

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi / Research Article

Gönderilme Tarihi / Submission Date:

15./05/2023

Kabul Tarihi / Accepted Date:

20/06/2023

Akredite üniversitelerin kütüphane web sayfalarının kurumsal kimlik açısından incelenmesi

Özlem DUĞAN¹ & Bayram Oğuz AYDIN²

Öz

Kurumları birbirinden ayıran en önemli özelliklerden biri kurumsal kimlik unsurlarıdır. Kurumlar, kurumsal kimlik bilgileri ile birlikte halkla ilişkilerin en önemli işlevleri arasında yer alan tanıma ve tanıtma süreçlerini kurum web sayfaları üzerinden yapmaktadırlar. Her kurum gibi toplumda önemli bir işleve sahip olan üniversiteler hizmet verirken daha kaliteli bir kurum haline gelmek amacıyla Yükseköğretim Kalite Kurulu Başkanlığı çerçevesinde akreditasyon sürecine dâhil olmaktadır. Üniversitelerin bilimin üretildiği ve yayıldığı kurumlar olarak bilginin hedef kitleye doğru bir şekilde iletilmesi amacıyla kütüphane web sayfalarına önem vermeleri gerekir. Eğitim-öğretim, araştırma ve geliştirme, akademik çalışmalarda önemli bir yere sahip olan kütüphanelerin zenginliği o üniversitelerin zenginliği anlamına gelmektedir. Bu çerçevede çalışmada akredite olan yedi üniversitenin kütüphane web sayfaları kurumsal kimlik açısından incelenmiştir. Çalışma sonucunda kütüphane web sitelerine erişimin genellikle (%86) üniversitelerin web ana sayfalarında bulunan bağlantılar ile gerçekleştiği, kütüphane hakkında, iletişim adresi, e-posta, telefon numarası, konum/yer, personel dizini ve üyelik hizmetleri konusunda bilgilerin tam olarak verildiği belirlenmiştir. Üniversitelerin tümüne yakınında bina hakkında bilgiler, haberler ve etkinlikler ile faks numarası bilgileri verilmiştir. Misyon, kütüphane çalışma saatleri, kütüphane kuralları ve düzenlemeleri ile geri bildirim web sitelerinin %71'inde bulunmaktadır. Genel bilgiler başlığı altında değerlendirilen tarihçe, sık sorulan sorular, kat planı, kütüphanenizi tanıyın, site haritası, fotoğraf galerisi, güncellenme tarihi, kütüphane komitesi bilgilerine web sitelerinde daha nadir rastlanmıştır. Kütüphane web sitelerinde hiç rastlanamayan bilgiler; kütüphane turu, idari faaliyet, ziyaretçi miktarı, web sayacı, yıllık rapor ve emanet dolaplarının kullanımına yönelik bilgilerdir. Çalışmanın bu bağlamda akredite olmayı hedefleyen üniversitelere öneri nitelikte olacağı ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Üniversite, Kurumsal kimlik, Akreditasyon, Kütüphane, Web sayfaları

¹ Doç. Dr.; Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Uşak, Türkiye
E-mail: ozlem.dugan@usak.edu.tr ORCID: 0000-0001-9028-7989

² Doç. Dr.; Süleyman Demirel Üniversitesi İletişim Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, Isparta, Türkiye
E-mail: b.oguzaydin@gmail.com ORCID: 0000-0003-2061-1688

Atf İçin / For Citation: DUĞAN, Ö. & AYDIN, B., O. (2023). Akredite üniversitelerin kütüphane web sayfalarının kurumsal kimlik açısından incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi – USBED* 5(9), 489-518. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/usbed>

Analyzing the library web pages of accredited universities in terms of institutional identity

Abstract

One of the most important features that distinguishes institutions from each other is the elements of corporate identity. Institutions carry out the recognition and promotion processes, which are among the most important functions of public relations, together with their corporate identity information, through their corporate web pages. Universities, which have an important function in the society like every institution, are included in the accreditation process within the framework of the Higher Education Quality Board in order to become a higher quality institution while serving. Universities, as institutions where science is produced and disseminated, should give importance to library web pages in order to convey information to the target audience correctly. The richness of libraries, which have an important place in education, research and development, and academic studies, means the richness of those universities. In this context, the library web pages of seven accredited universities were examined in terms of corporate identity. As a result of the study, it has been determined that access to library websites is generally via links on the web home pages of universities (86%), and full information about the library, contact address, e-mail, phone number, location/location, staff directory and membership services are provided. Information about the building, news and events, and fax number information were given to almost all of the universities. Mission, library opening hours, library rules and regulations, and feedback are found on 71% of websites. History, frequently asked questions, floor plan, get to know your library, site map, photo gallery, update date, library committee information, which are evaluated under the general information title, are less common on websites. Information that can never be found on library websites; library tour, administrative activity, number of visitors, web counter, annual report and information on the use of safety deposit boxes. The original aspect of the study is that the accredited university library web pages did not work. In this context, it can be stated that the study will be a recommendation to universities aiming to be accredited.

Keywords: University, Corporate identity, Accreditation, Library, Web pages

GİRİŞ

Kurumların en ayırt edici özellikleri arasında kurumsal kimlik çalışmaları önemli yer tutmaktadır. Her kurum hedef kitlesine mesaj verirken esasında kurumsal kimlik bilgileri ile hitap etmektedir. Kurumsal kimlik; kurumsal iletişim, kurum felsefesi, kurumsal davranış ve görsel kimlik unsurlarından oluşmaktadır. Kurumlar bu bilgilerini iç ve dış hedef kitlelerine aktarırken kurum web sayfalarını aktif olarak kullanmaktadır. Her kurum gibi üniversiteler de toplumda önemli bir işlevi yerine getirmektedir. Bilginin ve bilimin üretildiği ve yayıldığı, eğitim ve öğretimin yapıldığı önemli kurumlar olarak üniversiteler, toplumun gelişimine katkı sağlamaktadır. Üniversiteler arasında rekabetin artması kalite ve akreditasyon çalışmalarını da ön plana çıkarmaktadır. Üniversitelerin tercih edilebilirliği öğrenciler açısından belirli kriterlere bağlıdır. Öğrencilere sunulan

fırsatlar; fiziki ve sosyal ortamların zenginliği, donanımlı ve kaliteli bir kütüphanenin varlığı, laboratuvarların yeterliliği, bilgisayar imkanları, üniversitenin akredite olması, teknoloji kullanımını, öğrenci hareketliliği üniversite seçiminde belirleyici özellikler olarak görülmektedir (Maniu ve Maniu, 2014). Dolayısıyla üniversitelerin zayıf oldukları alanları güçlendirerek sürekli bir iyileştirme politikaları izlemeleri kaliteli bir eğitim-öğretim için gereklilik oluşturmaktadır. Öğrencilerin beklentilerini karşılamak ve memnuniyet oranını yükseltmek için üniversitelerin stratejik planlarını doğru şekilde oluşturmaları ve uygulamaları gerekir. Bu bağlamda YÖK'e bağlı Yükseköğretim Kalite Kurulu (YÖKAK) üniversitelerde akreditasyon programını başlatmıştır. Akreditasyon; dış ve iç paydaşların görüşlerinin alınarak bir programın resmi bir şekilde gözden geçirilmesi, standartların ve program hedeflerinin net bir biçimde ortaya konulması ve bunun sürekliliğinin sağlanması amacıyla sertifikalandırılması olarak açıklanabilir (Lubinescu, Ratcliff ve Gaffney, 2001, 8). Akreditasyon; kurumun verdiği eğitimin tatmin edici kalitede olduğunun ispatı niteliğinde görüldüğü için değerli bir özelliği bulunmaktadır. Kurumun dış ve iç paydaşların kurum ile ilgili duygu, düşünce ve önerilerini önemseyen akreditasyon süreci, sürekli bir iyileştirme politikalarını da beraberinde getirmektedir. Akreditasyon, kurumun verdiği hizmet ile hizmeti alanların arasında bir köprü vazifesi görerek, zayıflıkların ve tehditlerin ber taraf edilmesine, güçlü yönlerin pekiştirilmesine fırsatların değerlendirilmesine imkân sunmaktadır. Dolayısıyla yükseköğretimde akreditasyonun amacı, üniversitelerde verilen eğitim hizmetinin kalitesini belli bir standarda taşıyarak nitelikli bireylerin yetiştirilmesine katkı sunmaktır (Karahan, 2013, 1; Özçiçek ve Karaca, 2019, 117). Çalışma açısından değerlendirildiğinde 2021 yılında ilk etapta Atılım, Başkent, İstanbul Aydın, Karadeniz Teknik, Kırşehir Ahi Evran, Sakarya ve Yıldız Teknik Üniversiteleri akredite olmuşlardır (<https://www.yokak.gov.tr/2021>). YÖKAK program akreditasyonu süreçlerinde programların “eğitim kalitesini yükseltmeye yönelik isteklilik”, “şeffaflık ve bilgilendirme”, “akreditasyon bilincinin artması”, “öğretim üyesi ve öğrenci iletişimi”, “iç ve dış paydaş farkındalığı” ve “değişim programlarının uygulanması” konularında başarılı olduğunu ifade etmiştir (<https://www.yokak.gov.tr/2020>).

Tablo 1*YÖKAK değerlendirme ölçütleri*

Liderlik, Yönetişim ve Kalite	Eğitim ve Öğretim
Liderlik ve kalite	Program tasarımı, değerlendirmesi ve güncellenmesi
Misyon ve stratejik amaçlar	Öğrenci merkezli öğrenme öğretme ve değerlendirme
Yönetim sistemleri	Öğrenme kaynakları ve akademik destek hizmetleri
Paydaş katılımı	Öğretim kadrosu
Uluslararasılaşma	Toplumsal Katkı
Araştırma ve Geliştirme	Toplumsal katkı süreçlerinin yönetimi ve toplumsal katkı kaynakları
Araştırma süreçlerini yönetimi ve araştırma kaynakları	Toplumsal katkı performansı
Araştırma yetkinliği, iş birlikleri ve destekler	
Araştırma performansı	

Yükseköğretim Kalite Kurulu Başkanı Prof. Dr. Muhsin Kar, yükseköğretimde kaliteden beklentilerinin üniversitelerin Türkiye'nin istikrarlı büyümesine ve sürdürülebilir kalkınmasına nitelikli katkı sağlaması olduğunu belirtmiştir. Başkan Prof. Dr. Kar, kurumsal akreditasyon programının bu kapsamda önemli bir adım olduğunu ifade ederek, kurumsal akreditasyon programı (KAP) ile üniversitelerin araştırma-geliştirme, eğitim-öğretim, kalite, toplumsal katkı, yönetim ve liderlik alanlarında belirlenen ölçütlerle dış değerlendirilmesinin yapıldığını vurgulayarak, değerlendirme sonrasında kriterleri sağlayan üniversitelere kurumsal akreditasyon belgesinin verildiğini vurgulamıştır (<https://www.yokak.gov.tr>). Bu çerçevede 2020 ve 2021 yılında toplam 23 üniversite kurumsal akreditasyon belgesini almıştır. Kurumsal kimlik bilgilerini iç ve dış hedef kitleye anlatmak açısından da önemli avantajlar sağlayan kurumsal akreditasyon süreci özellikle web sayfalarının aktif kullanımını gerektirmektedir. Bu bağlamda 2021 yılının ilk etabında akredite olan Atılım Üniversitesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi (KTÜ), Başkent Üniversitesi, İstanbul Aydın Üniversitesi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversiteleri çalışmaya dahil edilmiş ve söz konusu üniversitelerin kütüphane web sayfaları kurumsal kimlik açısından incelenmiştir. Dijitalleşmenin arttığı ve her türlü bilginin internet siteleri üzerinden elde edildiği dikkate alındığında akredite olan söz konusu üniversitelerin kütüphane web sayfalarında neler paylaştıkları ve hangi bilgilendirme metotlarını kullandıkları önemli olmaktadır.

Kurumsal Kimlik

Kurumları birbirinden ayıran en önemli özellik kurum kimlikleridir. Kurumun ne/kim olduğu, neyi nasıl yaptıklarının açıklaması olarak ifade edilen kurum kimliği; kurum felsefesi (inanç ve yargılar), kurumsal iletişim (iletişim biçimi), kurumsal davranış (temel kurallar bütünü), kurumsal dizayn (görsel kimlik), kurumsal kalite unsurlarından oluşmaktadır. Kurum kimliğini oluşturan bu unsurların birbirini tamamlayarak ve dengeli şekilde bir araya gelmesiyle kurumu gerçekten yansıtan bir kimlik ortaya çıkabilir (Derin ve Demirel, 2010; Yeygel, 2005). Kurum kimliği, kurumların dış ve iç paydaşlarıyla ilişkilerinde kendilerini nasıl ifade ettikleri ile ilgili bir durumdur. Bu kapsamda kurum kimliğinin dört unsuru yansıttığı söylenebilir; kim olduğun, ne yaptığın, nasıl yaptığın ve nereye gitmek istediğin ile ilgili soruların yanıtı kurum kimliğini yansıtmaktadır (Aydınalp, 2014). Kurum kimliği; kurum çalışanları, kurumsal iletişim, kurum çevresi, kurumun hizmet ve ürünleriyle yaptığı toplam iletişimi ifade etmektedir (Bayçu, 2012). Kurum kimliği oluşturmak ayrıntılı ve uzun bir süreci gerektirir. Stratejik bir planlamayı gerektiren kurum kimliği, birçok unsurun bir araya gelmesiyle meydana gelir. Kurum kimliği, kurum ya da kişilerin kendilerinin kim olduklarını paydaşlarına bildirme ve bu sayede diğerlerinden ayrılma ve fark edilme anlayışının bir göstergesidir. Doğru bir kurumsal kimlik oluşturmak için hedef kitlelerin kim olduğu, ne iş yaptığı ve kurumun kattığı değer ne olduğunun net bir şekilde ortaya konulması gerekir (Belasen, 2008). Kurumsal kimlik, kurumların hedef kitleler tarafından nasıl algılandığı, diğer kurumlardan nasıl farklılaştığını ve kurumun nasıl bir konumlandırma yaparak kendini anlattığını ifade etmektedir (Silsüpür, 2015). Kurumların kendilerini anlatma ve sunma biçimi, akılda kalıcılığı sağlayan kurum ismi, renk, logo (sembol), yazı karakteri, slogan, tipografi çalışmaları kurumun yapısıyla özdeşleşerek yapmaları önemli hale gelmiştir (Silsüpür, 2020). Kurumun kimliğini anlatmak için kullandığı unsurlar görsel kimlik olarak ifadelendirilebilir. Kurum kimliği yapısının bir parçası olan kurumsal görsel kimlik, kurumun anlatmak istediklerini görselleştirerek, kurumsal imajın yerleşmesine ve sürdürülmesine katkı sunmaktadır (Bayçu ve Ustaoglu, 2015).

Kurumsal Kimlik ve WEB Sayfaları

Kurumsal kimliği en iyi yansıtan iletişim aracı kurumların web sayfalarıdır. Kuruma ait bütün içeriklerin (kurum felsefesi, kurumsal iletişim, kurumsal davranış, kurumsal kalite) bulunduğu web sayfaları aynı zamanda kurum imajını yansıtan önemli unsurlardandır (Başok ve Çoşkun, 2009). Kurumların sanal ortamda dışa açılan pencereleri olarak nitelendirilen kurum web sayfaları hedef kitlenin sık ziyaret ettiği ortamlardır. Kurum web sayfasının etkin ve verimli olarak tasarlanması hedef kitlenin kurum ile ilgili algısını olumlu yönde etkilemektedir. Hedef kitlelere mesajları aracısız ve hızlı bir şekilde iletmenin önemli bir aracı olarak görülen web sayfaları (Pollach, 2005), aynı zamanda kurumla etkileşim kurulmasına imkân sağlayıp, iletişimin iki yönlü akışına olanak sunmaktadır (Leichty ve Esrock, 2001).

Önemli bir halkla ilişkiler aracı olan kurum web sayfaları kurumun değerlerini, amaçlarını ve kültürel unsurlarını paylaştıkları bir ortam olarak dikkat çekmektedir (Onat, 2014). Kurumların fiziki ortamları kadar önemli olan kurum web sayfaları (Tosun, 2020) aynı zamanda önemli bir başvuru kaynağı olarak görülmektedir (Yalın ve Silsüpür, 2017). Kurumların hedef kitlelerine etkili ve ucuz bir şekilde mesajını iletme imkânı sunan web sayfaları (Peltekoğlu, 2004), ilk bilgi kaynağı olarak sürekli güncellenebilen yapıları sayesinde tercih edilmektedir (Boztepe, 2014). Kurumsal web sayfalarında bulunan basın odalarını güncel verileri almak için medya çalışanları aktif olarak kullanmaktadır (Alikılıç 2011). Söz konusu konu ile ilgili araştırma yapan Tarhan (2013), radyo, gazete ve televizyon alanındaki yayıncı kuruluşlarda hizmet veren 110 medya çalışanı üzerinde gerçekleştirdiği araştırma sonucunda kurumsal web sayfalarının düzenli güncellenmesi durumunda editör ve muhabirlerce bilgi kaynağı olarak kullanılabileceğini belirlemiştir. Profesyonel bir şekilde hazırlanmış web sayfaları kurumların rakiplerinden ayrılarak hedef kitle tarafından tercih edilebilir hale gelmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Bakmaz ve Görkemli, 2018).

Web tabanlı itibarını güçlendirmek isteyen kurumların web sayfalarında kurumun misyonu ve vizyonu, tarihçesi, yatırımcı ilişkileri, yönetim kurulu raporları, finansal tablolar, basın bültenleri, iletişim bilgileri ve güncel haberler gibi bilgiler yer almalıdır (Gökdağlı, 2010). Bir çalışmada Türkiye’de 2018 yılında kurulan üniversitelerin web

sayfaları kurumsal kimlik açısından karşılaştırılmış, ilgili üniversitelerin web sayfalarında kurumsal felsefenin üniversitelerin en çok önemseydiği alt başlığın kuruluş bilgisi olduğu belirlenmiştir. Vizyon, misyon ve temel değerler alt başlıklarında üniversitelerin yarıya yakın bir kısmı bilgi paylaşmamıştır. Kurumsal davranış açısından, üniversite bünyesinde faaliyet gösteren fakültelerin bağımsız dış denetim kurumları tarafından denetlenmediği ve söz konusu bilgilerin üniversite web sayfasında paylaşılmadığı tespit edilmiştir. Birçok üniversitenin kurumsal tasarım konusunda bütüncül bir bakış açısına sahip olmadığı belirlenmiştir. Bazı üniversitelerin web sayfalarında kurumsal kimlik linklerinin bulunmadığı, bu linklere tıkladığında farklı içeriklerle karşılaşıldığı bulunmuştur. Kurumsal iletişim açısından değerlendirildiğinde üniversitelerin sosyal medya hesapları bulunduğu ancak bazı üniversitelerin sosyal medya ikonlarına tıkladığında ilgili hesaba erişimin sağlanamadığı ortaya çıkmıştır (Silsüpür, 2020). Başka bir çalışmada, en çok tercih edilen ilk 10 üniversitenin kurum web sayfalarını kurum kimliği unsurları açısından inceleyen Koçer (2017), üniversitelerin kurumsal internet sitelerinin tasarım ve görsel unsurlar açısından yeterli olduğunu, kurumsal iletişim unsuru açısından çalışanlara, öğrencilere ve mezunlara yönelik iletişim kanallarının geliştirilmesinin gerektiğini belirlemiştir.

Türkiye'deki kamu kurumlarında kurumsal iletişimin web sayfalarına yansımaları inceleyen Mert (2019), 20 kamu kurumunun web sayfalarında çeşitli iletişim araçlarıyla kurumsal iletişim bağlamında dış hedef kitleye daha fazla önem verildiğini buna karşılık iç hedef kitlenin yeterince önemsenmediğini belirlemiştir. Web sitesinde iyi bir başlangıç için; şirket adı, adresi, şirket haberleri, yatırımcı bilgileri, iletişim bilgileri, iş fırsatları, sıkça sorulan sorular, ofis ve site haritası, gizlilik bilgileri, arama motoru, amblemi, kuruluş logosu, vizyon, misyon ve amacı, geri bildirim mekanizması, yenilikler köşesi, bağlantı linkleri, güncelleme, yıllık raporlar, çalışanların listesi, medya bölümü, araştırmalar ve arşiv bölümü yer almalıdır. Ayrıca şirketin yaptığı ürün ve sunduğu hizmet açıklanmalıdır (Güçdemir, 2012). Gelişen ve ilerleyen internet teknolojisi halkla ilişkilerin temeli olan çift yönlü iletişimi hızlandırıp geliştirirken, kuruluşlar web siteleri aracılığıyla kendilerini tanıtmaya ve kurumsal faaliyetlerini internet ortamına taşıma fırsatı bulmuşlardır. İnternette web sayfaları aracılığıyla yer alan kuruluşlar kurumsal

kimliklerini güçlendirmenin yanında kurumsal imajlarını da geliştirmişlerdir. Dolayısıyla web sayfaları kurumun ayrıntılı olarak tanınmasına katkı sağlamaktadır (Karsak, 2008).

Üniversite Kütüphanelerinin Web Sayfaları

Üniversiteler, ülkelerin ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan gelişimine katkı sağlayacak bireylerin yetiştirilmesinde önemli rol oynamaktadır. Temel görevleri eğitim-öğretim hizmeti vermek olan üniversitelerin amaçları doğrultusundaki işlevlerini yerine getirebilmesi için en önemli gereksinimleri bilgidir. Üniversitelerde kalite güvencesi; liderlik, eğitim ve öğretim, araştırma ve geliştirme, toplumsal katkı ve yönetim sistemlerinin kapsamlı, sistematik ve düzenli olarak değerlendirilmesini kapsamaktadır (Taşcı ve Lapçın, 2023, 1). Örneğin bir üniversitede öğrenim gören öğrencilerin okulda sunulan hizmetlere yönelik kalite algılarının tespiti amacıyla yapılan çalışmada, öğrencilerde güven duygusu yaratmayı ifade eden “güven” boyutuna yönelik kalite algısı en yüksek düzeyde gerçekleştiği belirlenmiştir (Devebakan, Egeli ve Koçak, 2019, 201). Üniversite öğrencilerine yönelik yapılan bir çalışmada, yükseköğretimdeki en önemli kalite göstergelerinin “tesisler, kütüphane ve teknoloji merkezleri”, “yönetim”, “öğretme-öğrenme süreci”, “bilimsel ve sosyal etkinlikler”, “öğrenciler” ve “öğretim elemanı” şeklinde sıraladıkları tespit edilmiştir (Can, 2021, 54). Ataman ve Adıgüzel (2019) tarafından yapılan çalışmada, öğrencilerin yükseköğretimde en önemli gördükleri kalite boyutu “yönetim”, diğer kalite boyutları “fizikî alt yapı ve tesisler”, “öğretme öğrenme süreci” ve “bilimsel ve sosyal etkinlikler” olmuştur. Meraler (2011) tarafından yapılan çalışmada, eğitim fakültesi öğrencileri; “tesisler, kütüphane ve teknoloji merkezleri” boyutunda en önemli kalite göstergesini “üniversitenin kütüphanesinde zengin basılı ve elektronik kaynakların yer alması” olarak belirtmişlerdir. Üniversitelerin kalbi olarak nitelendirilen kütüphaneler (Teklemariam, 2019), öğrencilerin ve araştırmacıların bilgiye erişimi konusunda etkili bir öneme sahiptir (Şensoy ve Sarı, 2020). Üniversite kütüphaneleri üniversitelerin asli unsurları olan öğrencilerin ve öğretim elemanlarının bilgi gereksinimlerini karşılamak amacıyla hizmet veren kurumlardır (Odabaş ve Odabaş, 2009, 83). Bilgiye erişim üniversiteler ve zengin kütüphanelerin varlığı ile mümkündür (Bezirci, 2018). Kütüphaneler bilgi çeşitliliğini web sayfaları aracılığıyla kullanıcılarına yaymaya çalışmaktadır. Bilginin kişisel olarak keşfedilmesine, araştırmacıların ve

öğrencilerin koleksiyonlardan yararlanmasına imkân veren akademik kütüphaneler, öğrenci merkezli ortamlardır. Elektronik kaynakları, öğretim materyalleri ve çeşitli kursların düzenlendiği ortamlar olarak kütüphaneler öğrenme sürecinde önemli bir role sahiptir. Bilgi kaynaklarının birleştiği tek merkez konumunda olan kütüphaneler, sosyalleşmek için önemli olduğu kadar (Watson, 2017; Freeman, 2005) eğitim konusunda rekabetçi olabilmek için önemli mekânlardır (Watson, 2017). Üniversitenin kalbi konumunda olan kütüphaneler (Kaya, 2021), üniversitenin bilimsel yayınlarının saklanması, depolanması ve tüm araştırma camiasına açılmasında önemli bir misyona sahiptir. Bilginin en hızlı ve kolay bir şekilde erişildiği ortamlar olan kütüphanelerin web sayfaları bu anlamda önemlidir. Xu, Quyang ve Chu (2009), yaptıkları çalışmada 81 akademik kütüphanenin web sayfasını incelemiş, söz konusu kütüphanelerin %42'sinde bir veya daha fazla web 2.0 uygulamasının olduğunu, anında mesajlaşma, bloglar ve RSS gibi web 2.0 araçlarının kullanıldığı, teknik hizmetlerde taglardan faydalandığı ve kütüphanecilerin yaygın olarak blogları kullandıkları belirlenmiştir. Google arama motoru ile kütüphane web sayfalarının kullanılabilirliği üzerine bir araştırma yapan Swanson ve Green (2011), kütüphanecilerin web sayfalarında merkezi bir arama motorunun bulunmasını ve bu arama motorunun kolay bir arama arayüz olması gerektiğini vurgulamışlardır.

Henkoğlu (2021) Türkiye'deki 183 üniversite kütüphane web sayfalarının web içeriğini erişilebilirlik kılavuzu ilkeleri doğrultusunda incelemiş, araştırma sonucunda üniversite kütüphane web sayfalarının tamamında en az bir erişilebilirlik hatasının bulunduğunu, en sık karşılaşılan erişilebilirlik hatasının "boş bağlantı" hatası olduğunu ve web sayfalarının %93 oranında en az bir öğede kontrast hatası olduğunu tespit etmiştir.

Kütüphane web sayfaları kapsamında Yi (2015) tarafından gerçekleştirilen çalışmada engelli ve yaşlı bireylerin kullandığı halk kütüphanelerinin web sayfalarının erişilebilirlikleri araştırılmıştır. Çalışmada web erişilebilirliğinin bütçe yetersizliği, bireysel ve kurumsal bilgi, beceri veya farkındalık eksikliği gibi çeşitli faktörlerden etkilenebileceği belirtilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre kütüphane web sayfalarının birçoğunun erişilebilirlik ilkelerine uygun bir şekilde tasarlanmadığı belirlenmiştir. Aydın (2012) yaptığı çalışmada benzer sonuçlara ulaşmıştır. Çalışmada üniversite

kütüphane web sayfalarının görme engelli kullanıcılara uygun olarak tasarlanmadığı, bu nedenle öğrencilerin kütüphane hizmetlerinin kullanımında ve bilgi kaynaklarına erişimde sorunlar yaşadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın sonuçlarında görme engelli öğrencilerin ekran okuyucu programları etkin olarak kullanamadıkları, bilgi kaynaklarının kendileri için uygun formatta olmadığı, veri tabanlarını ve katalog ara yüzünü kullanırken sorun yaşadıkları ortaya çıkmıştır. Başka bir çalışmada 174 üniversite kütüphane web sayfasını engelli kullanıcılara yönelik tasarlanıp tasarlanmadığını araştıran Zencir, Kutlutürk ve Subaşıoğlu (2017), çalışmada öncelikle engelli kullanıcılara yönelik kütüphanelerin web sayfalarının ana sayfasından ulaşılabilen bağımsız bir web sayfasının olup olmadığı araştırılmış ve sadece 40 kütüphane web sayfasında engelli kullanıcılara yönelik bir sayfanın olduğu belirlenmiştir. Çalışmada 174 kütüphane web sayfasının sadece %27'sinde engelli kullanıcılara yönelik hizmet verdiği, bu oranın yeterli düzeyde olmadığı vurgulanmıştır.

Kütüphaneler, web siteleri aracılığıyla bilgi hizmetlerinin desteklenmesinde ve yaygınlaştırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Kütüphane web sayfalarının kullanılabilirliği ve erişilebilirliğini artırmak amacıyla çalışmaların yapılmasını öneren Verma ve Shukla (2018), kütüphane web sayfalarında çok dilli seçeneklerin benimsenmesinin önemli olduğunu vurgulamaktadırlar. Verma ve Shukla (2018) yaptıkları araştırmada, kütüphane web sayfalarında yalnızca %36'sında "kolay erişilebilir site arama" özelliğinin olduğunu, "sosyal ağ siteleri"ni kullanma oranının %57 olduğunu, sadece %43'ünün "YouTube" kullandığını, bilgi paylaşımı için Twitter'i kullanma oranının %36 olduğu belirlenmiştir. Blogların %21 oranında kullanıldığı, anlık mesajlaşma özelliğinin sadece %7 olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Kütüphane web sayfalarında "bize ulaşın" bağlantısı %100 oranında bulunurken, kütüphane hakkında bilgi oranı %93 olarak belirlenmiştir. Kütüphane hizmetleri %71 oranında mevcutken, %64'ü web sayfalarında "açılış saatleri"ni vermiştir. Kütüphanelerin sadece %7'si kütüphane web sitesi ziyaretçi sayacını kullanmıştır.

İyi üniversitelerin araştırmaya yer vererek sağlıklı bir toplumun temelini oluşturduklarını vurgulayan Kahtri ve Baheti (2013), özellikle kütüphanelerin web sayfalarının artık bilgi ve öğrenme fırsatları sağlayan durumda olduğunu ifade etmektedirler. Kütüphane web

sayfaları, kaynaklar kadar koleksiyon, hizmetler ve farklı faaliyetler hakkında ayrıntılı bilgi yayınlamak için mükemmel ortamlardır. Ancak üniversite sitelerinin çok azı kütüphane, kaynakları ve hizmetleri hakkında ayrıntılı bilgi sağlamaktadır. Web sitesi ve kütüphane sayfalarının, web sitesinin kullanıcı ihtiyacına ve güvenilirlik konusuna göre iyileştirilmesine yardımcı olacak web tasarımı, erişilebilirlik, düzenleme vb. gibi belirlenmiş kriterler kullanılarak periyodik olarak değerlendirilmesi gerekir. Web sitelerinin çoğu, güvenilirlik açısından değerli bir konu olabilecek güncelleme tarihi bilgisine sahip değildir, bu yüzden sağlanması zorunludur (Kahtri ve Baheti, 2013). Kumar ve Verma (2018) tarafından 700'den fazla üniversite arasından en iyi üniversiteleri arasında yer alan ve Hindistan Merkez Bölgesi'ndeki NAAC tarafından akredite edilmiş "A" dereceli üniversitelerin kütüphane web sayfalarının analiz edildiği çalışmada, kütüphane hakkında bilgiler, kaynaklar ve dijital hizmetler konusunda zenginleştiği tespit edilmiştir. Çalışmada Vikram Üniversitesi'nin kütüphane web sayfasının en iyi kütüphane web sayfası olduğu bulunmuştur. Haridasan ve Uwesh (2014), akademik kütüphane web sayfalarında grafik kullanımının kütüphane kullanıcılarını sayfaya girmek ve içeriğini incelemek konusunda motive ettiğini vurgulamışlardır.

Bilginin dijitalleşmesi, yepyeni bir kavramı beraberinde getirmiş ve kütüphaneleri fiziksel varlığı olmayan bir bağlantı olarak web sayfaları aracılığıyla bilgi çağının başlangıcına işaret etmiştir. Web sayfaları çevrimiçi eğitim ve öğretim için hizmet vermektedir. Diğer bir çalışmada bilgi kaynaklarının önemi dikkate alınarak beş üniversite ve bir enstitü kütüphane web siteleri analiz edilmiştir. Çalışmada tüm kütüphanelerin web sitelerinde e-kitaplar, e-dergiler, e-veri tabanları, kurumsal arşivlere bağlantılar, konsorsiyum kaynakları ve dijital kütüphaneler, açık erişim kaynakları ve parola erişimini içeren önemli kaynak ve bilgilerin sağlandığı ortaya koyulmuştur (Khowaja ve Fatima, 2021). İngiltere'de bir üniversite kütüphane web sayfasının hizmetler, destek ve kaynakların yanı sıra bilgi okuryazarlığı rehberliği ve diğer bilgiler için bir vitrin görevi gördüğü belirlenmiştir (Collinson, Porter ve Work, 2021).

Akreditasyon çalışmalarından başarılı sonuçlar alınması için üniversite kütüphanelerinde çalışanların bilgi ve deneyimlerinin eğitim verilerek artırılmasını ve kütüphanelerdeki yetişmiş eleman eksikliğinin giderilmesi için önlemler alınmasını öneren Bulut (2004,

201), öğrencilerin ve araştırmacıların sosyal, güncel, politik, kültürel ve ekonomik sorunları takip edip analiz yapmaları ve öneriler sunmaları için üniversite kütüphanelerinde bilgiye erişimin en hızlı şekilde sağlanması gerektiğini vurgulamaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada verilerin analizini ortaya koymak amacıyla içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi tekniğinin ortaya koyduğu bakış açısı çerçevesinde yukarıda belirtilen araştırma amaç ve hedeflerine ulaşılmıştır. İçerik analizinin uygulanması birtakım aşamaları içermektedir (Bilgin, 2006): (1) araştırma hedeflerini belirlemek, (2) örneklemin oluşturulması, (3) örneklemin bölüneceği birimler, maddeler ya da kayıt birimleri ve bunların içinde toplanacağı kategorilerin saptanması, (4) birimlerin ve kategorilerin frekansları ve gerekirse kategoriler arasındaki ilişkiler çözümlendikten sonra değerlendirme, çıkarsama ve yorumlama aşaması. İçerik analizinde örneklem incelenecek iletişime bağlı olarak sınırlı sayıda gazete, dergi, öykü, film, reklam ve diğer iletişim araçlarından veya türlerinden olabilir. Çalışmanın amaç ve hedefleri belirlendikten sonra, örneklem aşamasında Yükseköğretim Kalite Kurulunca 2021 yılında tam akredite edilmiş yükseköğretim kurumları belirlenmiştir. Yükseköğretim Kalite Kurulunun web sayfasında bulunan kurumsal akreditasyon sekmesi üzerinden yedi yükseköğretim kurumunun beşer yıllığına tam akredite edildiği görülmüştür (Tablo 1).

Tablo 1

Tam akredite olmuş yükseköğretim kurumlarının listesi

S. N.	Üniversite	Kütüphane URL	Kısaltma	Akreditasyon Tarihi
1	Atılım Üniv.	https://www.atilim.edu.tr/tr/library	Atılım	25.05.2022-25.05.2027
2	Başkent Üniv.	https://lib.baskent.edu.tr/tr/	Başkent	27.04.2022-27.04.2027
3	İstanbul Aydın Üniv.	https://www.aydin.edu.tr/tr-tr/iau-hakkında/yonetim/genelsekreterlik/kutuphane/Pages/default.aspx	Aydın	25.05.2022-25.05.2027
4	Karadeniz Teknik Üniv.	https://www.ktu.edu.tr/library	KTU	25.05.2022-25.05.2027

5	Kırşehir Ahi Evran Üniv.	https://idari.ahievran.edu.tr/kutuphane	Ahi Evran	27.04.2022-27.04.2027
6	Sakarya Üniv. Yıldız Teknik Üniv.	https://kutuphane.sakarya.edu.tr/	Sakarya	28.06.2022-28.06.2027
7	Teknik Üniv.	https://ktp.yildiz.edu.tr/	Yıldız	27.04.2022-27.04.2027

Çalışmanın amacı

Kurumları birbirinden ayıran en önemli özellik ne/kim olduğu, neyi nasıl yaptıklarının açıklaması olarak ifade edilen kurum kimlikleridir. Bu bağlamda web siteleri kurum kimliğini ifade eden bir araç olarak kurumlarca kullanılmaktadır. Bu çalışmanın amacı Yükseköğretim Kalite Kurulunca 2021 yılında tam akredite edilmiş yükseköğretim kurumlarının kütüphane web sayfalarının kurumsal kimlik çerçevesinde incelenmesini amaçlamaktadır. Çalışmanın hedefleri arasında aşağıdaki başlıklar bulunmaktadır.

1. Tam akredite olmuş yükseköğretim kurumlarının kütüphane web sitelerinin içeriklerini analiz etmek.
2. Kütüphanelerce sunulan hizmet ve olanakları tespit etmek.
3. Üniversite kütüphane web sitelerinin iyileştirilmesi için çeşitli öneriler sunmak.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Yükseköğretim Kalite Kurulu (YÖKAK) tarafından akredite edilen üniversiteler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini ise; YÖKAK tarafından 2021 yılında ilk etapta akredite edilen Atılım, Başkent, İstanbul Aydın, Karadeniz Teknik, Kırşehir Ahi Evran, Sakarya ve Yıldız Teknik Üniversiteleri oluşturmaktadır. Çalışmada söz konusu üniversitelerin kütüphane web sayfaları kurumsal kimlik açısından incelenmiştir.

Veri Toplama

Yukarıda belirtilen yükseköğretim kurumlarının kütüphane web sitelerinden çalışmanın verileri toplanmıştır. Elde edilen veriler Haridasan ve Uwesh (2014); Kuri ve O (2018); Kumar ve Verma'nın (2018) çalışmalarında kullandıkları kodlama formlarından faydalanılarak içerik analizine tabi tutulmuştur.

Veri Analizi

Çalışma kapsamında elde edilen veriler; oluşturulan kodlama formu çerçevesinde analiz edilmiştir. Kodlama formu altı bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler (1) Kütüphane Web sitelerine erişim, (2) Kütüphaneler hakkında genel bilgi, (3) Kütüphane koleksiyonu hakkında bilgi, (3) Kütüphane hizmetleri hakkında bilgi, (4) E-kaynaklar ve Dijital Hizmetler Hakkında Bilgi, (5) Web yönetimine ait bilgiler ve (6) Sosyal ağ bilgileri olarak isimlendirilmiştir. İçerik analizi sırasında her bir içeriğin varlığını belirlemek için mevcut bulunuyor (Var=1) ve mevcut yok (Yok=0) şeklinde kodlar kullanılmıştır.

BULGULAR

Yükseköğretim kurumlarına ait web sayfaları genel olarak değerlendirildiğinde izleyicileri karşılayan bir ana sayfada üniversite hakkında, akademik, idari birimler, öğrenci, kampüste yaşam, duyurular ve haberler gibi sekmelerden oluşan bir web tasarımı mantığının hâkim olduğu görülmektedir. Bu yolla web üzerinden ulaşılmak istenilen hedef kitle ya da üniversite kurumsal yapısının bu tasarımın mantığının oluşmasında belirleyici olduğu söylenebilir. Kütüphane web sayfalarına ait içerik analizi bulguları aşağıda başlıklar halinde sunulmuştur. Böylece kütüphanelerin kurumsal kimliklerini oluşturma bağlamında, web sayfalarının sunduğu olanaklar göz önünde tutularak, web sayfalarını kullanım özellikleri daha ayrıntılı bir biçimde serimlenebilmiştir.

Erişilebilirliğe Yönelik Bulgular

Tablo 2

Kütüphane web sayfalarının erişilebilirliği

S.N.	Kontrol Listesi	Üniversite Adı							Sayı (n=7)	Yüzde
		Atılım	Başkent	Aydın	KTU	Ahi Evran	Sakarya	Yıldız		
1	Ana sayfada kütüphane adıyla bağlantı	1	1	0	1	1	1	1	6	%86
2	Diğer yolla bağlantı	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
3	Kampüs yaşamı ile bağlantı	0	1	0	0	0	1	1	3	%43
Toplam		2	3	1	2	2	3	3		

İlk bulgular erişilebilirliğe yöneliktir. Bu bulgulara göre incelemeye alınan kütüphane web sitelerine erişim İstanbul Aydın Üniversitesi hariç diğer altı yükseköğretim kurumunun web ana sayfasında bulunan bağlantı ile gerçekleştirilmektedir (%86). Ayrıca incelenen tüm kütüphanelerin web sayfalarına idari birimler sekmesi altında bulunan Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı sekmesi ile erişim sağlanabilmektedir (%100). Yine web ana sayfasında bulunan diğer bir sekme olan kampus yaşamı sekmesi üzerinden üç üniversite kütüphanesine erişim sağlanabilmektedir (%43).

Kütüphanelere Ait Genel Bilgiler

Tablo 3

Üniversite Kütüphaneleri Hakkında Genel bilgiler

S.N.	Kontrol Listesi	Üniversite Adı							Sayı (n=7)	Yüzde
		Atılım	Başkent	Aydın	KTU	Ahi Evran	Sakarya	Yıldız		
1	Kütüphane adı	1	0	1	1	0	0	1	4	%57
2	Kütüphane hakkında	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
3	Tarihçe	1	0	0	1	0	0	1	3	%43
4	Misyon	1	0	0	1	1	1	1	5	%71
5	Konum/yer	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
6	Site haritası	0	1	0	0	0	1	0	2	%29
7	Bina hakkında bilgiler	1	1	1	0	1	1	1	6	%86
8	Kütüphane saatleri	1	1	0	1	0	1	1	5	%71
9	Kütüphane kuralları ve düzenlemeleri	1	1	0	1	1	0	1	5	%71
10	Haberler ve etkinlikler	1	1	0	1	1	1	1	6	%86
11	Üyelik	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
12	Kütüphane turu	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
13	SSS	1	0	0	0	1	0	1	3	%43
14	Güncellenme tarihi	0	0	1	0	0	0	0	1	%14
15	İletişim adresi	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
16	Geri bildirim	1	1	1	1	0	1	0	5	%71
17	İdari faaliyet	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
18	E-posta	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
19	Faks numarası	1	1	0	1	1	1	1	6	%86
20	Telefon numarası	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
21	Ziyaretçi miktarı	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
22	Web sayacı	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
23	Kat planı	1	1	0	0	0	0	1	3	%43
24	Kütüphane komitesi	1	0	0	0	0	0	0	1	%14
25	Yıllık rapor	0	0	0	0	0	0	0	0	%0

26	Personel dizini	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
27	Bölüm/şube kütüphanesi hakkında bilgiler	1	1	0	0	0	1	1	4	%57
28	Emanet dolabı	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
29	Fotoğraf galerisi	0	1	0	0	0	1	0	2	%29
30	Kütüphanenizi tanıyın	1	1	1	0	0	0	0	3	%43
Toplam		%70	%60	%40	%50	%43	%53	%60		

Web siteleri üzerinden akredite olmuş üniversite kütüphanelerine ait genel bilgileri ortaya koyan bulgulara göre (Tablo 3) kütüphane hakkında, konum/yer, iletişim adresi, e-posta, telefon numarası, personel dizini ve üyelik hizmetleri konusunda bilgilerin tam olarak verildiği belirlenmiştir (%100). Yine üniversitelerin tümüne yakınında bina hakkında bilgiler, haberler ve etkinlikler ile faks numarası bilgileri verilmiştir (%86). Bu bulgulara ek olarak misyon, kütüphane çalışma saatleri, kütüphane kuralları ve düzenlemeleri ile geri bildirim web sitelerinin %71'inde bulunmaktadır. Bazı üniversitelerin kütüphanelerine özel isimler verdiği (%57), web sitelerinde bölüm/şube kütüphaneleri hakkında da bilgiler verdiği (%57) görülmüştür. Ancak genel bilgiler başlığı altında değerlendirilen tarihçe, sık sorulan sorular (SSS), kat planı, kütüphanenizi tanıyın (%43), site haritası, fotoğraf galerisi (%29), güncellenme tarihi, kütüphane komitesi (%14) gibi bilgilere web sitelerinde daha nadir rastlanmıştır. Kütüphane web sitelerinde hiç rastlanamayan bilgiler ise kütüphane turu, idari faaliyet, ziyaretçi miktarı, web sayacı, yıllık rapor ve emanet dolaplarının kullanımına yönelik bilgilerdir. Üniversiteler özelinde bir değerlendirme yapıldığında, kütüphane kullanıcılarının web sitesi üzerinden genel bilgiler başlığı altında bulunan konuların %40'ı ile %70'i arasındaki bir miktarına erişim sağlayabildikleri söylenebilir.

Kütüphanelerin Koleksiyonlarına Ait Bulgular

Tablo 4

Kütüphane koleksiyonu hakkında bilgi

S.N.	Kontrol Listesi	Üniversite Adı							Sayı (n=7)	Yüzde
		Atılım	Başkent	Aydın	KTU	Ahi Evran	Sakarya	Yıldız		
1	Kitaplar	0	1	1	0	0	1	0	3	%43
2	Ses/Video/CD/DVD	1	1	1	0	0	1	0	4	%57

3	Sürelî Yayınlar	0	1	1	0	0	1	1	4	%57
4	Mikrofilm	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
5	Haritalar	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
6	Fotoğraflar	0	1	0	0	0	0	0	1	%14
7	Tezler	0	1	0	0	0	1	0	2	%29
8	Projeler	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
9	Fakülte Yayınları	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
10	Yasal Raporlar	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
11	Raporlar	0	0	0	0	1	1	0	2	%29
Toplam		%9	%45	%27	%0	%9	%45	%9		

Üniversite kütüphanelerinde bulunan koleksiyon hakkında elde edilen bulgular incelendiğinde incelenen yedi üniversiteden dördünde (%57) süreli yayınlar ve ses/video/CD/DVD koleksiyonu hakkında bilgi verdiği görülmektedir. Kütüphane koleksiyonlarında fiziki olarak ilk sırada bulunan kitaplar hakkında ise sadece üç üniversitenin (%43) web sitesinde bilgilerin bulunduğu görülmektedir. Tez arşivleri (%29) ve raporlar (%29) iki üniversitede; fotoğraf arşivleri (%14) hakkında bilgilere bir üniversitede rastlanmıştır. Koleksiyonun parçası olabilecek mikrofilm, harita, proje, fakültelerin yayınları ve yasal raporlara dair bilgilere web sayfaları üzerinden ulaşamamıştır. Üniversitelerin kütüphane koleksiyonları hakkında bilgi sunma oranları %9 ile %45 arasında değişmektedir.

Kütüphane Hizmetlerine Ait Bulgular

Tablo 5

Kütüphane hizmetleri hakkında bilgi

S.N.	Kontrol Listesi	Üniversite Adı							Sayı (n=7)	Yüzde
		Atılım	Başkent	Aydın	KTU	Ahi Evran	Sakarya	Yıldız		
1	Kamuya açık elektronik katalog	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
2	Kendi kendine giriş, çıkış	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
3	Belge teslim hizmeti	0	1	0	0	1	0	1	3	%43
4	Referans hizmeti	0	1	0	1	0	1	1	4	%57
5	Bibliyografik hizmet	0	1	0	0	0	0	0	1	%14
6	Reprografik hizmet	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
7	İndeksleme hizmeti/CAS/SDI	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
8	Araştırmacı hizmeti	0	0	0	0	0	0	0	0	%0

9	Eğitim ve rehberlik	1	1	0	1	1	1	1	6	%86
10	İntihal karşıtı	0	1	0	0	1	0	0	2	%29
11	Mevcut ekleme/yeni gelenler	0	1	0	1	1	0	1	4	%57
12	Teknoloji olanakları (wifi-laptop vb.)	1	1	1	0	1	1	0	5	%71
13	Kütüphaneler arası ödünç verme	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
14	Danışma	1	1	1	0	1	1	0	5	%71
15	İnternet erişim hizmeti	1	1	1	0	1	1	0	5	%71
16	Okuma odası	1	1	0	1	0	0	0	3	%43
17	Malzemenin yenilenmesi	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
18	Tahakkuk eden para cezası	1	0	0	1	1	0	1	4	%57
19	Malzeme rezervasyonu	1	1	1	1	0	0	1	5	%71
20	Kütüphaneciye sor	1	1	0	0	1	0	0	3	%43
21	Kitap öneri formu	0	0	0	0	0	1	0	1	%14
22	Dışarıdan üyelik hizmeti	1	0	1	0	0	0	1	3	%43
23	Baskı tesisi	0	1	0	0	0	0	0	1	%14
24	Basın kupürleri	1	0	0	0	0	0	0	1	%14
25	İndirilenler/formlar	1	1	0	0	1	0	0	3	%43
26	Çevrimdışı arama hizmeti	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
27	Atıf yönetimi	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
28	İstatistiksel analiz hizmeti	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
29	Kurumsal arşiv	1	1	0	0	1	1	1	5	%71
30	Kitap ödünç verme	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
Toplam		%50	%60	%27	%30	%47	%33	%37		

Kütüphanelerde bulunan hizmetler ve bu hizmetlerin verilmiş biçimlerine dair bulgular tüm üniversitelerin web sayfaları üzerinden kamuya açık elektronik katalog hizmetinin verildiğini bunun yanı sıra kitap ödünç alma ve kütüphaneler arası ödünç alma hizmetleri hakkında bilgilerin bulunduğunu göstermiştir (%100). Yine üniversite web sitelerinin çoğunda eğitim ve rehberlik (%86), teknoloji olanakları, internet erişim hizmeti, danışma hizmetleri, malzeme rezervasyonu ve kurumsal arşiv (%71) gibi hizmetler hakkında bilgiler bulunmaktadır. Web siteleri üzerinden koleksiyona yeni eklenenler, alınabilecek cezalar ve referans hizmetleri hakkında bilgileri sunan üniversitelerin miktarı dört olarak belirlenmiştir (%57). Diğer hizmetlerden belge teslim hizmeti, okuma odası, kütüphaneciye sor, dışarıdan üyelik, indirilenler/formlar üzer üniversite web sitesinde

görülmüştür. Bilgilerine ya da varlığına rastlanamayan hizmetler arasında kendi kendine giriş ve çıkış (ödünç alma verme), reprografi hizmeti, indeksleme hizmeti, araştırmacı hizmeti, çevrimdışı arama hizmeti ve istatistiksel analiz hizmeti sayılabilir. Üniversitelerin kütüphane hizmetleri hakkında web sayfaları üzerinden bilgi sunma oranları %27 ile %60 arasında değişmektedir.

Dijital Hizmetlere Ait Bulgular

Tablo 6

E-Kaynaklar ve dijital hizmetler hakkında bilgi

S.N.	Kontrol Listesi	Üniversite Adı							Sayı (n=7)	Yüzde
		Atılım	Başkent	Aydın	KTU	Ahi Evran	Sakarya	Yıldız		
1	E-Kitaplar	1	1	1	0	1	1	1	6	%86
2	E-Dergiler	1	1	0	0	1	1	1	5	%71
3	Çevrimiçi Veri tabanı	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
4	Çevrimiçi Seminerler	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
5	Kurumsal Arşiv	1	1	0	0	1	1	1	5	%71
6	Tek Pencere araması	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
7	Uzaktan erişim	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
8	Deneme Kaynakları	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
9	Konu Ağ Geçitleri	0	1	0	0	0	0	0	1	%14
10	Açık Erişim	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
11	E-Tez	1	0	0	0	0	1	0	2	%29
12	E-Standartları	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
13	E-Patentler	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
14	Çevrimiçi Sergi	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
15	Çevrimiçi Katalog	1	1	1	1	1	1	1	7	%100
16	Veri Portalı	0	0	0	0	0	0	0	0	%0
17	Bibliyografik veri tabanı	0	1	0	0	1	0	0	2	%29
Toplam		%59	%65	%41	%35	%59	%59	%53		

Üniversitelerin tümü çevrimiçi veri tabanı, tek pencere araması, uzaktan erişim ve çevrimiçi katalog hizmetlerini web üzerinden sunmaktadır (%100). Buna ek olarak deneme kaynakları ve açık erişim olanakları hakkında da bilgilere tüm üniversitelerin web siteleri üzerinden ulaşılabilir. Bunu takiben web sayfalarının büyük çoğunluğunda e-dergi ve kurumsal arşiv (%71) hizmetleri de bulunmaktadır. Ancak E-Tez, bibliyografik veri tabanı hizmetleri ikişer üniversitede (%29) ve konu ağ geçidi

hizmetine bir üniversite web sitesinde (%14) rastlanmıştır. Rastlanamayan hizmetler arasında çevrimiçi seminerler, e-standartlar, e-patentler, çevrimiçi sergi ve veri portalı sayılabilir. Bu hizmetlerin sunum oranı %41 ile %59 arasındadır.

Web Yönetimine Ait Bilgiler

Tablo 7

Web yönetimine ait bilgiler

S.N.	Kontrol Listesi	Üniversite Adı							Sayı (n=7)	Yüzde
		Atılım	Başkent	Aydın	KTU	Ahi Evran	Sakarya	Yıldız		
1	Web geliştirme Ekibi	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
2	Web yöneticisi e-postası	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
3	Web Sitesi Güncelleme Tarihi	0	0	1	0	0	0	0	1	14%
4	Gizlilik Bildirimi	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
5	Sorumluluk Reddi Beyanı	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
Toplam		%0	%0	%20	%0	%0	%0	%0		

Üniversitelerin kütüphane web sayfaları yönetimine ait bilgilerin verilme oranları incelendiğinde sadece bir üniversitenin web sitesinin güncelleme tarihinin belirtildiği görülmüştür (%14). Diğer bilgiler web sitesinde belirtilmemiştir.

Sosyal Ağ Bilgileri

Tablo 8

Sosyal ağ bilgileri

S.N.	Kontrol Listesi	Üniversite Adı							Sayı (n=7)	Yüzde
		Atılım	Başkent	Aydın	KTU	Ahi Evran	Sakarya	Yıldız		
1	Kütüphanenin Facebook sayfası	1	1	0	0	0	1	1	4	57%
2	Twitter	1	1	0	0	0	1	1	4	57%
3	Bloglar	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
4	RSS Beslemesi	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
5	Instagram	1	1	0	0	0	1	1	4	57%
6	Youtube	1	0	0	0	0	1	1	3	43%
7	Linkedin	1	0	0	0	0	0	0	1	14%
Toplam		%71	%43	%0	%0	%0	%57	%57		

Kütüphaneler sosyal medya platformları üzerinden de hedef kitlesi ile etkileşim halindedir. Mevcut sosyal medya hesaplarına web sayfaları üzerinden köprüler oluşturmaktadır. Bu bağlamda sosyal ağlar özelinde gerçekleştirilen analiz bilgileri dört üniversitenin Facebook, Twitter ve Instagram (%57); üç üniversitenin Youtube (%43); bir üniversitenin LinkedIn (%14) hesaplarını web üzerinden kullanıcılarına gösterdiği tespit edilmiştir. Diğer sosyal ağ uygulamaları hakkında bilgilere rastlanamamıştır. Yine üç üniversite kütüphanesinde bu bilgilere hiç yer verilmemişken diğerlerinin oranı %43 ile %71 arasında değişmektedir.

Toplam Puanların Değerlendirilmesi

Tablo 9

Web Sitelerinin Toplam Puanları

S.N.	Kontrol Listesi	Üniversite Adı						
		Atılım	Başkent	Aydın	KTU	Ahi Evran	Sakarya	Yıldız
1	Kütüphane Web Sitelerinin Erişilebilirliği (3)	2	3	1	2	2	3	3
2	Genel Kütüphane Bilgisi (30)	21	18	12	15	13	16	18
3	Kütüphane Koleksiyonu Hakkında Bilgi (11)	1	5	3	0	1	5	1
4	Kütüphane Hizmetleri Hakkında Bilgi (30)	15	18	8	9	14	10	11
5	E-Kaynaklar ve Dijital Hizmetler Hakkında Bilgi (17)	10	11	7	6	10	10	9
6	WEB Yönetimine Ait Bilgiler (5)	0	0	1	0	0	0	0
7	Sosyal Ağ Bilgileri (7)	5	3	0	0	0	4	4
Toplam (103)		%52	%56	%31	%31	%39	%47	%45

Yükseköğretim Kalite Kurulunca 2021 yılında tam akredite edilmiş yükseköğretim kurumlarının kütüphane web sayfalarının belirlenen kategoriler üzerinden toplam puanları Tablo 9'da gösterilmiştir. Buna göre incelenen web sayfalarının yedi kategorinin her birisinde bulunan kontrol listelerini tamamlama oranları %31 ile %56 arasında değişmektedir. Bu sonuçlara göre bilgi veya hizmetlerin sunulma oranları üzerinden bir sıralama yapıldığında ilk sırada Başkent Üniversitesi (%56) gelmektedir. Daha sonra

sırayla Atılım Üniversitesi (%52), Sakarya Üniversitesi (%47), Yıldız Teknik Üniversitesi (%45), Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi (%39), İstanbul Aydın Üniversitesi (%31) ve Karadeniz Teknik Üniversitesi (%31) gelmektedir.

SONUÇ

Bir toplumda en önemli kurumlar arasında üniversiteler yer almaktadır. Toplumun kalkınma ve gelişimine önemli katkı sağlayan üniversiteler, eğitim-öğretim, araştırma, geliştirme, toplumsal katkı, liderlik ve kalite çalışmaları açısından önemli bir işleve sahiptirler. Bilginin ve bilimin üretildiği kurumlar olarak üniversiteler, amaç ve hedeflerini stratejik planları çerçevesinde oluşturup yönetmek zorundadırlar. Bu bağlamda Yükseköğretim Kalite Kurulu Başkanlığı 2020 yılında kalite çalışmalarını hızlandırmıştır. 2020 ve 2021 yılında 23 üniversite akredite olmuş, 2022 yılında da 30 üniversite akredite olmak için kurula başvurmuştur. Üniversitelerin kaliteli hizmet vermesine katkı sağlayan ve üniversitelerin stratejik planları çerçevesinde yönetilmesi konusunda teşvik eden Yükseköğretim Kalite Başkanlığından (YÖKAK), 2021 yılında ilk etapta yedi üniversite tam akreditasyon belgesini almıştır. Söz konusu üniversitelerin kütüphane web sayfaları kurumsal kimlik açısından incelenmiş, akreditasyon sürecinde web sayfalarının nasıl işlevsel hale getirildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Çalışmada ilk bulgular **erişilebilirliğe yöneliktir**. Bu bulgulara göre incelemeye alınan kütüphane web sitelerine erişim İstanbul Aydın Üniversitesi hariç diğer altı yükseköğretim kurumunun web ana sayfasında bulunan bağlantı ile gerçekleştirilebilmektedir (% 86). Ayrıca incelenen tüm kütüphanelerin web sayfalarına idari birimler sekmesi altında bulunan Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı sekmesi ile erişim sağlanabilmektedir (% 100). Kütüphaneler web sayfaları özelinde erişilebilirlik ilkeleri göz önüne alındığında Yi'nin (2015) ve Sağlamtunç'un (2010, s. 178) de belirttiği gibi kırılğan başka bir deyişle engelli ya da yaşlı bireyleri de göz önünde bulundurmalıdır.

Genel kütüphane bilgisine yönelik bulgular, bu başlık altında incelenen kütüphane hakkında, konum/yer bilgisi, üyelik işlemleri, iletişim adresi, e-posta, telefon numarası ve personel dizini konuları kütüphanelerin kullandığı en bilgilendirici içerikler olarak belirlenmiştir. Koçer (2017), kurumsal iletişim unsuru açısından çalışanlara, öğrencilere

ve mezunlara yönelik iletişim kanallarının geliştirilmesinin gerektiğini belirtmiştir. Yine kütüphanelerin çoğunlukla sunduğu genel bilgiler arasında bina hakkında bilgiler, haberler ve etkinlikler ile faks numarası, misyon, kütüphane saatleri, kütüphane düzenleme ve kuralları ile geri bildirim bulunmaktadır. Gökdağlı (2010) kurumların itibarını güçlendirme amaçlı olarak kurumun misyonu ve vizyonu, tarihçesi, raporları, basın bültenleri, iletişim bilgileri ve güncel haberleri gibi bilgileri web üzerinden sunulmasını önerir. Bu çalışmada üniversitelerin kurumsal iletişim ve itibarı oluşturabilecek unsurlara web sitelerinde yer verdikleri söylenebilir. Ancak kütüphanelerin idari faaliyetleri, kütüphane turu, ziyaretçi miktarı, web sayacı ve yıllık rapor gibi bilgilere de web sitelerinde önem vermesi gerekmektedir.

Diğer bir değerlendirme kütüphanelerin isimleri için yapılabilir. İncelenen yedi kütüphaneden dördünde özel isim uygulaması bulunmaktadır. Bunlar Atılım Üniversitesi Kadriye Zaim Kütüphanesi, İstanbul Aydın Üniversitesi Bilgi Merkezi, KTÜ Faik Ahmet Barutçu Kütüphanesi, YTÜ Davutpaşa Şehit Prof. Dr. İlhan Varank Merkez Kütüphanesi ve YTÜ Şevket Sabancı Kütüphanesidir. Bu tür isim uygulamalarının kimliğin sunumuna özgünlük açısından değer kattığı belirtilebilir. Yine kurumsal kimliğin sunumu özelinde değerlendirildiğinde tarihçe sadece üç kütüphane sayfasında sunulmuştur. Sık sorulan sorular, kat planı, site haritası, site güncellenme tarihi gibi genel bilgiler de web sayfalarının yarısından daha azında görülmüştür.

Üniversitelerin *kütüphane koleksiyonu* hakkında web sayfası üzerinden sunduğu bilgilere göre üç kütüphanenin kitaplar hakkında bilgi verdiği görülmüştür. Dört kütüphanenin süreli yayınlar ve ses/video/CD/DVD koleksiyonu; iki kütüphanenin tezler ve raporlar; bir kütüphanenin koleksiyonunda bulunan fotoğraf arşivi hakkında bilgiler sunduğu görülmüştür. Koleksiyon içerisinde olabilecek mikrofilm, haritalar, projeler, fakültelere ait yayınlar ve yasal raporlar hakkında kütüphanelerin web siteleri üzerinden herhangi bir bilgiye ulaşılammıştır.

Kütüphane hizmetleri hakkında bilgi verme oranları incelendiğinde kamuya açık elektronik katalog, kütüphaneler arası ödünç verme, kitap ödünç verme hizmetleri web üzerinden tüm üniversitelerce sağlanmıştır. Üniversitelerin web üzerinde önem verdikleri diğer hizmetler ise eğitim ve rehberlik, teknoloji olanakları (wifi-laptop vb.), danışma

hizmetleri, internet erişim hizmeti, malzeme rezervasyonu, kurumsal arşiv erişimleridir. Ancak kendi kendine giriş çıkış, reprografi hizmeti, indeksleme hizmeti, araştırmacı hizmeti, çevrimdışı arama hizmeti, atıf yönetimi, istatistiksel analiz hizmeti gibi konuların hakkında bir bilgiye rastlanamamıştır. Bu hizmetlere ek olarak, engelli kullanıcılara yönelik hizmetler hakkında da kütüphanelerce web üzerinden bilgilerin sunulması önemli bir husustur.

Üniversite kütüphanelerinin *dijital hizmetleri* arasında olabilecek çevrimiçi seminerler, e-standartlar, e-patentler, çevrimiçi sergi ve veri portalı gibi başlıklara rastlanamazken çevrimiçi veri tabanı, tek pencere araması, uzaktan erişim deneme kaynakları, açık erişim, çevrimiçi katalog gibi başlıklar tüm kütüphanelerde mevcuttur. Bilginin dijitalleşmesine ve kütüphanelerin fiziksel varlığı olmayan bir bağlantı olarak web sayfaları aracılığıyla bilgi çağının başlangıcı olduğuna dikkat çeken Khowaja ve Fatima (2021) yaptıkları çalışmada kütüphanelerin web sitelerinde e-kitaplar, e-dergiler, e-veri tabanları, kurumsal arşivlere bağlantılar, konsorsiyum kaynakları ve dijital kütüphaneler, açık erişim kaynakları ve parola erişimini içeren önemli kaynaklar ve bilgiler sağladığını ortaya koymuşlardır. Kahtri ve Baheti (2013), özellikle kütüphanelerin web sayfalarının artık bilgi ve öğrenme fırsatları sağlayan durumda olduğunu ifade etmektedirler. Bu bağlamda kütüphane web sayfaları üzerinden çevrimiçi seminerler, çevrimiçi sergi ve veri portalı uygulamalarına önem verilmelidir. Swanson ve Green (2011) kütüphane web sitelerinde merkezi bir arama motorunun bulunması ve bunun kolay bir arama ara yüze sahip olması gerektiğini belirtmişlerdir. Tüm kütüphaneler bu özelliği web sayfalarında barındırmaktadır.

Üniversitelerin kütüphane *web sayfalarının yönetimine* ait bilgilerden web geliştirme ekibi, web yöneticisi e-postası, gizlilik bildirim, sorumluluk reddi beyanı gibi konular hakkında bilgi verilmemiştir. Mesajların aracısız ve hızlı bir şekilde iletmenin önemli bir aracı olarak görülen web sayfaları aynı zamanda kurumla etkileşim kurulmasını sağlayarak, iletişimin iki yönlü akışına imkân sunmaktadır (Leichty ve Esrock, 2001; Pollach, 2005). Bu özellik geri dönüşler yoluyla aynı zamanda web içeriğinin gelişimi için bir fırsat olabilir. Ancak bu durumun sağlanabilmesi için web sayfası yönetimine dair iletişim bilgileri kullanıcılara sağlanmalıdır.

Üniversitelerin kütüphane web sayfalarında *sosyal ağ bilgilerini* verme oranları incelendiğinde; yoğunlukla kullanılan Facebook, Twitter, Youtube ve Instagram platformlarında en fazla dört üniversitenin hesabının olduğu görülmüştür. Blog ve RSS beslemesi hakkında bilgi verilmemiştir. Silsüpür (2020) yaptığı çalışmada kurumsal iletişim açısından üniversitelerin sosyal medya hesapları bulunduğunu tespit etmiştir (Silsüpür, 2020). Bu sonuç bağlamında kütüphaneler gibi üniversite alt birimlerinde de sosyal medya platformları hesaplarının oluşturulmasının çok yaygın olmadığı, günümüzde uzman yönetilme ihtiyacı olan bu platformlar üzerinden kütüphane kimliğini oluşturan davranış, kültür, imaj gibi olguların dikkatli sunulması gereklidir.

Verma ve Shukla (2018)'nin ulaştığı sonuçlar çalışmamız ile karşılaştırıldığında kütüphane web sayfalarında “sosyal ağ siteleri”ni kullanma oranının %57 olduğu, sadece %43’ünün “YouTube” kullandığı, bilgi paylaşımı için Twitter’i kullanma oranının %36 olduğu belirlenmiş, dolayısıyla yüksek oranlar çıkmıştır. Başka bir çalışmada; Xu, Quyang ve Chu (2009), 81 akademik kütüphanenin web sayfasını incelemiş, bu kütüphanelerin %42’sinde bir veya daha fazla web 2.0 uygulamasının olduğunu, danışma hizmeti gibi halka verilen hizmetlerde daha çok anında mesajlaşma, bloglar ve RSS gibi web 2.0 araçlarının kullanıldığı, teknik hizmetlerde taglardan yararlandığı ve kütüphanecilerin yaygın olarak blogları kullandıkları belirlenmiştir. Çift yönlü iletişime olanak tanıyan sosyal ağların kütüphane web sayfalarında daha aktif kullanılması kullanıcıların oranını memnuniyetini de artıracaktır. Kütüphane web sayfalarında blogların kullanımının teşvik edilmesi kurumsal kimlik kadar kurumsal imaj açısından da önemli katkı sağlayacaktır. Dolayısıyla üniversitelerin kütüphane web sayfalarını kurumsal kimlik unsurları çerçevesinde dizayn etmeleri, sık sık güncellemeleri, kolay erişilebilir hale getirmeleri, etkileşime önem vermeleri (çift yönlü iletişime), dijital hizmetler açısından zengin hale getirmeleri, sosyal ağları etkili ve düzenli bir şekilde kullanmaları akreditasyon çalışmaları açısından da önemli görülmektedir.

Çalışma sonuçları doğrultusunda bundan sonraki çalışmalarda akredite olan üniversiteler ile akredite olmayan üniversitelerin kütüphane web sayfaları karşılaştırılabilir, aralarındaki farklılıklar analiz edilebilir.

KAYNAKÇA

- Alikılıç, Ö. A. (2011). *Halkla ilişkiler 2.0 - sosyal medyada yeni paydaşlar, yeni teknikler*. Efil Yayınevi.
- Ataman, O., & Adıgüzel, A. (2019). Yükseköğretimde kalite algısı: Düzce Üniversitesi örneği. *Elektronik Eğitim Bilimleri Dergisi*, 8(15), 53-70.
- Aydın, A. (2012). Görme engelli üniversite öğrencilerinin bilgi erişim sorunları üzerine yapılmış bir araştırma. *Bilgi Dünyası*, 13(1), 93-106.
- Aydınalp, G. I. (2014). *İmaj üretimi*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bakmaz, E.Y., & Görkemli, H.N. (2018). Derneklerin web sitelerinin kurum kimliği yönünden incelenmesi: Mardin örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 40, 199-210.
- Başok Yurdakul, N., & Çoşkun, G. (2009). Fakültelerde web sitelerinin kurumsal tanıtım amaçlı kullanımı: İletişim fakülteleri web siteleri üzerine bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 4(13), 1951-1976.
- Bayçu, S. (2012). *Kurum kimliği, kültürü ve imajı*. Ferruh Uzun (Editör), Kurumsal iletişim. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Bayçu, S. U. & Ustaoglu, F. D. (2015). Kurum kimliği: Logo ve rengin çağrışımları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 34, 27-40.
- Belasen, A. T. (2008). *The theory and practice of corporate communication- A Competing values perspective*. Sage Publications.
- Bezirci, P. (2018). Dünya üniversite kütüphanelerinde mükemmellik örnekleri ve gelecek. *Yükseköğretim Dergisi*, 8(2), 234-246.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi teknikler ve örnek çalışmalar*. Siyasal Kitabevi.
- Boztepe, H. (2014). *Halkla ilişkiler ve ilişki yönetimi*. Derin Yayınları.
- Bulut, B. (2004). *Avrupa Birliği'ne doğru Türkiye'de üniversite kütüphanelerinin durumu ve entegrasyonu* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi.

- Can, E. (2021). Öğrenci görüşlerine göre yükseköğretimde kalite göstergeleri (Kırklareli Üniversitesi Örneği). *MSKU Journal of Education*, 8(1), 54-71.
- Collinson, T., Porter, H., & Work, C.K. (2021). University of Portsmouth library subject pages: A flexible in-house system for guidance and resource discovery. *The Journal of Academic Librarianship*, <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102453>
- Derin, N. & Demirel Erkan, T. (2010). Kurum imajının kurum kimliği açısından açıklanabilirliği: İnönü Üniversitesi Turgut Özal Tıp Merkezi örneği. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 13(2), 155-193.
- Devebakan, N., Egeli, H. A., & Koçak, N. (2019). Yükseköğretim kurumlarında öğrenci beklenti ve algılamaları temelinde hizmet kalitesinin SERVQUAL ölçeği ile değerlendirilmesi: Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksekokulu'nda bir araştırma. *Yükseköğretim Dergisi*, 9(2), 201–212. doi:10.2399/yod.18.047
- Haridasan, S. & Uwesh, M. (2014). Content analysis of centra university library websites in India: A study. *Journal of Information Management*, 1(2), 59-71.
- Henkoğlu, H. Ş. (2021). Türkiye'deki üniversite kütüphane web sitelerinin web erişilebilirlik kılavuzu kapsamında değerlendirilmesi. *Bilgi Dünyası*, 22(2), 251-288.
- Gökdağlı, G. (2010). Kurumsal itibar yönetimi aracı olarak firmaların web sitelerinin değerlendirilmesi [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Güçdemir, Y. (2012). *Sanal ortamda iletişim bir halkla ilişkiler perspektifi*. Derin Yayınları.
- Freeman, G. T. (2005). *The library as place: Changes in learning patterns, collections, technology, and use*. <https://www.clir.org/pubs/reports/pub129/freeman/06.10.2022>
- Kahtri, A.B. & Baheti, S.R. (2013). Evaluative study of university web sites and their library web pages. *International Journal of Digital Library Services*, 3(1), 1-11.

- Karahan, M. (2013). Yükseköğretim kurumları kalite yeterliliklerinin öğrenci memnuniyeti ve sürdürülebilirlik açısından incelenmesi: İnönü Üniversitesi Malatya MYO. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 1-9.
- Karsak, B. B. (2008). Web sitelerinin kurumsal kimlik açısından değerlendirilmesi: En beğenilen 20 şirket üzerine bir analiz. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 9(9), 165-179.
- Kaya, E. (2021). *Üniversite kütüphanelerinde değişim ve yenilikçi süreçte kütüphane yöneticileri*. Bilgi Merkezlerinde Yönetim-1. Hiperyayın.
- Khowaja, S., & Fatima, N. (2021). Content analysis of select university library websites of Delhi: An Indian scenario during Covid-19 pandemic. *A Journal of Library and Information Science*, 15(2), 77-85.
- Koçer, S. (2017). Kurumsal web sitelerinin kurum kimliği açısından incelenmesi: En çok tercih edilen üniversiteler üzerine bir analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(53), 756-772.
- Kumar, N., & Verma, S. (2018). Content analysis of library websites of NAAC accredited a grade University in central zone of India: A study. *Library Waves*, 4(2), 68-77.
- Kuri, R., & O., M. (2018). *MOOCs: A new platform for LIS professional development* (ss. 204-208). 8th KSCL Conference on “Libraries with no boundaries”.
- Leichty, G., & Esrock, S. (2001). Change and response on the corporate website. *American Journal of Communication*, 5(1), 1-8.
- Lubinescu, E. S., Ratcliff, J. L., & Gaffney, M. A. (2001). Two continuums collide: accreditation and assessment. *New Directions for Higher Education*, 113, 5-21.
- Maniu, I., & Maniu, G. C. (2014). Educational marketing: Factors influencing the selection of a university. *SEA-Practical Application of Science*, 3(5), 37-41.
- Meraler, S. (2011). Eğitim fakültesi öğrencilerinin yükseköğretimde kaliteye ilişkin görüşlerinin belirlenmesi [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. Harran Üniversitesi.

- Mert, Y.L. (2019). Kamu yönetiminde kurumsal iletişim: Web siteleri üzerine bir analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(62), 1513-1522.
- Odabaş, H., & Odabaş, Z.Y. (2009). Web tabanlı yükseköğretim programları için kütüphane hizmetleri ve uygulamaları. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(42), 83-103.
- Onat, F. (2014). *Dijital çağda halkla ilişkiler yazarlığı*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Özçiçek, Y., & Karaca, A. (2019). Yükseköğretim kurumlarında kalite ve akreditasyon: Mühendislik eğitim programlarının değerlendirilmesi. *Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(1), 114-149.
- Peltekoğlu, F. B. (2004). *Halkla ilişkiler nedir?* Beta Yayıncılık.
- Pollach, I. (2005). Corporate self-presentation on the www: Strategies for enhancing usability, credibility and utility. *Corporate Communication an International Journal*, 10(4), 285-301.
- Sağlamtunç, T. (2010). Görme engelliler ve kütüphanecilik hizmetleri. *Bilgi Dünyası*, 11(1), 178-191.
- Silsüpür, Ö. (2015). Üniversite öğrencilerinin gözünde İstanbul Üniversitesi'nin imajı. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3(1), 263-288.
- Silsüpür, Ö. (2020). *Kurumsal sosyal sorumluluk ve marka imajı*. Palet Yayınları.
- Swanson, T. A., & Green, J. (2011). Why we are not googled: Lessons from a library web site usability study. *The Journal of Academic Librarianship*, 37(3), 222-229.
- Şensoy, S.A., & Sarı, R.M. (2020). Yeni nesil akademik kütüphane kavramı ve mimariye yansımaları. *Turkish Online Journal of Design, Art and Communication-TOJDAC*, 10(3), 285-310.
- Tarhan, A. (2013). Halkla ilişkilerde medyayla ilişkiler: Medya çalışanlarının görüşleri üzerine bir saha araştırması. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 8(2), 226-251.

- Taşcı, D., & Lapçın, H.T. (2023). Yükseköğretim kalite güvencesi sistemi: Kurumsal akreditasyon raporları üzerinden bir değerlendirme. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 1-16.
- Teklemariam, L. (2019). *Kütüphane kaynaklarının akademik performansa etkisi: Eritre teknoloji enstitüsü kütüphanesi örneği* [Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Tosun, N. B. (2020). *Marka yönetimi*. Beta Yayıncılık.
- Watson, L. (2017). Space in the academic library of the 21st century: Trends and ideas. <https://bid.ub.edu/en/38/watson.htm>.06.10.2022.
- Xu, C., Ouyang, F., & Chu, H. (2009). The academic library meets web 2.0: applications and implications. *The Journal of Academic Librarianship*, 35(4), 324-331.
- Verma, N.K., & Shukla, A. (2018). Usability analysis of Indian institutes of management libraries websites: An evaluative study. *Journal of Advancements in Library Sciences*, 5(1), 23-32.
- Yalın, B. E., & Silsüpür, Ö. (2017). *Kent tanıtımında etkili bir araç olarak web sayfaları: DOKAP bölgesi illeri kapsamında bir araştırma* (ss. 446-452). DOKAP Bölgesi uluslararası turizm sempozyumu, sunulmuş bildiri, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Yeygel, S. (2005). Şirketlerin kurum kimliklerini yansıtan bir ortam olarak web siteleri. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, 1, 77-91.