

## Görüşler / *Opinion Papers*

### Halk Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler ve Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesi Örneği\*

#### *Public Relations at Public Libraries and a Simple of Narlıdere Town Public Library*

Mehmet Ali Akkaya\*\*

#### Öz

Halk kütüphanelerinin varlık sebeplerini anlamlandırmada ve amaçları doğrultusunda hizmet sunabilmelerinde son derece önemli bir yeri olan halkla ilişkiler uygulamaları, aynı zamanda halk kütüphanelerinin kendilerini kullanıcılarına ifade edebilmelerinin en etkili yoludur. Bu çalışmada, Türkiye'nin üçüncü büyük kenti İzmir'in merkez ilçelerinden biri olan Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesinin halkla ilişkiler uygulamaları ve halkla ilişkiler konusunda bir sistematığe erişilip erişilmediği irdelenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın amacı, Türkiye standartlarının üstünde bir ekonomik gelişmişlik düzeyi olduğu kabul edilen Narlıdere İlçesi Halk Kütüphanesinin, halkla ilişkiler açısından bulunduğu durumu tüm boyutlarıyla ortaya koymaktır. Ağırlıklı olarak görüşme ve gözleme dayalı araştırmalarla elde edilen bilgiler sonucunda, Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesinin halkla ilişkiler uygulamalarında hemen her açıdan çok yetersiz düzeyde olduğu gerçeğine ulaşılmıştır. Çalışma sonunda, Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesinde sistematik halkla ilişkiler uygulamaları ve bu uygulamaların verimliliğine yönelik önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Sözcükler:** halk kütüphanesi, halkla ilişkiler, Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesi

#### Abstract

The public relations, which has a very important role in explaining the reason for existence of public libraries and in providing services in accordance with their purpose is at the same time being the most efficient way for these libraries to express themselves to their visitors. In this paper, it is tried to research public relations applications of Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesi which is one of the central districts of the third biggest city, İzmir in Turkey and to examine if a systematic design is achieved on the public relations issue. The aim of this research is to present the position of the library Narlıdere İlçesi Halk Kütüphanesi whose degree of economical development is approved as above the Turkish standards, in terms of public relations together with all its dimensions. As a result of the studies predominantly depending on interview and observation; we found that Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesi is very poor and

\* 9-12 Mayıs 2012 tarihlerinde Bodrum'da düzenlenen 2. Halk Kütüphaneciliği Sempozyumu: Değişen Dünyada Halk Kütüphaneleri konulu toplantıya posterin metnidir.

\*\* Dr., Güneş Deniz Saha Komutanlığı, Yenikale/ İzmir. e-posta: mali7akkaya@gmail.com

*incompetent regarding to public relations applications almost for all intents and purposes. At the end of this research, some suggestions for systematic public relations applications and the efficiency of these applications in Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesi are given.*

**Keywords:** public library, public relations, Narlıdere District Public Library

## Giriş

Popüler ifadeyle “Bilgi çağı” olarak tanımlanan günümüzde, hemen her şey bilgi ile ilişkilendirilerek anlam kazanmakta ve “güç” unsuruna dönüşmektedir. Yaşamın her anında belirleyici olan bu etkileşimde asıl rol oynaması beklenen dinamiklerden biri de kütüphaneler ve bilgi merkezleridir. Verilen hizmetlerin tamamının bilgi kaynaklı olması ve kullanıcı ile kurulan bağın yine aynı şekilde bilgi üstüne inşa edilmesi, bilgi merkezlerinin bilgi çağındaki yeri ve önemlerinin görmezden gelinemeyeceğinin bir kanıtıdır. Bireysel ve toplumsal bilgi kullanımına doğrudan katkı sağlayan ve hizmet verdiği kitlenin çeşitliliğiyle, diğer kütüphane türlerinden ayrılan **halk kütüphaneleri**, birey ve toplumun bilgi kullanımı konusunda ayrıcalıklı bir yere sahiptir.

Hiçbir sınırlama olmaksızın herkese açık olmanın yanı sıra, içinde bulunulan yerel şartlara uyum gösterme gerekliliği ile de diğer kütüphane türlerinden ayrılan halk kütüphaneleri, kullanıcılarının eğitim, kültür ve boş zamanlarını değerlendirme ile ilgili her türlü bilgi gereksinimlerini ücretsiz olarak ve ayırım gözetmeksizin karşılamayı amaçlar (Yılmaz, 2011, s. 35). Halk kütüphanelerinde devamlılığın, verimliliğin ve kurumun temel amacı doğrultusunda bireylerin doğru bilgi kullanımına katkı sağlayabilmenin ön koşullarından biri de, başarılı ve gerçekçi olarak uygulanabilen **halkla ilişkilerdir**. Söz konusu niteliklerdeki halkla ilişkiler, kütüphanenin kullanıcı ve potansiyel kullanıcıları ile iletişim kurmasını sağlar. Halkla ilişkiler, halk kütüphanelerinin varoluş nedeni olan kullanıcılarına ulaşabilmesinde en önemli unsurlardan biridir.

Halkla ilişkiler, hizmet verilen toplumun kütüphaneye ve kütüphaneciye güvenmesinde, kütüphaneyi desteklemesinde ve kütüphaneye bağlılığın sürekliliğinde belirleyici rol oynar. Kütüphanelerin hizmet verilen toplumun ayrılmaz bir parçası haline gelebilmesi için en önemli gereksinim, etkin ve doğru belirlenmiş halkla ilişkiler uygulamalarıdır (Fındık, 1988a, s. 69). Teknolojinin, özellikle de bilgisayar teknolojisinin katkısıyla günümüzde çok hızlanan, gelişen ve çeşitlenen iletişim sürecinin hızına yetişememek, hayatı yakalayamamak anlamını taşır. Bu yaşamsal zorunluluk hali, insanlar için olduğu kadar kurumlar içinde geçerlidir. Kütüphaneler, iletişimin ve en etkili iletişim yöntemi olan halkla ilişkiler uygulamalarının en yoğun yürütüldüğü kurumlar arasında olmalıdır.

Bu çalışmada; pek çok bilimsel araştırmaya konu olan halkla ilişkiler kavramının halk kütüphanelerindeki yeri ve önemi konusuna genel olarak değinilmesi ve bu ilişkilendirmeden hareketle, Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesinin halkla ilişkilere yaklaşımı ve mevcut halkla ilişkiler uygulamalarının, sonuçları ile birlikte ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu çerçevede çalışmanın kapsamı İzmir Büyükşehir Belediyesinin merkez ilçelerinden biri olan Narlıdere ile sınırlandırılmıştır.

Araştırmada; halk kütüphanesi ve halkla ilişkiler kavramlarının değerlendirilmesinde betimleme yöntemi kullanılmış, Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesinin halkla ilişkiler uygulamalarının serimlenmesi içinse, görüşme ve gözlem tekniklerinden yararlanılmıştır.

## Halkla İlişkilerin Tanımı ve Amacı

Literatüre bakıldığında halkla ilişkiler kavramına ilişkin pek çok farklı tanımın olduğu görülür. Halkla ilişkiler uzmanlarının yaptığı işlerin, halkla ilişkilere beklenen etki ve halkla ilişkilerin aslında ne şekilde yapılması gerektiğine ilişkin düşüncelerin tamamının halkla ilişkiler tanımı içinde verilmeye çalışılması tanıma ilişkin niceliksel zenginliğin temel nedenidir (Aktaş ve Özdemir, 2006, s. 36). Diğer yandan bu çeşitlilik ve tanım zenginliği halkla ilişkilerin çok farklı alan ve disiplinlerde uygulama alanı olduğunun da en açık kanıtıdır.

Uluslararası Halkla İlişkiler Birliği (International Public Relations Association) tarafından yapılan tanıma göre halkla ilişkiler; özel ya da kamu kurum/kuruluşlarının ilişkide olduğu/olabileceği kimselerin anlayış, sempati ve desteğini kazanmak ve bunu sürekli kılmak için örgütlü olarak ortaya koydukları yönetim görevidir (Onal, 2000, s. 9). Bu tanımın modernize edilmeye gereksinimi olduğunu savunan A. Theaker, halkla ilişkileri “anlaşılmayı ve destek toplamayı amaçlayan bir organizasyonun saygınlığı ile ilgilenen disiplin” olarak tanımlamıştır (Theaker, 2006, s. 19).

Halkla ilişkiler, kimi zaman bir kurumu çalışanlarına, kullanıcılarına ve iletişiminin olduğu diğer kişilere sevdirmeye ve saydırma sanatı olarak tanımlanırken (Tortop, 2003, ss. 4-5), kimi zamanda bir birey ya da kuruluşun, maddi manevi gelişim sağlamak ve değişimlere önceden hazır olmak için yaptığı etkinlikler, gösterdiği çabalar (Welch, 2005, s. 225) olarak ifade edilmiştir.

Temelde bir anlama ve anlatma süreci olarak nitelenebilecek halkla ilişkiler, bu açıdan değerlendirildiğinde çift taraflı bir etkinliktir. Kişi ya da kuruluşların çıkar sağlamak ya da var olan çıkarlarını geliştirmek için gerçekleştirdikleri her türlü faaliyet, halkla ilişkiler etkinliği içinde yer alır (Budak ve Budak, 2004, s. 8).

Çalışmanın kapsamı düşünülerek burada yer verilmeyen tanımlar da göz önüne alındığında, halkla ilişkiler kavramını açıklayan özellikler şu şekilde sıralanabilir:

1. Daha çok idari bir fonksiyondur.
2. Değişik faaliyet ve amaçları içeren, geniş kapsamlı bir uygulama alanıdır.
3. Tanıma, ilişki kurma, geliştirme ve sürdürme gibi karşılıklı yarar sağlamaya yönelik interaktif ilişkilere dayalıdır.

4. Kullanıcıya tekil olmaktan çok, çoğul bir ortaklık sunar.

5. Kısa dönemden çok, uzun vadeli ilişkileri önerir (Kitchen, 2004, s. 27).

Halkla ilişkiler kendiliğinden, çaba gösterilmeden, olayların rastgele bir araya gelmesiyle oluşan bir etkinlik değildir. Planlı ve sürekli bir çabanın yanı sıra özen ve süreklilik gerektirir (Mardin, 2004; Öndoğan, 2010, ss. 7-8). Halkla ilişkilerde iletişim yüz yüze olabileceği gibi, kitle iletişim araçları aracılığı ile de gerçekleştirilebilir. Bunu belirleyecek olan, kurumun özellikleri ve olanaklarıdır.

### **Halkla İlişkilerin Gelişim Süreci ve Önemi**

Pek çok bilimsel araştırmaya konu edilen halkla ilişkilerin tarihsel gelişimi, bu çalışmanın sınırlarının çok ötesinde bir alanı kapsar. Bu nedenle çalışmada halkla ilişkilerin gelişim süreci konusunda ayrıntıdan uzak, genel bir yaklaşım tercih edilmiştir.

Halkla ilişkiler kavramının tarihi geçmişi, insanın toplum halinde yaşamaya başlayıp, çevresi ile iletişime geçtiği an ile başlatılabilir. Günümüzdeki anlamıyla halkla ilişkiler kavramı ilk olarak 17'inci yüzyılın ikinci yarısında Amerika'da ortaya çıkmıştır. “Halkla ilişkiler” deyiminin ilk kez dile getirildiği 20'inci yüzyılın başına kadar olan süreçte tercih edilen halkla ilişkiler uygulamalarına bakıldığında, daha çok reklam ve tanıtım ağırlıklı çalışmaların ön planda olduğu görülür (Çamdereli, 2004, s. 15). Halkla ilişkilerin önemi ve uygulama alanları 20'inci yüzyılla birlikte artmış, bu değişim beraberinde halkla ilişkiler uygulamalarında sistematikleşmeyi getirmiştir (Bıçakçı, 2006, s.122). Halkla ilişkilerin önemi ve sağladığı yararların farkına varılması, Avrupa kıtasında da halkla ilişkilerin fark edilmesini sağlamıştır.

Ülkemizde halkla ilişkilere yönelik ilk çalışmalar olarak; 1920 yılında Atatürk tarafından önce Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün kurulması, ardından da Anadolu Ajansı'nın kurulması gösterilebilir (İşçi, 2002, s. 25). Buna karşın, Türkiye'de çağdaş anlamda halkla ilişkiler çalışmalarına kamu sektöründe 1960'lı yılların başında, özel sektörde ise 1960'lı yılların sonunda başlanabilmektedir. Bu konunun uygulayıcısı öncü kuruluşları olarak; Devlet Planlama Teşkilatı, Merkezi Hükümet Teşkilatı, Nüfus Planlama Genel Müdürlüğü, Ereğli Demir-Çelik İşletmeleri, Koç, Sabancı ve Yaşar Holdingler ile birlikte İş Bankası, Ziraat Bankası ve Akbank'in adları sayılabilir (Çağlar, 2006, ss. 18-19).

Ülkemizin halkla ilişkiler konusunda genel olarak varmış olduğu noktaya bakıldığında, tanıtım ve kamuoyunu bilgilendirme faaliyetlerinin ön planda olduğu görülür. Ancak, daha köklü halkla ilişkiler geçmişi olan kurum ve kuruluşlarda, farklı halkla ilişkiler uygulamaları da vardır (Okay ve Okay, 2010, ss. 30-31). İletişimden psikoloji ve sosyolojiye kadar bilim

dünyasının pek çok alanında hatırı sayılır bir yeri olan halkla ilişkiler, küreselleşen dünyanın en önemli ikna aygıtlarından biri halin gelmiştir (Erdem ve Akbaba, 2007, s. 190). Ülkemizdeki hemen her üniversitede halkla ilişkiler eğitimi veren bir yapılanmanın varlığı, yaşanan değişimin ve halkla ilişkilerin geldiği noktanın dikkat çekici bir göstergesidir. Halkla ilişkiler, kurum yöneticileri tarafından ortaya konan politikaların kullanıcılar tarafından fark edilmesini ve anlaşılmasını sağlamanın en sağlıklı yoludur (Seitel, 2004, s. 47).

Sosyal yaşamda olduğu kadar bilgi ile şekillenen günümüz güç dengeleri dünyasında da yadsınamaz bir yeri olan halkla ilişkilerin, kurum ve bireyler için önemi konusunda kısaca şunlar söylenebilir: Halkla ilişkiler; kurumlar, gruplar ve bireyler arasında ortak uyumu sağlar. Yakalanan uyuma katkıda bulunarak toplumsal kararların daha hızlı ve doğru alınmasına destek verir. Özel ve kamu sektörü arasında sağlanacak uyumda belirleyici rol oynar. Kişilerin yaşamlarını etkileyebilecek konularda bilgi sahibi olmalarını sağlar. Sosyal bilinci harekete geçirir (Erdoğan, 2005, ss. 235-236).

### **Halkla İlişkilerin Temel İlkeleri, Aşamaları ve Kullanılan Araçlar**

Halkla ilişkiler uygulamalarında belirlenen amaçlara ulaşmak için her disiplinde olduğu gibi bazı ilkelerin daha önceden ortaya konulmuş olması gerekir. Halkla ilişkiler alanı ve uygulamalarının temel ilkelerini şu şekilde sıralamak olanaklıdır:

1. Halkla ilişkiler iki yönlü ilişkiye dayalı bir iletişim sürecidir.
2. Halkla ilişkiler gerçekleri yansıtan dürüst bir uygulamadır.
3. Halkla ilişkilerde inandırıcılık esastır.
4. Halkla ilişkiler sabır isteyen sürekli bir çalışmadır.
5. Halkla ilişkiler uzmanlık gerektirir.
6. Halkla ilişkiler kurumun sadece halkla ilişkiler biriminin sorumluluğu değildir.
7. Kurumdaki tüm birim ve bireylerin halkla ilişkiler konusunda sorumlulukları vardır.
8. Halkla ilişkilerde belirlenen mesleki etik kurallarına uyulmalıdır.
9. Halkla ilişkiler çalışmaları için kurum tarafından ayrılmış bir bütçe mutlaka olmalıdır.

10. Halkla ilişkiler eleştiriye açık olabilmeyi gerektirir. (Onal, 2000, ss. 32-33; Yılmaz, 2005, s. 174; Tengilimoğlu ve Öztürk, 2011, ss. 77-81).

Halkla ilişkilerde başarı sağlamak ve amaçlara ulaşabilmek için, iletişim etkinliğinin sağlam temeller üzerine inşa edilmesi çok önemlidir. Bunun için öncelikli olarak sağlıklı ortaya konmuş ve aralarında doğru bağıntılar kurulmuş halkla ilişkiler aşama süreçlerine gereksinim vardır. Halkla ilişkiler çalışmalarının genelde dört aşamadan oluştuğu kabul edilir. Bu süreçler; **araştırma, planlama, uygulama ve değerlendirmedir.**

Halkla ilişkiler, araştırma ile başlar. Yapılacak işlem kuruma teması olacak kişilerin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarını ortaya koymaya çalışmaktır. Halkla ilişkilerin niçin, hangi amaçlarla yapıldığının anlaşılır bir biçimde açıklanması, araştırmanın amacını ifade eder. Araştırma için görüş, öneri, rapor, tutanak, izlenim ve önseziler birer bilgi kaynağı olarak kullanılabilir (Sabuncuoğlu, 2010, s. 93).

Sürecin ikinci aşamasında planlama yer alır. Halkla ilişkiler çalışmalarında verimli ve etkin olabilmek için planlama yapmak zorunludur. Kurumun sorunlarının çözümüne yönelik kararlar almak, kurumun geleceği ile ilgili planlar yapmak demektir. Kurum için halkla ilişkiler planlaması yapılırken göz önünde bulundurulması gereken unsurlar şu şekilde sıralanabilir; durum, amaç, hedef kitle, strateji, taktik, zamanlama, bütçe ve değerlendirme (Wilcox ve Cameron, 2005, s. 156).

Halkla ilişkiler çalışmaları planlanıp hazırlıklar tamamlandıktan sonra uygulama aşamasına geçilir. Uygulamada tüm kurumun katkısına ve hassasiyetine gereksinim vardır. Aksi takdirde uygulamada başarı şansa bırakılmış olur. Halkla ilişkiler uygulamaları etkin bir iletişim kampanyası gerektirir. Önceden hazırlanmış mesajlar iletişim araçlarıyla hedef kitleye sunulur Bu noktada halkla ilişkiler çalışanlarına olduğu kadar, yöneticilere de sorumluluklar düşer (Sabuncuoğlu, 2010, s. 103).

Sürecin son aşaması, halkla ilişkiler etkinliklerinin ve programının planlandığı gibi hedef kitlelere uygulamada ulaşıp ulaşmadığının değerlendirilmesi aşamasıdır. Bu aşamada; planlanan amaçlara ulaşıp ulaşılmadığı, güncel durumun değerlendirilmesi ve eski durum ile

kıyaslama, iletişim kanalları ile yayılan mesajların etkinliği, hedef kitlenin iletilmeye çalışılan mesajlardan ne kadar haberdar olduğu ve ne tepkiler verdiği (Wilcox ve Cameron, 2005, ss. 211-212) gibi başlıklarda değerlendirmeler yapılmaya çalışılır.

Halkla ilişkiler uygulamalarında çok sayıda ve çeşitte araç, yöntem ve tekniğin kullanılması olanağı vardır. Buna karşın hiçbir kurum için bu araçların tamamının kullanılması gibi bir zorunluluk yoktur (Yılmaz, 2002, ss. 5-6). Bu konuda belirleyici olan kural, seçilen araç ve/veya yöntemin, halkla ilişkiler alanında birer “kanal” olarak nitelendirilen hedef kitle, bütçe, personel vb. unsurlar açısından en doğru ve verimli olanını tespit etmeye çalışmaktır.

Halkla ilişkilerde kullanılan iletişim araçları, yazılı (basılı), sözlü ve görsel işitsel araçlar olmak üzere temel üç gruba ayrılabilir. (Bülbül, 2004; Çamdereli, 2004; Peltekoğlu, 2005; Asna, 2006; Bıçakçı, 2006; Davis, 2006; Çağlar ve Yılmaz, 2007; Kalender, 2008; Tengilimoğlu ve Öztürk, 2011). **Yazılı (basılı) araçlar;** gazeteler, dergiler, yıllık raporlar, afişler, pankartlar, el ilanları, broşürler ve el kitapları. **Sözlü araçlar;** yüz yüze ve telefon görüşmeleri, toplantılar, konferans, seminer, sempozyum ve paneller. **Görsel işitsel araçlar;** radyo ve televizyon, filmler ve video gösterileri, internet, sergiler, fuarlar, yarışmalar, geziler, açılışlar, yıldönümleri ve törenlerdir.

### Kütüphanelerde Halkla İlişkiler

Hizmet sunan kuruluşlar olan kütüphaneler için, kullanıcı odaklı bir yaklaşıma hizmet geliştirme, sunma, geri bildirim alma ve değerlendirme noktasında halkla ilişkiler uygulamaları önemli, etkili ve gerekli bir etkinliktir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, halkla ilişkiler kütüphane için olumlu imaj yaratmakta harcanan çabadır ve kütüphanenin uzun vadedeki planlarının vazgeçilemez bir parçasıdır (Karadeniz, 2010, s. 87). Kütüphanelerde halkla ilişkiler uygulamalarının, neredeyse modern halkla ilişkilerin tarihi ile başlıyor olması, halkla ilişkilerin kütüphanecilik alanı için ne denli önemli olduğunun bir göstergesidir.

Halkla ilişkiler uygulamalarının “reklam” ve “tanıtım” adlarıyla da olsa kütüphaneler ile birlikte dile getirilmesi, 19’uncu yüzyılın sonu ile 20’inci yüzyılın ilk çeyreğinde başlamıştır. Potansiyel kütüphane kullanıcılarına kütüphanede bulunan kitapları duyurabilmek için kitapları yerel ve bölgesel gazetelerde listeleme şeklide ABD’de başlayan ilk uygulamalar kısa sürede tüm dünyada yaygınlık kazanmıştır. 20’inci yüzyılın ilk çeyreğinde halkla ilişkiler uygulamalarının kütüphanelerdeki yeri ve önemini konu edinen birçok bilimsel yayının yapılmış olması (Kies, 1987, ss. 21-26), halkla ilişkiler kavramının kütüphane dünyasındaki hızlı yükselişinin en çarpıcı göstergelerindendir.

Bilgi sağlayan araç ve tekniklerin inanılmaz bir hızla değişip geliştiği günümüzde, insanlar tam anlamıyla bir bilgi bombardımanı ile karşı karşıyadır. Bu durumun getirdiği bilgi karmaşasını düzene sokması beklenen unsurlardan biri de kütüphanelerdir. Ancak yaşanan yoğun trafik, hem sundukları hizmetleri potansiyel kullanıcılarına duyurma kaygısı içinde olan kütüphanelerin, hem de kullanıcıların kendilerini yeteri kadar ifade edememe riskini arttırmıştır. Kütüphanelerin hedef kitleye, kullanıcıların da kütüphaneye kendilerini doğru ifade edebilmelerinin en sağlıklı yolu ise halkla ilişkilerdir (Canöz, 2008, s. 353).

Kullanıcıların kütüphanede verilen hizmetlerden memnun olması için öncelikli olarak kütüphanenin potansiyel kullanıcılarını tanıması ve bilgi gereksinimlerini doğru analiz etmesi gerekir. Bunun için potansiyel kullanıcılarla iletişim halinde olmak ve hatta kütüphaneyi de kullanıcılara tanıtabilmek ön koşuldur. Söz konusu ön koşulu karşılama ve sunulan hizmette verimliliği getiren potansiyel kullanıcıları doğru analiz edebilme, kütüphanelerin planlı halkla ilişkiler çalışmaları ile sağlanabilir (Yılmaz, 2005, s. 176).

Kütüphanede yürütülecek halkla ilişkiler uygulamalarında, kütüphane ve kullanıcıları/potansiyel kullanıcıları arasında sağlam iletişim kurulmasına ve bu iletişimin sürekliliğine destek olmak hedeflenir. Bunu sağlamak için iki taraf arasında bilinçli bir işbirliğinin inşası gereklidir. Kütüphane ve kullanıcıları arasında iyi niyet üzerine kurulu iletişimle yürütülecek halkla ilişkiler uygulamalarındaki amaçlar şu şekilde sıralanabilir; Kütüphaneyi ve kütüphane hizmetlerini mevcut ve potansiyel kullanıcılara tanıtmak. Kütüphaneyi ve onun ürün ve hizmetlerini çekici hale getirerek, kullanımı özendirmek ve arttırmak. 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 yarar sağlamak. Mevcut ve potansiyel kullanıcılarla sürekli iletişim halinde olmak, onları kütüphane hakkında bilgilendirmek ve tepkilerini değerlendirmek (Kayan, 1996, ss. 75-76).

Halkla ilişkiler uygulamaları hem kütüphanenin mevcut olumlu durumunun sürdürülmesine, hem de var olan olumsuz ve eksik yanların iyileştirilmesine katkı sağlayacaktır (Kardemir, 2010, s. 87). Bunun için öncelikli olarak mevcut ve potansiyel kullanıcıların güvenini, işbirliği isteğini ve hoşgörüsünü kazanmak gerekir. Kütüphaneden beklediği doyumla ayrılan bir kullanıcı, bu hoşgörü, güven ve işbirliği isteğini çok daha kolay gösterecektir. Üniversite kütüphanelerimiz de dahil olmak üzere, kütüphanelerimizin büyük bölümünün hizmet verme konusunda ciddi sıkıntıları olduğu gerçeğinden hareket edecek olursak, kütüphanelerde halkla ilişkiler uygulamaları alanında önümüzde hala çok uzun ve engebeli bir yolun bizi beklediğini söylemek çok da yanlış değildir. Bu noktadaki en büyük kazanım, “halkla ilişkilerin bir eğitim süreci olduğu ve bunun temelinde ise “kaliteli hizmet”in yer aldığı gerçeğine yönelik sağlam bir bilincin oluşmaya başlaması”dır (Yılmaz, 2005, s. 177). Sonuç olarak, halkla ilişkilerin kütüphane hizmetlerine yönelik yeni bir görünüm yaratılmasında, bilgiyi sunan ve kullanan arasındaki iletişimin sağlanmasında ve bu iletişime yönelik planlama yapılmasında vazgeçilemez bir yeri vardır (Gökkurt, 1993, s. 3).

### **Halk Kütüphanelerinde Halkla İlişkiler**

Halk kütüphaneleri, hiç bir sınırlama olmaksızın kütüphaneden yararlanmak isteyen her bireyin, kitap okuma, araştırma yapma, hobi geliştirme gibi kütüphanede sunulan her türlü hizmetten koşulsuz yararlandırıldığı bilgi merkezleridir. Toplumun her kesimine açık olmaları ve buldukları bölgenin yerel özelliklerine ilişkin bilgi ve dokümanlar konusundaki özen, halk kütüphanelerini diğer kütüphane türlerinden ayıran farklılıklardır.

Her kütüphane türünde olduğu gibi, halk kütüphanesinin hizmet vermeyi amaçladığı kullanıcılar, kütüphanenin hedef kitleliğini oluşturur. Bu hedef kitle kütüphanenin temel kuruluş nedenidir ve kütüphanenin varlığının devam kullanıcılarının beklentilerini karşılamaına bağlıdır. Halkla ilişkiler, halk kütüphanesinin hedef kitleyi doğru anlamasını, sunabileceği hizmetleri doğru ifade edebilmesini, mevcut ve potansiyel kullanıcıların kütüphaneyi doğru algılamasını sağlamanın en iyi yoludur (Wolfe, 2005, ss. 4-5). Halk kütüphanelerinin görevini tam olarak yerine getirebilmesi ve kaynaklarını en verimli şekilde kullanabilmesi için, halkın ilgisini, güvenini ve sevgisini kazanması ön koşuldur. Çünkü bir kurum, varlığını ve gelişimini sağlıklı olarak sürdürebilmek için toplumun onay ve desteğini kazanmalıdır. Bu ön koşul, ancak sağlıklı işleyen halkla ilişkiler uygulamaları ile karşılanabilir (Fındık, 1988b, s. 99).

Halk kütüphanelerinde halkla ilişkiler uygulamalarından söz edebilmek için kütüphanenin bina ve fiziksel olanaklar, yönetim, mali kaynaklar, personel, bilgi kullanımı, derme ve kütüphanelerarası işbirliği konularındaki sorunlarının büyük oranda çözülmüş olması gerekir. Bu koşullara bağlı bir değerlendirme yapılacak olursa; verdiği hizmetler ve kullanıcı potansiyeline bağlı olarak son derece başarılı halkla ilişkiler uygulamaları olan az sayıdaki halk kütüphanesine karşın, ülke şartları ve halk kütüphanelerinin genel durumu göz önüne alındığında, halk kütüphanelerinde halkla ilişkiler uygulamalarında tam bir verimlilik beklenmesi olanaklı değildir.

Halkla ilişkiler uygulamalarında başarı için öncelikli yapılması gerekenlerden biri de; başta yöneticiler olmak üzere tüm kütüphane çalışanlarına halkla ilişkiler bilinci ve uygulama pratiği kazandırmaktır. Bunun için öğrencilik döneminden itibaren tüm personelin ve yöneticilerin sürekli olarak halkla ilişkiler konusunda bilgilendiriliyor olmaları gerekir. Çalışma hayatına geçmenin ardından ortaya çıkan eksiklikler, görev başı eğitimlerle giderilmelidir. Halkla ilişkiler iletişim merkezli bir uygulamadır. Öncelikli olarak kütüphane çalışanları arasında sağlıklı bir iletişim sağlanmalıdır. Bu nokta sağlanacak başarı, kullanıcıyla sağlanan iletişimin sürekliliği, yani iyi bir halkla ilişkiler için son derece önemlidir (Üstün, 1997, s. 23).

Halk kütüphanesinin hizmet verdiği bölgenin insanların beklentilerini karşılayabilmenin en etkin yolu, yerel değerler ve yerel özellikleri gözden kaçırmadan mevcut ve potansiyel kullanıcılarla iletişim kurmaktır. Çünkü kullanıcılar kütüphanenin varlık nedenidir. Kullanıcılarla iyi iletişim kurarak olumlu ilişkiler geliştirmek de, başarılı halkla ilişkiler uygulamaları

ile sağlanır. Bu etki zinciri, kullanıcı memnuniyetini yüksek tutma ve kurum imajını koruma çabasının, halk kütüphanelerinde de temel amaç olduğunu gösterir. Söz konusu amaca ulaşmada destek alınan en önemli kaynak da, başarıyla uygulamaya konan halkla ilişkilerdir. Halkla ilişkiler uygulamalarında başarıdan söz edebilmek içinse, öncelikli olarak halkla ilişkiler uygulamalarını bir plan ve sistem dahilinde sürdürmek gerekir.

Halk kütüphaneleri de dahil ülkemizdeki pek çok kütüphanenin imaj sorunu vardır. İyi tanıtılmayan, bilgi gereksinimlerini karşılama ve sosyal-kültürel gelişim konusundaki değeri yeterince vurgulanamayan bir kütüphanenin halk genelinde kullanılabilirliğinin, dolayısıyla da olumlu imajının yüksek olması beklenemez. Bunu aşmanın yolu, derme çeşitliliği ve zenginliğinin sağlanmasının yanında daha çok göz önünde bulunmak, tanıma ve tanıtma faaliyetleri içinde yer almaktan geçer (Öndoğan, 2010, s. 134). Halk kütüphaneleri için bunu sağlayacak olan güç, sistematik kazanmış ve düzenli olarak uygulanan halkla ilişkiler faaliyetleridir. Halkla ilişkiler uygulamalarında sağlanacak başarı; kütüphaneciliğin çok sıkıcı bir iş, kütüphanecinin de sıkıcı işi yapmak zorunda kalan mutsuz insan olarak görüldüğü yaygın kanaatinde değişmesini sağlayacaktır.

Halk kütüphaneleri ülkemizde “Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü”ne bağlı olarak hizmet vermektedir. Halk kütüphanelerinde halkla ilişkiler uygulamalarının yürütülmesi de, Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü’nün sorumluluğundadır. Söz konusu müdürlüğe bağlı “Kütüphane Hizmetleri Daire Başkanlığı” altında yer alan “Okuyucu Hizmetleri ve Halkla İlişkiler Şubesi” (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012), halkla ilişkiler uygulamalarının üstlenildiğinin yasal bir göstergesidir. Bakanlıkça ilgili şubeye verilen sorumluluğun ne ölçüde yerine getirildiği ve bu konuda kütüphanelere ne kadar destek olunduğu, ayrıca tartışılması gereken bir konudur.

### **Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesi ve Halkla İlişkiler Uygulamaları**

Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesi ve halkla ilişkiler uygulamalarından söz etmeden önce, Narlıdere ilçesi hakkında temel bazı bilgilere değinmek, kütüphaneyi ve halkla ilişkiler uygulamalarını daha sağlıklı yorumlamayı sağlayacaktır.

Narlıdere, İzmir Büyükşehir Belediyesinin merkez ilçelerinden birisidir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2010 yılı sonu verilerine göre nüfusu 72.832 kişidir. (TÜİK, 2012). On ilköğretim okulunun (12 Eylül İÖO, Didem Işıklı İÖO, İhsan Çelikten İÖO, İnönü İÖO, Kılıçaslan İÖO, Mustafa Şık İÖO, İlhan Onat İÖO, Hasan İçyer İÖO, Oğuzhan İÖO, Dokuz Eylül Üniversitesi Devlet Konservatuvarı Müzik ve Bale İÖO) ve biri özel beş lisenin (Rasim Önel TML ve Anadolu TML Lisesi, Mehmet Seyfi Eraltay Lisesi, Narlıdere Anadolu Lisesi, Dokuz Eylül Üniversitesi Devlet Konservatuvarı Müzik ve Sahne Sanatları Lisesi, Türk Alman Kültür ve Eğitim Vakfı) bulunduğu ilçede 4073 ilköğretim, 1597 lise öğrencisi vardır (Narlıdere İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü, 2012). İlçenin okur yazar oranı %93’ür.

Narlıdere ilçesindeki tek halk kütüphanesi olan Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesi, İl Özel İdaresine ait bir binada, 2000 yılında açılmıştır. İlçe Halk Eğitim Müdürlüğü ile ortak kullanılan bina, 25 yılına kütüphaneye tahsis edilmiştir. Narlıdere Belediyesi binası içinde bulunan ve halkın kullanımına açık olan Narlıdere Belediye Kütüphanesi 2010 yılında kapatılarak dermesi İlçe Halk Kütüphanesine katılmıştır. Bu birleşme ile dermesi zenginleşen kütüphanenin bugün 7163 kitabı vardır. Uzman kütüphaneci çalışanı bulunmayan kütüphanenin bir üniversite, bir yüksek okul, bir de halen Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi öğrencisi olan üç memuru ile temizlikten sorumlu bir işçisi vardır. Kütüphane kadrosunda görünen bir memur da, Kültür Bakanlığı tarafından başka bir birimde görevlendirilmiştir.

Toplam 607 kayıtlı üyesi olan kütüphanenin günlük kullanıcı sayısı ortalama 17 kişidir. 2011 yılı sonu verilerine göre; 2011 yılında 5785 kişi kütüphaneden yararlanmışır. Kullanıcı grupları arasında emekli –ağırlıklı olarak Türk Silahlı Kuvvetleri personeli– ve öğrenciler ilk iki sırada yer almaktadır. 2011 yılında 3917 kitabın ödünç verildiği kütüphanenin 2 ulusal gazete ve farklı konularda 10 dergi aboneliği vardır. Sabah 08:00, akşam 17:00 saatleri arasında hizmet veren kütüphane, pazar ve pazartesi günleri kapalıdır. Evrensel bir sınıflama sisteminin kullanılmadığı kütüphanede derme öncelikle, Türkçe ya da farklı bir dilde yazılmış olmasına göre ikiye ayrılmıştır. Bu temel ayrımın altında, çocuk kitapları, gençlere yönelik kitaplar, araş-

tırma kitapları, danışma kitapları, roman ve hikayeler vb. gibi kesin sınırlamalarla ortaya konmamış gruplandırmalar vardır. Önceden belirlenmiş gruplara göre ayrımı yapılan her kitabın sırtında, yazarının soyadının ilk üç harfi verilmiş ve bu sisteme göre alfabetik bir yerleştirme yapılmıştır.

Tek bir bilgisayarın olduğu kütüphanede, 3073 kitabın tarama bilgileri kütüphane için hazırlanan arama programına girilmiş durumdadır. 4 Gb'lik sınırlı internetin olduğu kütüphanede internet, okurların kullanımına açık değildir. Dermesini Kültür Bakanlığına gönderdiği istekler doğrultusunda geliştiren kütüphaneye son bir yıldır yeni derme katılmamıştır. Temizlik ve büro malzemesi giderleri İlçe Halk Eğitim Merkezi ile ortak olan kütüphaneye, ilgili bakanlık tarafından 2011 yılında gazete alımı için 500 TL internet için 1500 TL ve yakıt için 1000 TL ödeme yapılmıştır. Narlıdere Kaymakamlığı ve Narlıdere Belediyesinden de altyapı hizmetleri ve kimi mali giderler konusunda zaman zaman destek alınmaktadır.

2009 yılı sonunda görevden ayrılan Narlıdere Kaymakamı, İlçe Halk Kütüphanesi ile ilgili olarak **“bilgi çağında kütüphanelere ne gerek var, zaten kütüphaneler devlet için geri dönüşü olmayan bir harcama kalemi”** söyleminde bulunmuştur. Kaymakam bu söylemi bir adım daha öteye taşımış, kütüphanenin kapatılması yazısını Kültür Bakanlığına göndermiştir. Bakanlıktan **“kaymakam bey sanırız siz bu yazıyı yanlışlıkla imzaladınız”** şeklinde imalı bir geri dönüş olmuş ve kütüphane kapatılmaktan kurtulmuştur. Yaşanan bu süreç göz önüne alındığında, kütüphaneye son bir yıldır kitap alımının olmaması, “kötünün iyisi” deyimiyile açıklanabilir.

Bu bilgilerin ardından, Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesinin halkla ilişkiler uygulamalarındaki durumu şu şekilde açıklanabilir. Kütüphanenin web sitesi yoktur. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün web sayfasında<sup>1</sup> hakkında kısa bilgilendirmenin bulunduğu kütüphanenin, çalışanların ifadesi ile “olumlu ya da olumsuz tek bir yazının yazılmadığı” bir e-posta adresi<sup>2</sup> vardır. Finansal gerekçelerle şu ana kadar hiçbir sistemli anket çalışmasının yapılmadığı kütüphanede, bir istek ve şikayet kutusu ya da defteri de yoktur. İstek ve şikayetlerle birlikte her türlü talep, bizzat personele söylenmektedir. Yine personelin ifadesiyle, taleplerin tamamı belirli aralıklarla Kültür ve Turizm Bakanlığına gönderilmektedir.

Mevcut ve potansiyel kullanıcılara kütüphaneyi fark ettirmek ve tanıtmak için afiş, poster, broşür, el ilan gibi halkla ilişkiler araçlarının kullanılmadığı/kullanılmadığı kütüphanede neredeyse tek halkla iletişim kurma yöntemi kütüphaneye gelenler ve kütüphane dışında kimi sohbet ortamlarında kütüphaneyi tanıtmaya çalışmaktır. Bu noktada İlçe Halk Eğitim Merkezi'ne gelen kullanıcılarla yapılan yüz yüze görüşmeler, en etkin halkla ilişkiler uygulaması olarak görülmektedir. Kütüphanenin işlevsel bir duyuru panosu yoktur. İlçe merkezinden itibaren tek bir yönlendirme tabelasının olduğu kütüphanenin ilçe sakinlerince bilinirlik oranının yeterli düzeyde olduğu söylenemez.

## Sonuç ve Öneriler

Halk kütüphanelerinde halkla ilişkiler konusu ekseninde ele alınan Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesinde gerçekleştirilen gözlem ve görüşmelerin ardından varılan sonuçlar şu şekilde sıralanabilir;

- İzmir Büyükşehir Belediyesinin merkez ilçelerinden biri olan Narlıdere, İzmir'de sosyal sınıf farklılıklarının en üst düzeye ulaştığı ilçedir. Bununla birlikte ilçe, Büyükşehirin ekonomik yeterlilik sıralamasını gösteren listede ilk basamaklarda yer alır. Narlıdere'nin nispeten gelişmiş ekonomik yapısının ilçe halk kütüphanesine yansıdığını ve nitelik ya da nicelik olarak bu ayrıcalığın kütüphanede görülebildiğini söylemekse olanaklı değildir.

- Bina, bütçe, derme, personel ve kullanıcı açısından tatminden uzak koşullarda hizmet vermeye çalışan kütüphanenin yetersiz kaldığı alanlardan biri de halkla ilişkiler konusudur. Kütüphanede yüz yüze görüşme dışında hemen hiçbir halkla ilişkiler aracı etkin ve sistematik olarak kullanılmamaktadır. Bu konuda yeteri kadar etkin olunamamasının en büyük nedeni, halkla ilişkiler ve halkla ilişkiler araçlarının kullanımı için ayrılmış bir bütçenin olmamasıdır. Buna karşın, istek ve şikayet kutusu ya da defteri gibi çok pahalı olmayacak halkla ilişkiler araçlarına dahi kütüphanede yer verilmemesini ekonomik gerekçelerle açıklamak gerçekçi görünmemek-

<sup>1</sup> <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/belge/1-92078/narlıdere-ilce-halk-kutuphanesi.html>

<sup>2</sup> n.derehalkkutuphanesi@hotmail.com



tedir.

- Özellikle kütüphane kadrosunun yenilendiği ve arttırıldığı 2009 yılı sonuna kadar kütüphane ve kullanıcıları arasında sağlıklı bir iletişim kurulamamıştır. Bu iletişim ve işbirliği açığının kapatılması ve halkla ilişkilerden söz edilebilmesi için biraz daha zamana ihtiyaç vardır.

- Kütüphanenin en yoğun kullanıcı grubunu oluşturan emekliler ve öğrencilerin kütüphaneye bağlılık ve sevgilerini arttırmak yönünde bir girişimde bulunulmamış olması, mevcut ve potansiyel kullanıcı ile iletişim ve halkla ilişkiler konusunda kayda değer adımlar atılmamasının temel nedenlerinden bir diğeridir.

- Narlıdere ilçesinin yerel özelliklerine (mandalina, portakal, nar yetiştiriciliği, balıkçılık vb.) ve halkın genel eğilimlerine yönelik bir analiz çalışması ve bu yönde derme geliştirme ve duyurma çalışması henüz hiç yapılmamıştır.

- Bina, personel, derme yapısı, mali kaynaklar, kullanıcı profili ve diğer kütüphanelerle kurulabilecek işbirliği alanlarında var olan ciddi yetersizlikler, halkla ilişkiler konusuna yeteri kadar önem ve özen gösterememenin gerekçesi olarak görülmektedir. Kütüphaneler hangi türde olursa olsun varlık sebepleri, insana hizmettir. Bu gerçeklikten hareketle; mevcut ve potansiyel kullanıcıların özelliklerinin, yaşam biçimlerinin, isteklerinin, beklentilerinin, memnuniyet ve memnuniyetsizlik gerekçelerinin iyi analiz edilmesi halkla ilişkiler uygulamalarında başarı için son derece önemlidir. Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesinde henüz bu yönde yapılmış bir çalışma yoktur.

- Kütüphanede halkla ilişkiler konusunda eğitim almış ya da görev başı eğitimle kendini bu yönde geliştirmiş bir personelin ve halkla ilişkilerin kütüphaneler için yaşamsal önemini daha kolay ifade edebilecek profesyonel bir kütüphanecinin olmaması, halkla ilişkiler konusunda gerekli adımların atılmamasının en önemli nedenlerinden biri olarak görünmektedir.

- Kütüphanede uzunca bir dönem halkla ilişkiler adına neredeyse hiçbir şeyin yapılmamış olmasında, yerel yöneticilerin dahi kütüphaneyi “bilgi çağında gereksiz” ve “geri dönüşü olmayan bir harcama kalemi” olarak görmeleri temel neden olmuştur. Bilgi ve teknoloji çağını doğru yorumlamaktan uzak bu zihniyet, içinde bulunduğu cehaleti kütüphanenin kapanmasını isteme noktasına vardırılmıştır. Bu tutum doğal olarak, kütüphane çalışanlarını etkilemiş ve kullanıcı ile kütüphane arasındaki bağı yıpratmıştır.

- Son birkaç yıldır en azından “**yarım görebilecek miyiz?**” belirsizliğinden kurtulan kütüphane ve kütüphane çalışanları, henüz emekleme döneminde olduğu söylenebilecek bir halkla ilişkiler yönelimi içindedir. Bu süreçte umut verici olan tek şey, personelin halkla ilişkilerin önemine olan inançları ve kullanıcıya iyi niyetle hizmet verme çabalarıdır.

Çalışmada elde edilen sonuçlar doğrultusunda, Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesinde halkla ilişkiler uygulamalarının etkinliği ve sistematikleşmesi için şu öneriler getirilebilir;

- Öncelikli olarak yönetici ve personel halkla ilişkilerin kütüphane için önemini benimsemeli ve halkla ilişkiler konusunda kendini geliştirmelidir. Gerekirse bunun için profesyonel destek alma yoluna gidilmelidir. Personele halkla ilişkilerin sadece belirli dönemlerde yapılan belirli uygulamalardan ibaret olmadığı bilinci kazandırılmalıdır. Halkla ilişkiler konusunda yeterli bilgi ve uygulama donanımının kazanılmasının ardından, sistematik halkla ilişkiler programı geliştirilmeye çalışılmalıdır.

- Kütüphanenin mevcut ve potansiyel kullanıcılarının beklentileri ve ilgi alanları konusunda araştırmalar yapılmalı, bu araştırmalar doğrultusunda kütüphane hedefleri ve hizmet biçimleri güncellenerek bunların kullanıcılara duyurulmasına emek ve zaman harcanmalıdır.

- Kütüphane için bir web sitesi oluşturulmalı ve bu web sitesi ile e-posta adresinin bilinirliği için yerel yönetimden ve yerel basından destek sağlanmalıdır. Sadece personelin kullanımında olan tek bilgisayar ve sınırlı internet, interneti olan ve kullanıcılarında yararlanabildiği en az iki bilgisayar olacak şekilde çalışma yapılmalı, bu konunun önemi ve gerekliliği konusunda hem ilgili bakanlık hem de yerel yönetimler düzeyinde girişimde bulunulmalıdır.

- Kütüphanenin çok sınırlı ve düzenli olmayan bir bütçesi bulunmasına karşın, en azından bir sistematığın oluşması adına bütçeden halkla ilişkiler faaliyetleri için düzenli pay ayrılmalıdır. Bunun yanı sıra, özellikle halk kütüphaneleri için neredeyse olanaksız gibi görünen sponsorluk için sürekli bir çaba ve arayış içinde olunmalıdır.

- Kütüphane dermesinin zenginleşmesi ve güncel olması çabası sürekli canlı tutulmalıdır. Güncel ve zengin bir koleksiyon daha çok kullanıcı, daha çok kullanıcı da daha fazla halkla

ilişkiler anlamına gelecektir. Kullanıcıların kütüphane işlem ve hizmetleri hakkında bilgilendirilmeleri konusunda daha yoğun bir çaba içinde olunmalıdır.

- Kütüphanenin mekansal yetersizliği -tuvaletlerin İlçe Halk Eğitim Merkezi ile ortak kullanılması gibi- ve donanım eksikliği konusunda ilgili bakanlık ve yerel yönetimlerle sürekli iletişim halinde olunmalıdır. Bu konuda sağlanacak her türlü kazanç ve kat edilecek her mesafe-deki yol, kütüphanenin kullanılabilirliğine, bilinirliğine ve halkla ilişkiler uygulamalarına katkı sağlayacaktır.

- Başta istek ve şikayet kutusu ya da defteri olmak üzere, duyuru panosu, afiş, pankart, el ilanı, broşür gibi nispeten daha az maliyetli halkla ilişkiler araçları en kısa zamanda etkin olarak kullanılmaya başlanmalıdır. İlçede kütüphanenin yerini gösteren yönlendirme tabelaları ile kütüphane iç bilgilendirme ve yönlendirme levhalarının sayısı mutlaka arttırılmalıdır.

- Kütüphanenin gerek sınıflama, gerekse raf düzeni daha kullanışlı hale getirilmeli, bu konuda uzman bir kütüphaneciden destek alınmalıdır. Abone olunan süreli yayınlar konusunda mevcut ve potansiyel kullanıcı isteklerinin dikkate alınması ile yapılacak güncelleme ve takip edilen gazete sayısının yerel ve ulusal gazetelerle arttırılması, kütüphane ve kullanıcıları arasındaki iletişimi arttıracak ve etkinleştirecektir.

- Tüm kütüphane personeli, ilçedeki sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve yerel medya ile sürekli ve iyi iletişim halinde olmalıdır. Bunların dışında kütüphaneye maddi destek ve bireysel bağış konusunda katkı verebilecek kişilerle görüşmeler yapılmalı, kütüphaneye karşı iyi duygu ve düşünceler içinde olmaları sağlanmaya çalışılmalıdır.

- Çeşitli tatiller ve özel günlerde kütüphanede kullanıcıların ilgisini çekebilecek programlar düzenlenmeli, bu programların tanıtım ve duyurusu yapılmalıdır. Bu etkinlikler sırasında kütüphane için imaj gayreti içinde olunmalıdır.

- Narlıdere ilçesinde önemli bir nüfus oranına karşılık gelen ve hatırı sayılır bir coğrafi alana yayılmış olan askeri birliklerle (Ege Ordusu Komutanlığı, Güney Deniz Saha Komutanlığı, İstihkam Okulu Komutanlığı) sağlanacak iletişim ve buralardan elde edilecek birden çok kalemdeki destek (kütüphanelerarası işbirliği, kırtasiye desteği, bu kurumlarda çalışan personelin mevcut ya da potansiyel kullanıcılar olmaları, çevrelerine kütüphaneden söz etme ve kütüphanenin bilinmesine katkıda bulunmaları vb.), kütüphanenin halkla ilişkiler konusunda olduğu kadar, fiziki ve niteliksel donanımı için de son derece önemlidir.

Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesi halkla ilişkiler uygulamaları için ilk yapılması gereken; tüm personelin çalışma süresince yapılan araştırma, gözlem ve görüşmelerin ardından varılan sonuçlar ve bu sonuçlara bağlı olarak verilmeye çalışılan öneriler doğrultusunda mesleki sorumluluk üstlenmeleridir. Halkla ilişkiler uygulamalarının bir kütüphane için ne denli önemli olduğunun bilincinde olmak ve bu bilinci sürekli açık tutmak, hem Narlıdere İlçe Halk Kütüphanesinin amaçlarının daha çok gerçekleştirebilmesini sağlayacak, hem de halkla ilişkiler konusunda kütüphaneye başarı ve süreklilik kazandıracaktır.

## Kaynakça

- Aktaş, M. ve P. Özdemir (2006). Disiplinlerarası bir alan olarak halkla ilişkiler: Türkiye’de akademik çalışmalar üzerine niteliksel bir inceleme. II. *Uluslararası halkla ilişkiler sempozyumu: 21. Yüzyılda halkla ilişkilerde yeni yönelimler, sorunlar ve çözümler* içinde (ss. 33-44). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi. 17 Aralık 2011 tarihinde [http://www.if.kocaeli.edu.tr/hitsempozyum2006/kitap/04-melike\\_aktas\\_pinar\\_ozdemir.pdf](http://www.if.kocaeli.edu.tr/hitsempozyum2006/kitap/04-melike_aktas_pinar_ozdemir.pdf) adresinden erişildi.
- Asna, M. A. (2006). *Kuramda ve uygulamada halkla ilişkiler*. İstanbul: Pozitif.
- Barry, A. (2005). *Halkla ilişkilerin gücü*. Ankara: Elips.
- Bıçakçı, İ. (2006). *İletişim ve halkla ilişkiler: Eleştirel bir yaklaşım*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Boz, M. ve A. Yıldızeli (2008). Bilimsel iletişimde kütüphaneler ve bilgi merkezlerinin rolü. *Akademik bilişim* içinde (ss. 201-207). Çanakkale: Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Budak, G. ve B. Gülay (2004). *Halkla ilişkiler: Davranışsal bir yaklaşım*. 4.bs. İzmir: Barış.
- Bülbül, A. R. (2004). *Halkla ilişkiler*. İstanbul: Nobel.
- Canöz, K. (2008). *Bilgi toplumu ve halkla ilişkiler*. A. Kalender ve M. Fidan. (Yay. Haz.). Halkla ilişkiler içinde (ss. 341-372). Konya: Tablet.
- Çağlar, N. G. (2006). *Üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler ve Başkent Üniversitesi Kütüphanesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Çağlar, N. G. ve B. Yılmaz (2007). Üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler ve Başkent Üniversitesi Kütüphanesi. *Bilgi Dünyası*, 8 (1), 1-29.
- Çamdereli, M. (2004). *Ana çizgileriyle halkla ilişkiler*. İstanbul: Salyangoz.
- Davis, A. (2006). *Halkla ilişkilerin ABC’si*, (Ü. Şimşek, Çev.). İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Erdem, A. ve E. Akbaba (2007). *Halkla ilişkiler nedir? Ne değildir?* M. Işık (Yay. Haz.). Tüm yönleriyle halkla ilişkiler ve tanıtım içinde (ss. 181-206). Konya: Eğitim Kitabevi.
- Erdoğan, İ. (2005). *Teori ve pratikte halkla ilişkiler*, Ankara: Erk.
- Fındık, E. (1988a). Kütüphanecilikte halkla ilişkiler. *Türk Kütüphaneciliği*, 2 (2), 69-73.
- Fındık, E. (1988b). Halk kütüphaneleri ve halkla ilişkiler. *Türk Kütüphaneciliği*, 2 (3), 99-102.
- Fidan, M. (2008). Halkla ilişkiler gelişim süreci. A. Kalender ve M. Fidan (Yay. Haz.). *Halkla ilişkiler* içinde (ss. 49-78). Konya: Tablet.
- Gökkurt, Ö. (1993). Bilgi merkezlerinde pazarlama ve halkla ilişkiler. *Düşünceler*, (9), 2-5.
- İşçi, M. (2002). *Halkla ilişkiler*. İstanbul: Der.
- Kalender, A. (2008). *Halkla ilişkiler: Kavramlar, tanımlar ve uygulama alanları*. A. Kalender ve M. Fidan. (Yay. Haz.). Halkla ilişkiler içinde (ss. 11-47). Konya: Tablet.
- Karadeniz, Ş. (2010). *Ankara’daki halk kütüphanelerinde halkla ilişkiler*. *Bilgi Dünyası*, 11 (1), 8-100.
- Kayan, Y. (1996). *Üniversite kütüphanelerinde halkla ilişkiler ve Türkiye’de durum*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kies, C. (1987). *Marketing and public relations for libraries*. Metuchen: TheScarecrow Press.
- Kitchen, P. J. (2004). *Public relations: Principles and practice*. London: Thomson.

- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2012). Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü Teşkilat Yapısı. 17 Ocak 2012 tarihinde <http://www.kygm.gov.tr/belge/1-45808/teskilat-yapisi.html> adresinden erişildi.
- Mardin, B. (2004). Halkla ilişkiler nedir. 9 Aralık 2011 tarihinde <http://www.frmttr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-ulastirma/705187-halkla-iliskiler-nedir.html> adresinden erişildi.
- Narlıdere İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü (2012). 19 Aralık 2012 tarihinde <http://narlidere.meb.gov.tr/Okullarimiz.htm> adresinden erişildi.
- Okay, A. ve O. Aydemir (2010). *Halkla ilişkiler: Kavram strateji ve uygulamaları*. 4.bs. İstanbul: Der.
- Onal, G. (2000). *Halkla ilişkiler*. 2.bs. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Öndoğan, A. G. (2010). *Üniversite kütüphanelerinde yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinin müşteri memnuniyeti üzerine etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Peltekoğlu, F. B. (2005). *Halkla ilişkiler nedir*. İstanbul: Beta.
- Sabuncuoğlu, Z. (2010). *İşletmelerde halkla ilişkiler*. 10. bs. Bursa: Aktüel.
- Seitel, F. P. (2004). *The practice of public relations*. 9.bs. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Tengilimoğlu, D. ve Ö. Yüksel (2011). *İşletmelerde halkla ilişkiler*. 3.bs. Ankara: Seçkin.
- Theaker, A. (2006). *Halkla ilişkilerin elkitabı*. (Murat Yaz, Çev.). İstanbul: Kapital Medya.
- Tortop, N. (2003). *Halkla ilişkiler*, 8.bs. Ankara: Yargı.
- Türkiye İstatistik Kurumu (2012). 17 Aralık 2012 tarihinde [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb\\_id=39&ust\\_id=11](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=39&ust_id=11) adresinden erişildi.
- Üstün, A. (1997). Kütüphanecilik mesleğinde iç iletişim ve motivasyon. *Türk Kütüphaneciliği*, 11 (1), 20-28.
- Welch, J. M. (2005). The electronic welcome mat: The academic library web site as a marketing and public relations tool", *Journal of Academic Librarianship*. 31 (3), 225-228. 7 Aralık 2011 tarihinde <http://web.ebscohost.com/ehos/detail?vid=1&hid=14&sid=7a66038a-5c25-4b06a5a0-124adf71d1f%40SRC5M2&bdata=JnNpdGU9ZWhvc3QtbG12ZO%3d%3d#db=eric&AN=EJ697743> adresinden erişildi.
- Wilcox, D. L. ve C. Glen T. (2005). *Public relations: Strategies and tactics*. 8.bs. Boston: Pearson Education.
- Wolfe, L.A. (2005). *Library public relations, promotions and communications*. 2.bs. London: Neal-Schuman Publishers.
- Yılmaz, B. (2011). Ankara'daki halk kütüphanesi sistemi: Niceliksel bir analiz. *Türk Kütüphaneciliği*. 25 (1), 35-54.
- Yılmaz, E. (2002). Kütüphanelerimiz ve halkla ilişkiler. ss.1-32. 3 Aralık 2011 tarihinde <http://kaynak.unak.org.tr/bildiri/unak02/u02-15.pdf> adresinden erişildi.
- Yılmaz, E. (2005). Halkla ilişkiler ve Türk kütüphaneciliği. ss. 171-185. 3 Aralık 2011 tarihinde <http://kaynak.unak.org.tr/bildiri/unak05/u05-18.pdf> adresinden erişildi.