. Çünkü 13. soruya verilen cevaplara göre % 98'i halkla ilişkiler çalışmalarını bir görev olarak algılamamakta, 14. soruya ilişkin sonuçlara göre ise çok azı (% 13.3) halkla ilişkiler kavramını doğru kabul edilebilecek şekilde tanımlayabilmektedir. Çelişki olarak görünen bu durumu; "yöneticilerin önüne halkla ilişkilerle ilgili bir ifade veya tanımlamayı somut olarak koyduğumuzda önemini teslim etmeleri, buna karşılık halkla ilişkiler konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları" şeklinde yorumlamak mümkündür. Kaldı ki 16. soru sonuçlarına göre yöneticilerin % 71.4'ünün halkla ilişkiler eğitimi görmediklerini belirtmeleri ve 17. soruda da % 63.2'sinin söz konusu eğitimi almak istemeleri üstteki yargımızı desteklemektedir.

(15. sorudaki her seçenek ve öncelik sıralamasından en fazla işaretlenenler dikkate alınmıştır.)

A.16. Halkla İlişkiler Eğitimi Alınıp Alınmadığı

Yöneticilere eğitimlerinin herhangi bir döneminde halkla ilişkiler eğitimi alıp almadıkları sorulmuş, ankete cevap verenlerin % 28.5'i (14 kişi) "evet" % 71.4'ü (35 kişi) "hayır" cevabını vermiştir. Ancak bu sonuç 14. soruya verilen cevaplarla çelişmektedir. Çünkü söz konusu soru ile ilgili olarak halkla ilişkileri doğru tanımlayanların oranı % 13.3'tür. Halkla ilişkiler eğitimi alan bir kişinin doğru bir tanımlama yapması gerektiği düşünülmektedir.

A.17. Halkla İlişkiler Eğitimi Almak İstenip İstenmediği

Onaltıncı soruda halkla ilişkiler eğitimi almadığını belirtenlere söz konusu eğitimi almak isteyip istemedikleri sorulmuş, % 63.2'si (31 kişi) istediğini, % 30.6'sı istemediğini belirtmiş, % 6.1'i de herhangi bir cevap vermemiştir. Bu sonuçlara göre çoğunluk söz konusu alanda eğitim almak istemektedir.

A.18. Personelin Halkla İlişkiler Eğitimi Alıp Almadığı

Anketi cevaplayan üniversite kütüphanelerinin % 32.6'sında (16 kütüphane) en az bir, halkla ilişkiler konusunda ders ya da eğitim alan personel vardır. % 67.3'ünde (33 kütüphane) ise yoktur.

A.19. Yöneticilerin Personelin Halkla İlişkiler Eğitimi Görmeleri Konusundaki Düşünceleri

Yöneticilerin % 97.9'u (48 kişi) personelin halkla ilişkiler eğitimi almasını gerekli görürken, % 2.1'i (1 kişi) gerekli olmadığını belirtmiştir.

A.20. Üniversite Kütüphanelerinin İmajı

Ankete cevap veren yöneticilerin % 22.4'ü (11 kişi) yönettikleri kütüphanenin imajını "çok olumlu", % 67.3'ü (33 kişi) "olumlu", % 2'si (1 kişi) "çok olumsuz", % 8.1'i (4 kişi) "orta düzey" olarak belirtmiştir. Kütüphane imajının "çok olumlu" ve "olumlu" görenlerin toplamı % 89.7'yi bulmaktadır. Buna göre ankete katılanların büyük çoğunluğu kütüphanelerinin imajından memnun görünmektedir.

A.21. Personel - Kullanıcı İlişkileri

Kütüphane yöneticilerinin % 34.6'sı kütüphane personeli ile kullanıcı ilişkilerinin "sorunsuz" olduğunu belirtmiştir. % 65.3'ü (32 kişi) ise söz konusu ilişkilerin "bazen sorunlu" olduğunu belirtmiştir. "Sorunlu" seçeneği ise hiç işaretlenmemiştir. Bir önceki soruda neredeyse yüzde 90'ı kütüphanelerinin imajını olumlu bulurken bu soru sonuçlarına göre % 65.3'ü bir takım sorunların yaşandığını kabul etmektedir. Bunun da bir tür çelişki olarak değerlendirilebilir.

A.22. Personel - Kullanıcı İlişkilerindeki Sorunların Nedenleri

Ankete cevap verenlerin % 31.2'si (10 kişi) 1. öncelikte % 28.1'i (9 kişi) 2. öncelikte olmak üzere, kullanıcı ile ilişkilerde sorunların kaynağı olarak "okuyucunun kütüphane hakkındaki bilgisizliği"ni göstermektedir. 3. öncelikte % 25'i (8 kişi), 5. öncelikte % 25'i (8 kişi) olmak üzere, kullanıcı-personel ilişkisinde sorunların kaynağı olarak "Personelin tutumu"nu belirtmektedir. 4. öncelikte ise ankete katılanların % 15.6'sınca (5 kişi) sorunların kaynağı olarak, "okuyucunun tutumu" gösterilmektedir.

(Değerlendirmede her seçenek ve öncelik sıralamasında en fazla işaretlenenler dikkate alınmıştır).

Bu soruya (22. soru) ait seçeneklerin hemen hepsi kütüphane yöneticisinin sorumluluğunda olan ve halkla ilişkilerle doğrudan ilgili hususlardır. Hangi seçenek, hangi öncelikte işaretlenmiş olursa olsun, bu problemlerin kütüphane yönetimi tarafından ortadan kaldırılması yahut asgariye indirilmesi gerekmektedir. Bunun yolu ise bize göre alt yapısı iyi oluşturulmuş, iyi planlanmış ve uygulamaya konulmuş halkla ilişkiler faaliyetleridir. Sonuçta kullanıcılarla ilişkilerde problemin kaynağının bilinmesi problemin ortadan kaldırılması bakımından, problemlerin varlığı ise halkla ilişkiler çalışmalarının yokluğu veya yetersizliğine işaret etmesi bakımından önem taşımaktadır.

A.23. Yöneticinin Girişimiyle Basın Yayın Organlarından Yararlanma

Ankete katılanların % 48.9'u (24 kişi) kendi girişimleriyle basın yayın organlarında röportaj, haber, vb. yayımlandığını, % 51.1'i ise böyle bir şeyin söz konusu olmadığını belirtmişlerdir.

A.24. Kütüphanede "Dilek ve Şikayet Kutusu" veya "İlan Panosu"

Yöneticilerden % 65.3'ü (32 kişi) "Dilek ve şikayet kutusu" veya "İlan panosu" bulunduğunu, % 34.6'sı (17 kişi) ise bulunmadığını belirtmiştir. Kullanıcıların isteklerini öğrenme ve onları bilgilendirmede halka ilişkiler bakımından büyük önem taşıyan bu iki araç üniversite kütüphanelerinin çoğunda bulunmaktadır. Yaklaşık 1/3'ünde ise bulunmamaktadır. Kullanım son derece kolay ve masrafsız olan bu araçların her kütüphanede bulunmasında büyük yarar olduğu şüphesizdir.

A.25. Kullanıcıların Kütüphaneye İlişkin Düşünce, İstek ve Şikayetlerinin Tesbiti

Ankete cevap verenlerin % 36.7'si (18 kişi) kullanıcıların düşüncelerini tesbite yönelik ve süreklilik arzeden çalışma yaptıklarını, % 63.2'si (31 kişi) ise böyle bir çalışma yapmadıklarını belirtmişlerdir.

A.26. Kütüphanenin Tanıtılması ve Hizmetler Hakkında Bilgi Verme

Yöneticilerden % 59.1'i (29 kişi) kullanıcılara kütüphaneyi tanıttıklarını ve hizmetler hakkında bilgilendirdiklerini, % 40.8'i (20 kişi) ise bu tür faaliyetlerinin olmadığını belirtmişlerdir.

4.27. Basılı Halkla İlişkiler Araçlarından Yararlanma

Anketi cevaplayanların % 85.7'si (42 kişi) bütün araçlardan yararlandığını, % 14.2'si (7 kişi) yararlanmadığını belirtmiştir.

7. TABLO: Basılı Halkla İlişkiler Araçlarından Yararlanma

Basılı araç	Yararlanma Adedi	%	Basılı Araç	Yararlanma Adedi	%
Gazete	12	28.5	Mektup	4	9.5
Dergi	7	16.6	Küt. planı	11	26.1
Broşür	17	40.4	Afiş vb.	6	14.2
El kitabı	4	9.5	Pankart	2	4.7
Bülten	22	52.3	El ilanı	4	9.5
Küt. kılavuzu	16	38.1	Diğer	4	9.5
Yıllık	8	19.0			

* Yüzdelere basılı araçlardan yararlandığını belirten 42 kütüphaneye göre alınmıştır.

Tablodan da anlaşılacağı üzere basılı araçlardan yararlananların % 52.3'ü bültenden, % 49.4'ü broşürden, % 38.1'i kütüphane kılavuzundan, %

28.5'i gazeteden, % 26.1'i de kütüphane planından yararlanmakta, diğer basılı araçlar nispeten daha az kullanılmaktadır.

A.28. Görsel-İşitsel Araçlardan Yararlanma

Ankete katılanlardan % 55'i (27 kişi) görsel-işitsel araçlardan yararlandığını, % 44.8'i yararlanmadığını belirtmiştir.

8. TABLO: Görsel-İşitsel Araçlardan Yararlanma

Görsel-İşitsel Araç	Yararlanma adedi	%
Radyo	9	33.3
Televizyon	18	66.6
Film	1	3.7
Slayt	5	18.5
Video	4	14.8
Fotoğraf	13	48.1
Diğer (Bilgisayar, multivizyon)	2	7.4

* Yüzdelere söz konusu araçlardan yararlandığını belirten kütüphane sayısına (27) göre alınmıştır.

Görüldüğü üzere % 66.6 ile en fazla televizyondan yararlanılmakta fotoğraf % 48.1 ile ikinci sırayı, radyo % 33.3 ile üçüncü sırayı almaktadır. Diğerlerinden nispeten daha az yararlanılmıştır.

A.29. Sosyal ve Kültürel Faaliyetlerden Yararlanma

Ankete cevap verenlerin % 61.2'si (30 kişi) sosyal ve kültürel faaliyetlerde bulunduklarını % 38.7'si (19 kişi) söz konusu faaliyetlerde bulunmadıklarını belirtmişlerdir.

9. TABLO: Sosyal ve Kültürel Faaliyetlerden Yararlanma

Faaliyet Türü	Faaliyet Adedi	%
Kütüphane tanıtım günü ve gezileri	20	54.0
Yemek, çay, balo vb.	5	13.5
Çeşitli yarışmalar	-	-
Konser, tiyatro, film vb.	2	5.4
Seminer, konferans, açıkoturum vb.	18	48.6
Kütüphanecilik kursları	6	16.2
Diğer: (Gönüllü öğrenci çalıştırma, imza günü)	3	8.1

Görüldüğü gibi söz konusu faaliyetlerden yararlanma konusunda ilk üç sırayı: "kütüphane tanıtım günü ve gezileri" (% 54), "seminer, konferans, açık oturum vb." (% 48.6) ve "kütüphanecilik kursları" (% 16.2) almaktadır.

4.30. Sergilerden Yararlanma

Ankete cevap verenlerin % 57.1'i (28 kişi) sergilerden yararlanmış, % 40.8'i (20 kişi) yararlanmamıştır.

Sergilerden yararlananların % 71.4'ü (20 kişi) "Gezici sergiler", % 50'si (14 kişi) "pano ve vitrinler", % 14.2'si (4 kişi) "sürekli sergiler, % 7.1'i "fuarlar ve özel pavyonlar" düzenlemiş ya da yararlanmıştır.

A.31. Halkla İlişkiler Birimi ya da Görevlisi

Ankete katılan yöneticilerden 5'i kütüphanelerinde (% 10.2) halkla ilişkiler birimi ya da görevlisi bulunduğunu, 44'ü ise (% 89.7) söz konusu bir birim ya da görevlinin bulunmadığını belirtmişlerdir.

A.32. Halkla İlişkiler Birimi veya Görevlisine Duyulan Gereksinim

Anketi cevaplandıran yöneticilerin % 83.6'sı (41 kişi) üniversite kütüphanelerinde bir halkla ilişkiler birimi veya görevlisinin bulunması gerektiğini, % 14.5'i (7 kişi) ise söz konusu birim veya görevliye gerek olmadığını belirtmiştir. 1 kişi ise (% 2) herhangi bir seçeneği işaretlememiştir.

A.33. Danışma Hizmeti Birimi veya Görevlisi

Ankete katılan kütüphanelerin % 91.8'inde (45 kütüphane) danışma hizmeti veren bir birim veya görevli mevcuttur, % 8.1'inde ise mevcut değildir.

A.34. Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kim ya da Kimler Tarafından Yürütülmesi Gerektiği

Bu soruya ankete katılanların hepsi cevap vermiş ancak bazı denekler (10 kişi) birden fazla tercihte bulunmuştur.

10. TABLO: Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin Kim ya da Kimler Tarafından Yürütülmesi Gerektiği

Sorumlu Kişi veya Kişiler	Tercih Sayısı	%
Kütüphane yöneticisi	3	6.1
Kütüphaneden bir kişi veya bir ekip	12	24.4
Yönetici ve bir kişi veya bir ekip	9	18.3
Üniversite rektörü	1	2.0
Üniversitelerin basın ve halkla ilişkiler daire başkanı	3	6.1
Kütüphane ve basın ve halkla ilişkiler daire başkanı	30	61.2
Yönetici yardımcısı ve bir birim sorumlusu	2	4.0
Diğer: (Danışma hizmeti veren birim)	1	2.0

* Yüzdelere değerlendirmeye tabi olan 49 üniversite kütüphanesine göre alınmıştır.

Tablolardan da görüldüğü gibi ankete cevap verenlerin % 61.2'si söz konusu faaliyetlerin "Kütüphane ve üniversitenin Basın ve Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı işbirliği ile" yürütülmesi gerektiği görüşünü taşımaktadırlar. İkinci sırayı % 24.4 ile "kütüphaneden bir kişi veya bir ekip" tarafından yürütülmesi, üçüncü sırayı ise % 18.3 ile "kütüphane yöneticisi ve personelden bir kişi veya bir ekip" tarafından bu faaliyetlerin yürütülmesi görüşü almaktadır.

A.35. Kullanıcılara Yardımcı Olmak ve Yol Göstermek Amacıyla Kullanılan Araçlar

Ankete cevap verenlerden % 91.8'i (45 kişi) söz konusu araçlardan en az birinin var olduğunu, % 8.1'i (4 kişi) ise hiç bir araç olmadığını belirtmişlerdir.

11. TABLO: Kullanıcılara Yardımcı Olmak ve Yol Göstermek Amacıyla Kullanılan Araçlar

Kullanılan Araç	Yararlanan Kütüphane Adedi	%
Kütüphane kullanım kılavuzu	25	55.5
Kütüphane yerleşim alanı	15	33.3
Açıklayıcı, yer gösterici levha ve oklar	36	80.0
Personeli tanıtıcı resimli pano	1	2.2
Resimli yaka kartı	6	13.3
Diğer: (Bilgisayar kullanımı (?))	1	2.2

* Yüzdelere söz konusu araçlardan yararlanıldığı belirtilen 45 üniversite kütüphanesine göre alınmıştır.

Yukarıdaki araçlardan en az birinin var olduğunu belirtenlerin % 80'inde "Açıklayıcı, yer gösterici levha ve oklar" bulunmaktadır. % 55.5'inde "kütüphane kullanım kılavuzu", % 33.3'ünde "kütüphane yerleşim alanı", % 13.3'ünde "Resimli yaka kartı", % 2.2'sinde "Personeli tanıtıcı resimli pano" bulunmaktadır. 1 kütüphanede ise bilgisayarın (?) söz konusu amaç için kullanıldığı belirtilmiştir.

A.36. Kütüphanenin Bulunduğu Yerin Şehir Planında veya Şehir İçinde İşaret ya da Levhalarla gösterilmesi

"Kütüphanenin bulunduğu yeri şehir planı üzerinde ya da şehir içinde gösteren işaret veya levha var mıdır?" şeklinde sorulan bu soruya ankete katılanların % 10.2'si (5 kişi) "Evet", % 89.7'si ise (44 kişi) "Hayır" cevabını vermiştir.

A.37. Kütüphane İle İlgili Bir Yenilik ya da Olayın Duyurulması

Ankete katılanların % 87.7'si kütüphanedeki herhangi bir yeniliği veya olayı kullanıcılara çeşitli şekillerde duyurduklarını, % 12.2'si ise duyurmadıklarını belirtmişlerdir.

A.38. Kullanıcıların İlgi Alanlarına Göre Yeni Gelen Yayınlar Listesi veya İçindekiler Sayfalarının Fotokopisinin İletilmesi

Anketi cevaplandıran yöneticilerin % 61.2'si (30 kişi) yeni gelen yayınlar listesi veya içindekiler sayfalarının fotokopisi gibi bilgileri kullanıcılara ilettiklerini, % 38.7'si ise (19 kişi) iletmediklerini belirtmişlerdir.

A.39. Kütüphaneyi Çeşitli Konularda Destekleyen Dernek veya Gruplar

"Kütüphaneyi işgücü, nakdi yardım, tanıtım vb. konularında destekleyen herhangi bir dernek veya grup var mıdır?" şeklindeki bu soruya ankete katılan yöneticilerin 12 tanesi (% 24.4) "Evet", 37 tanesi (% 75.5) ise "Hayır" cevabını vermiştir.

A.40. Kütüphaneyi Desteklemek Üzere Bir Dernek ya da Grup Oluşturma Konusunda Girişim

Otuzdokuzuncu soruya "Hayır" cevabı verenlere "Bu yönde bir girişimde bulunup bulunmadıkları" sorulmuş, bunlardan % 35.1'i (13 kişi) girişimleri olduğunu, % 64.8'i ise (24 kişi) olmadığını belirtmiştir.

Bu bölümle ilgili olarak özetle "üniversite kütüphanelerinde planlı olarak halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunulmadığını ve bu konuda gerekli anlayışın oluşmadığını" söyleyebiliriz. Sonuç bölümünde bu konuya ilişkin daha geniş açıklamalarda bulunulacak ve çeşitli öneriler getirilecektir.



SONUÇ ve ÖNERİLER

A. SONUÇ

Üniversite sisteminin bir alt sistemi olarak üniversite kütüphaneleri, çevrelerinden enerji ve hammadde olarak (bilgi kaynakları) bunu hizmete dönüştüren ve sunan kuruluşlardır. Temel uğraşları bilgi kaynakları ile kullanıcılarını buluşturmak olan üniversite kütüphaneleri, bunu yaparken kullanıcı ihtiyaçlarını bilmek ve tam olarak karşılamak zorundadırlar.

Çevreyle ilişki, üniversite kütüphanelerinin amaç ve görevlerinden kaynaklanan doğal bir sonuç olmakla beraber, bu ilişkinin biçimi, düzeyi, kapsam ve niteliğinin ne olacağı ya da nasıl olması gerektiği hususu büyük önem taşımaktadır.

İşte halkla ilişkiler, söz konusu ilişkilerin düzenlenmesi, çevrenin bilgi ihtiyacının öğrenilmesi, kütüphane ile çevresi arasındaki bilgi akışının sağlanması, yeni bir imaj yaratılması, ilgili kitlelerin yardım ve desteğinin kazanılması, çeşitli faaliyetlerin planlanması ve yürütülmesi vb. konularda, çağdaş bir yaklaşım ve bir çözüm şekli olarak üniversite kütüphanelerinin mutlaka dikkate alması ve yararlanması gereken bir alandır.

Halkla ilişkiler, kütüphanedeki çalışmaların doğrudan ya da dolaylı olarak tamamını kapsar ve kütüphanenin günlük faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçasıdır. Buradaki temel eksiklik, diğer kütüphanelerde olduğu gibi üniversite kütüphanelerinde de halkla ilişkilerin gerekliliği konusunda bir anlayış ve kavrayışın gelişmemiş olmasıdır. Halbuki üniversite kütüphanelerindeki çalışmaların her türünde ve aşamasında halkla ilişkiler teknik ve faaliyetlerinden yararlanmak mümkün ve aynı zamanda da gereklidir.

"Üniversite kütüphaneleri ve verdiği hizmetlerin kurum çevresi tarafından yeterince tanınmaması ve bunun sonucu olarak da istenilen seviyede bu kurumlardan yararlanılamamasının; ayrıca kütüphane-kullanıcı ilişkilerinde yaşanan problemlerin pek çoğunun en önemli nedenini, halkla ilişkilere

gereken önemin verilmeyişi ve kütüphane yöneticilerinin bu konudaki bilgi eksikliği oluşturmaktadır" şeklindeki varsayımımız araştırmanın aşağıdaki başlıklar altında toplanan sonuçlarıyla doğrulanmıştır. Ayrıca bu araştırma ile kütüphanelerde, özellikle de üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkilerin önemi ve gerekliliği, somut olarak ortaya çıkarılmıştır.

1. Çalışma kapsamındaki üniversite kütüphaneleri ve kuruluş yılları

Üniversite kütüphanelerindeki halkla ilişkiler faaliyetlerinin durumunu tespit amacıyla hazırlanan anket, ülkemizdeki ellibeş Üniversite ve iki Yüksek Teknoloji Enstitüsü'nün merkez kütüphanelerine uygulanmıştır. (1. Tablo) Bunlardan kırkdokuz tanesi değerlendirmeye tabi olmuştur. Söz konusu kütüphanelerin ekseriyetinin son yirmi yıl içinde kurulduğu, dolayısıyla da oldukça genç kuruluşlar olduğu görülmektedir.

2. Yöneticilerin Özellikleri

Üniversite kütüphane yöneticilerinin erkek ağırlıklı (% 59.1) olduğu, ancak diğer mesleklere göre kadın yönetici sayısının da (% 40.8) azımsanmayacak bir düzeyde bulunduğu tespit edilmiştir.

Yöneticilerin yaklaşık yarısı (% 51) 41-50 yaşları arasındadır. Büyük bir çoğunluk ise (% 75.5) görevini asaleten yürütmektedir. Yöneticilerin ancak yarısından azı (% 49) kütüphanecilik bölümü mezunudur. % 51'i ise kütüphanecilik dışındaki öğretim birimlerinden mezun olmuşlardır. Her ne kadar % 63'ü kütüphanecilik eğitimi aldıklarını belirtmişlerse de bunların % 12'sini kütüphanecilik kursu oluşturmaktadır. Kütüphanecilik kursunun ise gerçek anlamda kütüphanecilik eğitimi sayılamıyacağı açıktır. Buradan hareketle ilk elde beliren sorun; "Üniversite kütüphane yöneticilerinin yarısından fazlasının temel kütüphanecilik bilgilerine sahip olmamaları" dır. Bir üniversite kütüphanesi bütün unsurlarıyla eksiksiz olsa bile, sınırlı bir kütüphanecilik bilgisi ile yönetildiğinde iyi hizmet veremeyeceğini sanıyoruz tartışmaya gerek yoktur. Öte yandan yöneticilerin % 34'ünün kütüphanecilik

tecrübesinin 1-5 yıl arası, % 57'sinin yöneticilik tecrübesinin yine 1-5 yıl arası olması diğer bir olumsuzluğu vurgulamaktadır. Başka ifadeyle yöneticilerin önemli bir bölümünün meslek ve yöneticilik tecrübeleri yetersizdir.

3. Yöneticilerin Kütüphane ve Halkla İlişkiler konusundaki bilgi ve düşünceleri

Üniversite kütüphaneleri yöneticilerinin büyük çoğunluğu görevleriyle ilgili doğru bir anlayış içindedir. Bunu yöneticilerin % 73.4'ünün 1. öncelikli görev olarak "Temel politikaların tesbiti ve planlama yapılması" şeklindeki seçeneği işaretlemeleri kanıtlamaktadır. Ancak ilgili soru (13. soru) ve bu soruya "diğer" seçeneğini koymamızdaki asıl amaç, yöneticilerin görevleri arasında halkla ilişkilere yer verip vermeyeceklerinin tesbitiydi. Maalesef yöneticilerin ancak % 2'si diğer seçeneğini işaretlemiş ve halkla ilişkileri görevleri arasında sayan bir ifadeye yer vermiş, % 98'i bu seçeneği boş bırakmıştır.

Yöneticilerin büyük bir çoğunluğu (% 87) halkla ilişkilerin ne olduğu konusunda bilgiye sahip değildir. Bunların bir kısmının (% 80) halkla ilişkiler kavramını, halkla ilişkilerle ilgili bazı kavramlarla karıştırdıkları veya eşdeğer gördükleri diğerlerinin ise (% 7) halkla ilişkilerle hiç bir ilgisi olmayan tanımlar yaptıkları görülmüştür. Yöneticilerin ancak % 13'ü doğru kabul edilebilecek halkla ilişkiler tanımları yapabilmışlerdir.

Üniversite kütüphane yöneticileri, kütüphaneye ilişkin çeşitli seçenekler içinde 1. öncelikte önemi haiz bir husus olarak en fazla (% 59.1) "Okuyucularla iyi ve sağlıklı ilişkiler kurulması için planlı ve sürekli çaba gösterilmesi"ni işaretlemişlerdir. Üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkilerin tanımını içeren bu seçeneğin belirtilen oranda işaretlenmesi dikkat çekici bulunmuştur. Çünkü yukarıda görüldüğü gibi halkla ilişkileri görevleri arasında sayanlar toplamın % 2'sini, halkla ilişkileri doğru tanımlayabilenler ise toplamın % 13.3'ünü oluşturmaktadır. Çelişki gibi görünen bu durum, "kütüphane yöneticilerinin halkla ilişkiler konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıklarını, ancak halkla ilişkilerin kütüphane için taşıdığı önemi de teslim ettikleri" şeklinde algılanmalıdır. Ayrıca yöneticilerin % 71.4'ünün halkla

ilişkiler eğitimi almamış olmaları ve % 63.2'sinin söz konusu eğitimi almak istediklerini belirtmeleri hem, yöneticilerin halkla ilişkiler konusundaki bilgi eksikliğini açıklamakta, hem de üstteki yargıyı desteklemektedir.

Yöneticilerin % 97.9'u personelin halkla ilişkiler konusunda eğitim alması gerektiğini düşünmekte, % 89.7'si yönettikleri kütüphanenin imajını "olumlu" ya da "çok olumlu" bulmaktadır. Buna karşılık % 65.3'ü personel-kullanıcı ilişkilerinde sorunlar yaşanıldığını kabul etmektedir. Personel kullanıcı ilişkisinde yaşanan sorunların kaynağı olarak da, 1. ve 2. öncelikte olmak üzere toplam % 59.3'ü "Okuyucunun kütüphane hakkındaki bilgisizliği"ni göstermektedir. Aslında personel-kullanıcı ilişkisinde yaşanan sorunlarla ilgili olarak sorulan 22. sorudaki seçeneklerin hepsi halkla ilişkilerle ilgilidir ve kütüphanedeki halkla ilişkiler faaliyetlerinin yokluğuna ya da yetersizliğine işaret etmektedir. Mesela 1. ve 2. öncelikte en çok işaretlenen problem kaynağı olan "Okuyucunun kütüphane hakkındaki bilgisizliği" veya 3. ve 5. öncelikte en çok işaretlenmiş problem kaynağı olarak "Personelin tutumu" hususu halkla ilişkiler yöntem ve uygulamalarıyla çözülebilecek ya da çözülmesi gereken konulardır.

4. Personel durumu

Üniversite kütüphanelerindeki personelin % 7.2'sini ilkökul, % 10.3'ünü ortaokul, % 37.8'ini Lise, % 2.8'ini Meslek Lisesi kütüphanecilik bölümü, % 39.1'ini üniversite mezunları oluşturmaktadır. Üniversite mezunlarının % 23'ü kütüphanecilik bölümü, % 16.1'i ise diğer alan mezunlarıdır. Standartlara göre kütüphanecilik bölümü mezunlarının toplam personel içindeki oranı % 31 civarında olması gerekirken ülkemizde bu oran % 23 civarındadır. Yeterli profesyonel kütüphaneciye sahip olmayan bir kütüphanenin istenen düzeyde hizmet veremeyeceği, buna bağlı olarak da halkla ilişkiler çalışmalarında başarılı olamayacağı beklenen bir sonuç olacaktır.

5. Halkla ilişkilerin durumu

Halkla ilişkiler konusunda ders ya da eğitim almış personel bulunan üniversite kütüphaneleri toplamın % 32.6'sını oluşturmaktadır. Başka ifadeyle üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler bilgisine sahip personel sayısı oldukça düşüktür.

Üniversite kütüphanelerinin tanıtımında ve adının geniş kitlelere duyurulmasında son derece etkili olan basın yayın organlarından yararlanma oranı % 48.9'dur. % 51.1'i ise söz konusu araçlardan hiç yararlanmamıştır.

Kullanıcıların istek ve görüşlerini öğrenme ve onlara kütüphaneyi tanıtmada son derece etkili olan "Dilek ve şikayet kutusu" ve "İlan panosu" olan kütüphaneler, toplamın % 65.3'ünü oluşturmaktadır. Hazırlanması ve kullanımı son derece kolay olan bu araçların tüm kütüphanelerde bulunması gerekmektedir. Maalesef % 34.7'sinde söz konusu araçlar bulunmamaktadır.

Üniversite kütüphanelerinin % 63.2'sinde, hem halkla ilişkilerin tanıma boyutu, hem de kütüphane hizmetlerinin planlama ve yürütülmesinde büyük önemi olan "Kullanıcıların istek ve düşüncelerini tesbite yönelik ve süreklilik arzeden" (anketler, toplantılar, vs.) herhangi bir çalışma yapılmamaktadır. % 36.7'sinde ise bu tür çalışmalar yapıldığı belirtilmiştir.

Kütüphane hizmetlerinin sunumunda, kullanıcılara kütüphanenin tanıtılması ve hizmetler konusunda bilgilendirilmeleri büyük önem taşır. Kütüphaneyi tanımayan, verdiği hizmetleri bilmeyen bir kullanıcının verimli bir şekilde bu kurumdan yararlanması beklenemez. Ülkemiz üniversite kütüphanelerinin ancak % 59.1'inde "tanıtma ve bilgilendirme" yapılmakta gerisinde yapılmamaktadır.

Basılı ve yazılı halkla ilişkiler araçlarından yararlanma düzeyinin (% 85.7) yüksek olduğu görülmektedir. En fazla kullanılan basılı araç bültenidir. Bunu sırasıyla broşür, kütüphane kılavuzu, gazete, yıllık, dergi ve diğerleri izlemektedir.

Görsel-işitsel araçlardan yararlanma düzeyi basılı araçlara göre düşüktür. (% 55.1) En fazla yararlanan görsel-işitsel araçlar sırasıyla; televizyon, fotoğraf ve radyo'dur.

Sosyal ve kültürel faaliyetlerden üniversite kütüphanelerinin % 61.2'si yararlanmaktadır. Sırasıyla kütüphane tanıtım günü ve geceleri, seminer, konferans, açık oturum ve kütüphanecilik kursları en çok yararlanan faaliyetlerdir.

Üniversite kütüphanelerinin % 57.1'i geçici ve sürekli sergiler düzenlemektedir.

Basılı ve yazılı, görsel-işitsel, sosyal ve kültürel faaliyetler ve sergilerden yararlanma konusunda hepsinin ortalamasını aldığımızda % 64.7 rakamını elde ediyoruz. Başka ifadeyle çeşitli türdeki halkla ilişkiler araçlarından yararlanma % 64.7 düzeyindedir.

Üniversite kütüphanelerinin % 89.7'sinde halkla ilişkiler birimi ya da görevlisi yoktur. Buna karşılık yöneticilerin % 83.6'sı söz konusu birim ya da görevlinin bulunması gerektiği görüşündedir.

Yöneticilerin % 61.2'si Üniversite kütüphanelerinde yapılacak halkla ilişkiler faaliyetlerinin "Kütüphane ve (üniversitenin) Basın ve Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı" tarafından ortaklaşa yürütülmesi gerektiği görüşündedir. % 24.4'ü ise üniversite kütüphanesinden bir kişi veya ekip tarafından yürütülmesi gerektiğini düşünmektedir.

Kullanıcılara yardımcı olmak ve yol göstermek amacıyla kullanılan kütüphane yerleşim planı, kılavuz, açıklayıcı levha ve oklar, resimli pano vb. araçlardan en az biri, üniversite kütüphanelerinin % 91.8'inde bulunmakta, ancak her kütüphanede tüm araçlar istenen düzeyde kullanılmamaktadır.

Kütüphanenin bulunduğu yeri şehir planı üzerinde veya şehir içinde gösteren işaret ya da levha kullanan üniversite kütüphaneleri toplamın % 10.2'sini oluşturmaktadır. % 89.7'sinde ise bu tür işaret veya levha bulunmamaktadır.

Üniversite kütüphanelerinin çoğunluğunun (% 87.7) kendileriyle ilgili bir olay ya da yeniliği kullanıcılarına çeşitli yollarla duyurdukları, yarıdan fazlasının (% 61.2) kullanıcıların ilgi alanları doğrultusunda yeni gelen yayınların listesi veya içindekiler sayfalarının fotokopilerini kullanıcılarına ilettikleri görülmüştür.

Üniversite kütüphanelerinin % 24.4'ünde kütüphaneyi işgücü nakdi yardım, tanıtım vb. konularda destekleyen dernek veya grup bulunduğu, % 75.5'inde ise bulunmadığı tespit edilmiştir. Söz konusu dernek veya grupların bulunmadığı kütüphane yöneticilerine "bunların oluşturulması yönünde girişimleri olup olmadığı" sorulmuş % 35.1'i bu yönde girişimleri olduğunu, % 64.8'i ise olmadığını belirtmişlerdir.

Özetle üniversite kütüphanelerinin çoğunluğu yeni kurulmuştur. Yöneticilerin yaklaşık yarısı kütüphanecilik eğitiminden yoksun ve mesleki ve yöneticilik tecrübeleri yetersizdir. Yine yöneticilerin çok büyük çoğunluğu halkla ilişkiler kavramını tanımamakta ve halkla ilişkileri görevleri arasında görmemektedir. Buna karşılık kullanıcılarla çeşitli problemlerin yaşandığını ve halkla ilişkilerin üniversite kütüphaneleri için önemli olduğunu kabul etmektedirler. Üniversite kütüphanelerinde personel, özellikle profesyonel kütüphaneci sayısı yetersizdir. % 90'ında halkla ilişkiler birimi veya görevlisi yoktur. Halkla ilişkiler kapsamında değerlendirilebilecek bazı faaliyetler olmakla birlikte bunlar; son derece yetersiz, halkla ilişkiler temel bilgi ve anlayışından yoksun şekilde yapılmaktadır.

B. ÖNERİLER

Araştırmamızın sonuçları doğrultusunda yapacağımız öneriler şunlardır:

1. Kütüphanecilik bölümleri ders programında halkla ilişkiler mutlaka yer almalı ve bu ders konunun uzmanlarınca verilmelidir.

2. Üniversite kütüphaneleri personelinin, halkla ilişkiler konusunun ele alınacağı hizmetiçi kurslar ve seminerler yoluyla bu alanda bilgilendirilmesi gerekmektedir.
3. Üniversite kütüphanelerinde hem kütüphanecilik bölümü hem de diğer alanlardan mezun yönetici ve çalışanların halkla ilişkiler alanında lisans üstü öğrenim görmeleri özendirilmeli ve desteklenmelidir.
4. Üniversitenin amaç ve işlevlerine bağlı olarak şekillenen üniversite kütüphanesi politikası, mutlaka halkla ilişkiler faaliyetlerini de kapsar nitelikte olmalıdır.
5. "İyi hizmetin iyi halkla ilişkilerin hizmetçisi, iyi halkla ilişkilerin de iyi hizmetin hizmetçisi olduğu" anlayışı, başta yönetici olmak üzere tüm personel tarafından benimsenmeli ve mümkün olan en kısa sürede halkla ilişkiler çalışmalarına başlanılmalıdır.
6. Halkla ilişkiler faaliyetlerini planlayıp yürütecek bir birim kurulmalı, bu mümkün değilse bir halkla ilişkiler görevlisi belirlenmelidir. Bu birim ya da görevli yönetici ile birlikte ve koordineli çalışmalıdır.
7. Her üniversite kütüphanesi kendi bünyesine uygun bir halkla ilişkiler planı geliştirmeli ve bu konudaki faaliyetlerini bu plan çerçevesinde yürütülmelidir.
8. Yöneticiler, hem kendilerinin hem de diğer personelin halkla ilişkiler konusunda bilgilenmesi için ilgili literatürü izlemeli, eğitim programları hazırlamalı ve konunun uzmanlarının yardımını sağlamalıdır.
9. Üniversite kütüphanelerindeki halkla ilişkiler çalışmalarının temel amacının mevcut ve potansiyel kullanıcılara gerçek anlamda erişmek yoluyla en üst düzeyde hizmet sunmak ve onların tatmin edilmesi olduğu bilinmelidir. Bu çerçevede üniversite kütüphanesindeki çalışmaların her türünde ve aşamasında halkla ilişkiler yöntem ve araçlarından yararlanılmalıdır.

10. Üniversite kütüphanelerindeki halkla ilişkiler çalışmalarında üst düzey yöneticilerin desteği sağlanmalı, üniversitenin "Basın ve Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı" ile işbirliğine gidilmelidir.

Bu öneriler çerçevesinde kütüphane yöneticilerine ve personele büyük görev ve sorumluluk düşmektedir. Üniversite kütüphanelerinin pek çok sorunun (bütçe, personel, bina vb.) olduğu bilinmektedir. Ancak her olumsuzluğu mevcut sorunlara bağlamak ve görmezden gelmek de doğru değildir. Mevcut koşullarda bile halkla ilişkiler konusunda yapılabilecek pek çok çalışma vardır. Kaldiki çeşitli halkla ilişkiler çalışmalarıyla mevcut sorunların çözümü de mümkün olabilecektir. Bu çerçevede hem kullanıcılara hem de üst yöneticilere kütüphanenin tanıtılması, öneminin anlatılması yoluyla onların yardım ve desteğinin kazanılması gerekmektedir.

Son söz olarak üniversite kütüphanelerindeki halkla ilişkiler faaliyetlerinin, bu kurumların başarısının, amaçlarına ulaşmasının ve en etkin şekilde hizmet vermesinin temel koşulu olduğunu belirteceğiz.

Sanıyoruz getirdiğimiz öneriler çerçevesinde yapılacak çalışmalar ile üniversite kütüphaneleri çok daha iyi bir imaja, iyi bir hizmet düzeyine ulaşabilecek ve üniversite içinde ve ilgili çevrelerde hak ettiği yere gelebilecektir.

KAYNAKÇA

ACAR, Muhittin

- 1993 *Belediyelerde Halkla İlişkiler*. Ankara: DPT. Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü.

AİTUFE, T.A.

- 1993 "Public Relations in Academic Libraries". *Library Review*, 42: 2, 39-45.

ALKAN, Nazlı

- 1992 "Üniversite Kütüphanesi Sisteminde Kütüphaneci Kullanıcı Etkileşimi". *Türk Kütüphaneciliği*, 6: 3, 133-141.

ASNA, M. Alâeddin

- 1969 *Halkla İlişkiler*. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü.

ASNA, M. Alâeddin

- 1978 *Halkla İlişkiler*. Ankara: Türkiye Bankalar Birliği.

AŞKUN, İnal Cem

- 1989 "İşletmelerde Halkla İlişkiler" *ESADER*, 9:2.

AŞKUN, İnal Cem

- 1990 "Halkla İlişkiler ve İletişim", *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 8: 1-2, 7-15.

AYBAŞ, Osman Tekin

- 1975 "Türkiye'de Üniversite Kütüphaneleri Hakkında Rapor". *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 24: 4, 259-272.

AYDIN, Emin Doğan

- 1991 *Bilgi Bilimi: İncinmatik, Genel Sistemler, Sibernetik ve Kitle İletişimi*. İstanbul: Özel Eğitim ve Yayıncılık.

BALTA-PETEROĞLU, Filiz

- 1991 "Halkla İlişkilerin Önemi ve Eğitimi", *Milliyet Gazetesi*.
6 Eylül.

BALTA-PELTEKOĞLU, Filiz

- 1993 "Kriz Yönteminde Halkla İlişkilerin İşevi", *Verimlilik Dergisi*. 2,
201-208.

BARBER, Peggy

- 1980 "Public Relations". *ALA World Encyclopedia of Library and
Information Sciences*, Chicago: ALA.

BAYSAL, Jale

- 1982 *Kütüphanecilik Alanında Yeni Kavramlar, Araçlar, Yöntemler*.
İstanbul: İ.Ü. Edebiyat Fakültesi.

BAYSAL, Jale

- 1991 *Yönetim ve Mevzuat*. İstanbul: Türk Kütüphaneciler Derneği
İstanbul Şubesi.

BLOOMBERG, Marty - G. Edward EVANS

- 1989 *Kütüphane Teknisyenleri İçin Teknik Hizmetlere Giriş*. (Çev.:
Nilüfer Tuncer). Ankara: Türk Kütüphaneciler Derneği.

COŞKUN, Selma

- 1990 "Halkla İlişkilerde Yeni Bir Boyut: Üniversitelerde Halkla
İlişkiler". *Düşünceler*, Ege Ün. BYYD, 4: 4, 225.

CRIBB, Gülçin

- 1981 "Kütüphanelerde Kullanıcı Eğitiminin Önemi". *Türk
Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 30: 2, 90-99.

CUTLIP, M. Scott - A. Allen CENTER - M. Glan BROOM

- 1985 *Effective Public Relations*. 6. ed. Englewood Cliffs, New Jersey:
Prentice-Hall.

ÇAKIN, İrfan

- 1983 "Üniversite Kütüphane İlişkisi". *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 32: 2, 61-14.

ÇAKIN, İrfan - O. Ersoy - H. Çelik - H. Duman

- 1993 Türk Kütüphaneciliğinin Sorunları ve Çözüm Önerileri". *Türk Kütüphaneciliği*, 7: 3, 220-26.

ÇAPAR, Bengü

- 1993 "Bilgi İşletmelerinin Yönetiminde Sistem Yaklaşımı ve Sistem Analizi". *Jale Baysal'a Armağan*, İstanbul: Yapı Tasarım Üretim

ÇELEBİOĞLU, Fuat

- 1986 "Halkla İlişkiler Bölümünün Örgütlenmesi" , *Halkla İlişkiler: Seçme Yazılar*, (Der. F. Maviş), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi.

ÇELİK, Ahmet - Nazan UÇAK

- 1993 "Üniversite Kütüphaneleri Üzerine". *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 10: 2, 115-121.

DANTON, Periam J.

- 1963 *Book Selection and Collections: A Comparison of German and American University Libraries*. New York.

"Darul Fünun". *Türk Ansiklopedisi*. XII. C. Ankara: M.E.B.

1964

DİLEK, Hülya

- 1992 *Kütüphane Biliminin Kapsamı ve Türkiye'de Durum*. İstanbul: Türk Kütüphaneciler Derneği, İstanbul Şubesi.

ELDREDGE, Jon

- 1985 "Public Relations". *The ALA Yearbook of Library Information Services'85*, Chicago: ALA.

ERTEKİN, Yücel

1986 *Halkla İlişkiler*. 2. bs. Ankara: TODAİE.

ERTEKİN, Yücel

1988 "Halkla İlişkiler ve Meslekleşme Olgusu", *Halkla İlişkiler Sempozyumu - 87, Ankara, 20-21 Nisan 1987*. Ankara: A.Ü. Basın-Yayın Yüksekokulu - TODAİE, 35-46.

EVANS, G. Edward

1979 *Developing Library Collections*. Littleton: Colo. Libraries.

FINDIK, Esra

1985 *Türkiye'deki Halk Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

FINDIK, Esra

1986-87 "Halkla İlişkiler ve Basın". *G.Ü. BYYO Dergisi*, 8/9, 77-88.

FINDIK, Esra

1988a "Halk Kütüphaneleri ve Halkla İlişkiler". *Türk Kütüphaneciliği*, 2: 3, 99-102.

FINDIK, Esra

1988b Kütüphanecilikte Halkla İlişkiler, *Türk Kütüphaneciliği*. 2: 2, 69-73.

GÖKÇE, Orhan

1993 *İletişim Bilimine Giriş*. Ankara: Turhan Kitabevi.

GÖKKURT, Özlem

1993 "Bilgi Merkezlerinde Pazarlama ve Halkla İlişkiler". *Düşünceler*, 9, 2-5.

GÖKSEL, Ahmet B.

- 1989 "Halkla İlişkiler Kavramı, Tanımı, Tarihsel Gelişimi ve Uygulamalarına Ana Hatları İtibariyle Bir Bakış", *Düşünceler*. 3: 3, 11-17.

GÖKSEL, Ahmet B.

- 1990 *Halkla İlişkiler*. 2. bs. İzmir: Tanık Matbaacılık.

GRIEDER, Elmer M.

- 1956 "Kütüphane Üniversitenin Kalbidir". (Çev. Nazan Kırkbir). *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 5: 2, 93-100.

GUINCHAT, Claire

- 1990 *Bilgi ve Dokümantasyon Çalışma Tekniklerine Genel Giriş*. (Çev. Sönmez Taner). Ankara: Kültür Bakanlığı Kütüphaneler Genel Müdürlüğü.

GÜRGEN, Haluk

- 1987 *Televizyon Reklamlarında Yaratıcı Strateji*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

GÜRÜZ, Demet

- 1993 *Halkla İlişkiler Teknikleri*. İzmir: Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi.

Halkla İlişkiler İPRA Raporu. (Çev. A. Fikret Işıkyakar).

- 1987 Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

HARRIS, Keith

1982. "User Education". *Libri*, 32: 4, 327-336.

HIGMEN, Norman

- 1976 "University Libraries". *British Librarianship Today*, London: The Library Association.

HİRŞ, E.

- 1950 *Dünya Üniversiteleri ve Türkiye'de Üniversitenin Gelişmesi. 2C.*
Ankara: Ankara Üniversitesi.

İNCE, Nesrin

- 1991 "Enformasyon Teknolojilerinin Danışma Kütüphaneciliğine Etkileri". *Kütüphane-Enformasyon-Arşiv Alanında Yeni Teknolojiler ve TÜRKMARÇ Sempozyumu Bildirileri*, İstanbul: Türk Kütüphaneciler Derneği İstanbul Şubesi.

JUCHHOFF, Rudolf

- 1968 *Üniversite Kütüphaneleri.* (Çev. Meral Şenöz). Bornova: Ege Üniversitesi.

KADIBEŞGİL, Salim

- 1986 *Halkla İlişkilerde Temel İlkeler.* İzmir: Tükelmat Basımevi

Kamu Kuruluşlarında Halkla İlişkiler Açık Oturumu.

- 1972 Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi.

KAPTAN, Saim

- 1995 *Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri.* Ankara: Tekışık Web Ofset.

KARAKAŞ, Sekine

- 1994 "Milli Kütüphanelerde Pazarlama Sistemi". *Kütüphanecilikte Bilgi-Belge İşbirliği, Milli Kütüphanelerarası İletişim ve Dünyadaki Teknolojik Gelişmelerin Aktarımında İlkelerin Tesbiti Sempozyumunu, (Bildiriler), 22-25 Eylül 1992, Ankara: Kültür Bakanlığı, Milli Kütüphane.*

KARAKOÇ, Nihat

- 1992 "Kamu Kuruluşlarındaki Danışma Görevlilerinin Vatandaş ile İlişkileri ve Halkla İlişkiler Açısından bir Eğitim Uygulaması". *Kurgu Dergisi*, 10, 25-45.

KARASAR, Niyazi

- 1991 *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler*. 4. bs. Ankara: Sanem Matb. San. ve Tic.

KAYA, Ali

- 1989 "Halkla İlişkilerin Yönetimde Yeri ve Önemi". *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 141-154.

KAYAN, Yusuf

- 1992 "Üniversite Kütüphanelerinde Bütçe ve Bütçenin Rasyonel Kullanımı". *Türk Kütüphaneciliği*, 6: 4, 194-203.

KAZANCI, Metin

- 1972 "Halkla İlişkiler ve İdari Danışma Merkezleri", *Amme İdaresi Dergisi*. 5: 2, 11-24.

KAZANCI, Metin

- 1980 *Halkla İlişkiler*. Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi.

KELEŞ, Ruşen

- 1970 "Yerleşme Kararları Açısından Büyük Kent Dışı Üniversiteler Sorunu". *Mimarlık*, 9: 110, 29.

KEYMAN, Dilek

- 1982 "Üniversite Kütüphanelerinde Okuyucu Eğitimi". *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 31: 4, 164-168.

KISAKÜREK, Mehmet Ali

- 1976 *Üniversitelerimizde Yenileşme: "Programlar ve Öğretim Açısından"*. Ankara: A.Ü. Eğitim Fakültesi.

KORKUT, Hüseyin

- 1990 *Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere Üniversiteleri*. Ankara: Yükseköğretim Kurulu.

KURBANOĞLU, Serap

- 1993 "Sistem Yaklaşımı ve Kütüphanecilik Bilimi". *Türk Kütüphaneciliği*, 7: 1, 33-40.

KÜÇÜKKURT, Mehmet

- 1988 "Hakla İlişkilerde Araştırma Yöntemleri ve Değerlendirme", *Halkla İlişkiler Sempozyumu - 87 Ankara, 20-21 Nisan 1987*. Ankara: A.Ü. Basın-Yayın Yüksekokulu - TODAİE. 155-171.

LYNCH, Beverly P.

- 1982 "University Library Standards". *Library Trends*, 31 Summer, 33-47.

McANALLY, Arthur M.

- 1969 "Kütüphane Mimarisinde Modern Eğilimler". (Çev. Sema Göksel). *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 27: 1, 151-163.

METCALF, Keyes DeWitt

- 1986 *Planing Academic and Research Librar Buildings*. 2nd ed., Chicago: ALA.

MIHÇIOĞLU, Cemal

- 1970 "Halkla İlişkiler Nedir?", *Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 3: 1-4, 91-108.

MORAN, B.B.

- 1984 *The Chaning Knowledge Centers of Colleges and Universities*. Washington: ASHE.

NEWSOM, D. - A. SCOTT - J. TURK VANSLYKE

- 1989 *This is PR: The Realities of Public Relations*. California: Wodsworth Publishing Company.

ONAL, Güngör

- 1982 *Halkla İlişkiler*. Bursa: Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi İşletme Fakültesi.

ORRICK, James B.

1967 *Halkla İlişkiler*. (Çev. Oğuz Onaran), Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi. Basın ve Yayın Yüksek Okulu.

OSKAY, Ünsal

1982 *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri. Kuramsal Bir Yaklaşım*. Ankara: A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi.

ÖNER, Kabasakal

1989 "Dünden Bugüne Üniversite ve İdari Yapı Değişiklikleri". *Türkiye Günlüğü*, 6 (Eylül).

ÖZER, Atilla

1984 *Gerekçeli ve 1961 Anayasasıyla Mukayeseli 1982 Anayasası*. Ankara.

ÖZSOY, Yahya

1970 *Eğitimde Tanıma Teknikleri*. Ankara: Yay. y.

PACK, P. - M. PACK

1988 *Colleges, Learning an Libraries: The Future*. London: Clive Bingley.

ROBINSON, Edward J.

1967 *Public Relations and Survey Research - Achieving Organizational Goals in a Communications Context*. New York: Appleton - Century - Crofts.

SABUNCUOĞLU, Zeyyat

1992 *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. Bursa: Rota Ofset.

SEÇİM, Hikmet - Selma COŞKUN

1992 *Halkla İlişkiler*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

SEFERCİOĞLU, Necmeddin

1969 "Dil ve Tarih - Coğrafya Fakültesi Kütüphanesi ile İlgili Raporlar". (Ralp H. Hoop'un Raporu). *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 18: 2, 99-112.

SEFERCİOĞLU, Necmeddin

- 1977 "Kataloglamada Milletlerarası Gelişmeler". *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 26: 3, 121-134.

SEFERCİOĞLU, Necmeddin

- 1990a "XXVI. Kütüphane Haftası Konuşması", *Türk Kütüphaneciliği*, 4:2, 49-50.

SEFERCİOĞLU, Necmeddin (Çev.)

- 1990 "Üniversite Kütüphaneleri İçin Standartlar". *Türk Kütüphaneciliği*, 4: 1, 29-32.

SIMMONS, Marion L.

- 1987 "Public Relations and the Library". *Intellectual Freedom Manual*, 3rd ed., Chicago: ALA.

SIMPSON, Antony E.

- 1986 "Hurdling the Dissertation Barrier: The Library and the Needs of the A.B.D.". *Behavioral and Social Librarian*, 6: 1-2.

SMITH, Eldred

- 1993 *Kütüphaneci, Bilim Adamı ve Araştırma Kütüphanesinin Geleceği*. (Çev. Ahmet Çelik). Ankara: ÜNAK.

SOYSAL, Özer

- 1969 *Çağdaş Eğitim ve Türkiye'de Okul Kütüphanesi*. Ankara: Türk Kütüphaneciler Derneği.

TEZCAN, Sevim

- 1988 "Uygulamada Başarılı Olmanın Yolları ve Koşulları". *Türkiye'de Kütüphane Alanında Teori ile Uygulama İlişkisi Sempozyumu*, 7-8 Mayıs 1987, (Haz. Meral Alpay), İstanbul: İ.Ü. Edebiyat Fakültesi Kütüphanecilik Bölümü.

TOPLU, Mehmet

- 1992 "Üniversite Kütüphanelerinin Bilimsel Araştırmadaki İşlevi ve Türkiye Gerçeği (1)". *Türk Kütüphaneciliği*, 6: 1, 22-42.

TORTOP, Nuri

- 1990 *Halkla İlişkiler*. Ankara: G.Ü. Basın-Yayın Yüksekokulu Matbaası.

TUNÇKANAT, Hansın

- 1989 "Araştırma Olgusu ve Üniversite Kütüphanelerinin Üniversite İçindeki Yeri". *Türk Kütüphaneciliği*, 3: 4, 189-191.

TUNÇKANAT, Hansın

- 1989 "Kütüphaneci, Yönetim ve Üniversite Kütüphaneleri". *Türk Kütüphaneciliği*, 3: 2, 65-70.

TUTUMEL, Sema

- 1992 "Üniversite Kütüphanelerinde Okuyucu Eğitimi ve Hacettepe Tıp Merkezi Kütüphanesindeki Uygulama". *Türk Kütüphaneciliği*, 6: 3, 152-158.

USHERWODD, B.

- 1974 "Library Public Relations: an Introduction". *Studies in Library Management*, London: Bingley.

UYSAL-SEZER, Birkan

- 1986a "Halkla İlişkiler ve Uygulama Sorunları", *Halkla İlişkiler Ders Notları*. Ankara: TODAİE.

UYSAL-SEZER, Birkan

- 1986b "Halkla İlişkiler ve Uygulama Sorunları", *Orta Kademe Yöneticiler Semineri*. Ankara: TODAİE.

UYSAL-SEZER, Birkan

- 1987 "Yerel Yönetimin Çevresi - Halkla İlişkiler ve Kanaat Araştırmaları". *Amme İdaresi Dergisi*, 20: 1, 15-32.

UYSAL-SEZER, Birkan

- 1988 "Bir Halkla İlişkiler Kuramı Olabilir mi?", *Halkla İlişkiler Sempozyumu - 87 Ankara 20-21 Nisan 1987*. Ankara: A.Ü. Basın-Yayın Yüksekokulu - TODAİE. 197-222.

UZUNÇARŞILI, İsmail Hakkı

1983 *Osmanlı Tarihi*. II. C. Ankara: Türk Tarih Kurumu

UZUNÇARŞILI, İsmail Hakkı

1984 *Osmanlı Devleti'nde İlmiye Teşkilatı*. Ankara: Türk Tarih Kurumu.

ÜÇOK, Bengü

1972 "Üniversite Kütüphaneleri ve Müracaat Hizmeti". *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 21: 1, 31-37.

ÜÇOK, Tengiz

1992 *Yönetim İlkeleri*. 3. bs. Ankara: Gazi Kitabevi.

ÜLKER, Halil İ.

1993 "Kamu Kesiminde Halkla İlişkiler". *Bolu Yüksekokullar Dergisi*. 1 (Temmuz-Ağustos), 137-142.

"Üniversite", *Cumhuriyet Ansiklopedisi*, XI. C. İstanbul: Arkın Kitabevi
1972

ÜNLÜ, İlhan

1987 *Reklam Kampanyası Planlaması*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi.

ÜSTÜN, Ayşe

1983 "Eğitim - Kütüphane İlişkisi". *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 32: 3, 103-107.

ÜSTÜNEL, Besim

1965 "Üniversite Meselesi". (Açık Oturum). *Forum*, 17: 262.

VAROL, Muharrem

1987 "Türkiye'de Halkla İlişkiler: İki Toplantının Ardından", *A.Ü. Basın-Yayın Yüksekokulu-Yıllık*, IX, 1986-1987. Ankara: A.Ü. B.Y.Y.O.

VERSAN, Vakur

- 1988 "Tarihsel Gelişim İçinde Üniversite ve Yükseköğretim Kavramı". *Yükseköğretimde Değişmeler, TED XII. Toplantısı*. Ankara: TED Yay.

WILSON, Louis R. - Maurice F. TAUBER

- 1958 *The University Library: The Organization, Administration, and Functions of Academic Libraries*. 2. ed. New York: Columbia University Press.

WITHERS, F.N.

- 1988 *Kütüphane Hizmetleri Standartları. Milletlerarası Bir İnceleme*, (Çev. Sönmez Taner ve Aysel San). Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü.

YALÇINDAĞ, Selçuk

- 1987 "Belediyelerde Halkla İlişkiler". *Türk İdare Dergisi*, 59: 377, 75-114.

YURDADOĞ, Berin U.

- 1961 "Üniversite Kütüphaneleri". *Amerikan Kütüphanecilik Tecrübeleri*, Ankara: A.Ü. D.T.C.F. Kütüphanecilik Enstitüsü.

YURDADOĞ, Berin U.

- 1972 "Eğitim ve Kütüphane". *Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni*, 22: 1, 21-30.

EKLER

1. EK: ANKET İÇİN KULLANILAN ANKET FORMU

Sayın yönetici,

Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Bölümü'nde "Üniversite Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler" konulu bir tez çalışması yapmaktayım.

Bu çalışmanın amacı üniversite kütüphanelerinde kurum-çevre veya kullanıcı ilişkisini halkla ilişkiler açısından irdeleyerek mevcut durumu ortaya koymak, elde edilecek veriler ışığında tesbitlerde bulunmak, sonuçlara varmak ve Türk üniversite kütüphanelerinde bu konuda yapılacak çalışmalara ışık tutmaktır.

Bu çalışmaya veri sağlamak üzere ilişikteki anket formu hazırlanmıştır. Çalışma alanımız Türkiye'deki bütün üniversitelerin "Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlıkları" olup, anket sadece siz yöneticilere uygulanacaktır. Sağlayacağınız bilgiler ve konuya ilişkin düşünceleriniz, yaptığımız çalışma açısından büyük önem taşımaktadır. İlişikteki anketi doldurmak için zamanınızı esirgemeyeceğinizi umut ediyorum. Anketteki sorulara vereceğiniz cevaplar sadece bu araştırma için kullanılacak ve kesinlikle gizli tutulacaktır.

Çalışmanın öngörülen sürede tamamlanabilmesi için anketin elinize geçtiği tarihten itibaren en geç "onbeş gün" içinde doldurularak iadesi hususuna özen göstermeniz ricaıyla, çalışmamıza katkılarınızdan dolayı teşekkür eder saygılarımı sunarım.

Adres : YÖK Dokümantasyon Merkezi
06539 Bilkent/ANKARA
Tel : 266 47 00 / 34 44

Yusuf KAYAN
01.04.1996

Not: İlişikteki ankette sorulmamış, fakat konuya katkısı olacağını düşündüğünüz hususları anketin son sayfasının arka yüzüne ilave edebilirsiniz. Ayrıca anketle ilgili olarak karşılaştığınız soruların çözümü için lütfen üstteki telefon numarasını kullanınız.

ANKET FORMU

1. Kütüphanenizin adı:

2. Kütüphanenizin kuruluş yılı:

3. Cinsiyetiniz: 1 () Kadın 2 () Erkek

4. Yaşınız: 1 () 22-30 2 () 31-35 3 () 36-40
4 () 41-45 5 () 46-50 6 () 51-55 7 () 56 ve üstü

5. Eğitim düzeyiniz : 1 () Yükseköğretim 2 () Ortaöğretim

6. Cevabınız "Yükseköğretim" ise hangi üniversite ve bölümden mezun oldunuz?

.....

7. Kütüphanecilik eğitimi aldınız mı?

1 () Evet 2 () Hayır

8. Cevabınız "Evet" ise bu eğitimin düzeyi nedir?

1 () Dört yıllık lisans eğitimi

2 () Kütüphanecilikte lisans ve yüksek lisans

3 () Kütüphanecilikte lisans , yüksek lisans ve doktora

4 () Kütüphanecilik kursu

5 () Kütüphanecilik ön lisans

6 () Diğer:

9. Kaç yıldır kütüphanede çalışıyorsunuz?

1 () 1-5 2 () 6-10 3 () 11-15 4 () 16-20

5 () 21 ve üstü

10. Kaç yıllık kütüphane yöneticisisiniz?

1 () 1-5 2 () 6-10 3 () 11-15 4 () 16-20

5 () 21 ve üstü

11. Halen bulunduğunuz görevi hangi pozisyonda yürütüyorsunuz?

- 1 () Asaleten 2 () Vekaleten

12. Personelinizin eğitim durumu ve sayıları nedir?

- 1 () İlkokul mezunu; kişi
 2 () Ortaokul mezunu; kişi
 3 () Lise mezunu; kişi
 4 () Meslek lisesi, Kütüphanecilik bölümü; kişi
 5 () Üniversitelerin kütüphanecilik bölümü mezunu; kişi
 6 () Üniversitelerin diğer bölüm mezunları; kişi
 7 () Diğer:

13. Size göre "Kütüphane yöneticisinin görevleri" önem ve önceliğine göre nelerdir? (Numaralandırınız)

- 1 () Personele ilişkin sorunların çözülmesi
 2 () Fiziki ihtiyaç ve sorunların giderilmesi
 3 () Dermenin ihtiyaçları karşılar düzeye getirilmesi
 4 () Bölümler arasında koordinasyonun sağlanması
 5 () Temel politikaların tesbiti ve planlama yapılması
 6 () Diğer:

14. Kütüphanecilikte halkla ilişkiler kavramı size ne ifade ediyor?

.....

15. Sizce bir kütüphanede aşağıdaki seçeneklerden hangisi veya hangileri daha önemlidir? (Öncelik sırasına göre numaralandırınız?)

- 1 () Katalogların iyi düzenlenmiş olması
 2 () Kütüphanenin temiz ve bakımlı olması
 3 () Sınıflama numaralarının doğru verilmesi
 4 () Okuyucuya iyi davranılması
 5 () Kütüphaneye ilişkin taleplerin dikkate alınması
 6 () Okuyucuyu ilgilendiren her tür bilginin duyurulması
 7 () Okuyucularla iyi ve sağlıklı ilişkiler kurulması için, planlı ve sürekli bir çaba gösterilmesi

16. Eğitim hayatınızın herhangi bir döneminde halkla ilişkiler konusunda ders aldınız mı?

1 () Evet 2 () Hayır

17. Cevabınız "Hayır" ise eğitiminiz sırasında yer verilmesini ister miydiniz?

1 () Evet 2 () Hayır

18. Personelinizden halkla ilişkiler eğitimi alan var mıdır?

1 () Evet 2 () Hayır

19. Personelinizin halkla ilişkiler konusunda bilgilendirilmeleri sizce gerekli midir?

1 () Evet 2 () Hayır

20. Kütüphanenizin, ilişkide olduğu kişi, grup veya kurumlar nezdindeki imajını nasıl değerlendiriyorsunuz?

1 () Çok olumlu 2 () Olumlu 3 () Orta düzeyde
4 () Olumsuz 5 () Çok olumsuz

21. Kütüphane personeli ile okuyucu/kullanıcı ilişkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

1 () Sorunlu 2 () Sorunsuz 3 () Bazen sorunlu

22. Cevabınız "Sorunlu" veya "Bazen sorunlu" ise sizce bunlar neden kaynaklanmaktadır? (Öncelik sırasına göre numaralandırabilirsiniz)

1 () Personelin tutumundan
2 () Okuyucunun tutumundan
3 () Kütüphane koşullarından
4 () Kütüphane kurallarından
5 () Okuyucunun kütüphane hakkındaki bilgisizliğinden
6 () Diğer (Açıklayınız):

23. Sizin girişiminiz sonucu kütüphanenizle ilgili herhangi bir basın yayın organında (gazete, radyo, televizyon vb.) haber veya röportaj vb. yayınlandı mı?

1 () Evet (Açıklayınız):
2 () Hayır

24. Kütüphanenizde "Dilek ve şikayet kutusu" veya "İlan panosu" var mıdır?

1 () Evet

2 () Hayır

25. Okuyucularınızın kütüphaneniz konusundaki düşünce, istek ve şikayetlerini tesbite yönelik ve süreklilik arzeden herhangi bir çalışmanız var mıdır? (Anket, toplantı vb.)

1 () Evet (Açıklayınız):

2 () Hayır

26. Okuyucularınıza kütüphanenizi tanıtip, hizmetleriniz hakkında bilgi veriyor musunuz?

1 () Evet (Açıklayınız):

2 () Hayır

27. Kütüphanenizi tanıtmak amacıyla bugüne kadar aşağıda sıralanan basılı araçların hangisinden veya hangilerinden yararlanıldı?

1 () Gazete

1 () Dergi

3 () Broşür

4 () El kitabı

5 () Bülten

6 () Kütüphane kılavuzu

7 () Yıllık

8 () Mektup

9 () Kütüphane planı

10 () Afiş vb.

11 () Pankart

12 () El ilanı

28. Kütüphanenizi tanıtmak amacıyla bugüne kadar aşağıda sıralanan görsel-işitsel araçların hangisinden veya hangilerinden yararlanıldı?

1 () Radyo

2 () Televizyon

3 () Film

4 () Slayt

5 () Video

6 () Fotoğraf

7 () Diğer:

29. Kütüphanenizi tanıtmak amacıyla bugüne kadar aşağıda sıralanan sosyal ve kültürel etkinliklerden hangisi veya hangileri yapıldı?

1 () Kütüphane tanıtım günü veya gezileri

2 () Yemek, çay, balo vb.

3 () Çeşitli yarışmalar

4 () Konser, tiyatro, film vb.

5 () Seminer, konferans, açık oturum vb.

6 () Kütüphanecilik kursları

7 () Diğer:

30. Kütüphanenizi tanıtmak amacıyla bugüne kadar aşağıda sıralanan sergi çeşitlerinin hangisinden veya hangilerinden yararlanıldı?
- 1 () Sürekli sergiler 2 () Geçici sergiler
- 3 () Panolar, vitrinler 3 () Fuar, özel pavyonlar
31. Kütüphanenizde bir halkla ilişkiler birimi veya görevlisi var mıdır?
- 1 () Evet 2 () Hayır
32. Sizce üniversite kütüphanelerinde bir halkla ilişkiler birimi veya görevlisi olmalı mıdır?
- 1 () Evet 2 () Hayır
33. Kütüphanenizde "Danışma hizmeti" veren bir birim veya görevli var mıdır?
- 1 () Evet 2 () Hayır
34. Sizce üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler faaliyetleri hangi kişi veya kişilerce yürütülmelidir?
- 1 () Küt. ve Dok. Daire Başkanı tarafından
- 2 () Küt. ve Dok. Daire Başkanlığından bir kişi veya bir ekip tarafından
- 3 () Küt. ve Dok. Daire Başkanı ve yine bu birimden bir kişi veya ekip tarafından
- 4 () Üniversite Rektörü tarafından
- 5 () Üniversitenin Basın ve Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı tarafından
- 6 () Küt. ve Dok. Daire Başkanlığı ve Basın ve Halkla İlişkiler Daire Başkanlığı İşbirliği ile
- 7 () Küt. müdürü veya bir birim sorumlusu tarafından
- 8 () Diğer:
35. Kütüphanenizde okuyucuya yardımcı olmak ve yol göstermek amacıyla aşağıda sıralanan araçlardan hangisi veya hangileri vardır?
- 1 () Kütüphane kullanma kılavuzu
- 2 () Kütüphane yerleşim planı
- 3 () Açıklayıcı, yer gösterici levha ve oklar
- 4 () Kütüphane personeli tanıtıcı resimli pano
- 5 () Personelde resimli yaka kartı
- 6 () Diğer:

36. Kütüphanenin bulunduğu yeri şehir planı üzerinde ya da şehir içinde gösteren işaret veya levha var mı?
1 () Evet 2 () Hayır
37. Kütüphaneniz ile ilgili herhangi bir yeniliği veya olayı kullanıcılarınıza duyuruyor musunuz?
1 () Evet (Açıklayınız):
2 () Hayır
38. Kullanıcılarınıza ilgi alanlarına göre yeni gelen yayınlar listesi veya dergilerin içindekiler sayfasının fotokopisi vb. gibi bilgileri iletiyor musunuz?
1 () Evet 2 () Hayır
39. Kütüphaneyi işgücü, nakdi yardım, tanıtım vb. konularda destekleyen herhangi bir dernek veya grup var mıdır?
1 () Evet 2 () Hayır
40. 39. soruya cevabınız "Hayır" ise bu yönde girişimde bulundunuz mu?
1 () Evet (Açıklayınız):
2 () Hayır