


Kütüphanelerde İtibarın İnşası: Paydaşlarla Etkileşimde İnovatif Yönetim Yaklaşımı

Building Reputation in Libraries: An Innovative Management Approach to Stakeholder Interaction

Canan Ergün, *Kütüphanelerde İtibar Yönetimi: Paydaş Temelli Bir Model Önerisi*. Hiperyayın 2021. 1.Baskı, 304 s. ISBN: 978-625-7402-43-9; e-ISBN: 978-625-7402-6

Ayşegül TOK¹ 

¹(Doktora Öğrencisi), Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı, Zonguldak, Türkiye

Anahtar kelimeler: İtibar yönetimi, paydaş teorisi, üniversite kütüphanelerinde itibar yönetimi, paydaş algısı

Keywords: Reputation management, stakeholder theory, reputation management in university libraries, stakeholder perfection

İtibar yönetimi çalışmaları farklı disiplinlerce ele alınan bir konu olmuştur. Bu bakımdan literatürde farklı çalışma alanlarında hazırlanmış itibar yönetimi konulu araştırmalar bulunmaktadır. Yapılan literatür incelemesi sonucunda ülkemizde bilgi merkezlerinde kurumsal itibar yönetimi konusunun ele alındığı ilk araştırmanın 2014 yılında “Bilgi Kurumlarında İtibar: İslam Araştırmaları Merkezi (İSAM) Kütüphanesi örneği (Keskin, Furat, Kaygısız ve Oğuz, 2014) başlıklı çalışma olduğu görülmüştür. İtibar yönetimi olgusunun kütüphanelere yansımaları konusunda kapsamlı bir analiz sunan bir başka çalışma ise İstanbul 29 Mayıs Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü’nde öğretim görevlisi olarak görev yapmakta olan Dr. Canan Ergün tarafından kaleme alınan *Kütüphanelerde İtibar Yönetimi: Paydaş Temelli Bir Model Önerisi* başlıklı kitap olmuştur. Söz konusu kitap, yazarın aynı başlıklı doktora tezinden üretilmiştir. İncelemesi yapılan bu çalışmanın Türkiye’de kütüphanelerde itibar yönetimi üzerine hazırlanmış ilk lisansüstü tezden üretilmiş bir kitap olduğu görülmektedir. 2021 yılında yayımlanan eser, Bilgi ve Belge Yönetimi alanında çalışan uygulayıcılar, araştırmacılar ve öğrenciler için bir rehber niteliğindedir. Kütüphanelerde itibar ve paydaş yönetimi konularındaki uygulamalar ile ilgili boşluğu doldurmaya yardımcı olarak, ülkemizdeki kütüphaneler için optimum fayda sağlayacak bir model önerisi sunması bakımından önemli bir eserdir. Yazarın konuları anlaşılır ve akıcı bir dille sunması okuyucuların konuya hâkim olmaları açısından oldukça önemlidir. Yapılan literatür incelemesi sırasında söz konusu eserin yakın zamanda kitap tanıtımı olarak ele alındığı görülmüştür (Esgidir, 2023). Kitap tanıtımı yazılarında “betimsel” ve “eleştirel” olarak iki farklı yaklaşım benimsenmektedir (Şişman, 2005, s. 136). Betimleyici kitap tanıtımı, kitapla ilgili genel bilgilerin verildiği, muhteva ve fiziki özellikleri hakkında bilgiler verilen tanıtım türüdür. Eleştirel tanıtım ise kitap ile ilgili verilen genel bilgilerin yanı sıra konuların işleniş ve içeriğin farklı yönlerden değerlendirildiği çalışmalardır (Akpınar, 2017, ss. 434-435). Söz konusu kitap için yayımlanmış ilk tanıtım (Esgidir, 2023), kitabın tüm bölümlerini ayrıntılı bir şekilde tanımlayan ve kitap hakkında temel bilgiler vermekte olan değerli bir yayın olarak karşımıza çıkmaktadır. Okumakta olduğunuz bu tanıtım yazısında ise kitap farklı bir açıdan değerlendirilmiştir. Kitabın önemli noktalarını vurgulayarak kitap içeriğini potansiyel okuyuculara aktarmak amaçlanmaktadır. Kitabın tanıtılmasının yanı sıra bilimsel öneminin ortaya konması amaçlanmıştır. Kütüphanelerde itibar yönetimi süreçleri kalite çalışmaları ile ilişkilendirilerek bu alanda çalışan araştırmacıların dikkatini çekmek hedeflenmiştir.

Dört ana bölümden oluşan kitabın “Giriş” kısmında araştırmanın önemi ve amacı belirtilerek, kütüphanelerde itibar yönetimi konusunda genel bilgiler verilmiştir. Giriş kısmı okuyucuya kütüphanelerde itibar yönetimi konusunda genel bir anlayış sunarak araştırmanın neyi hedeflediğini açıklamaktadır. Araştırmanın amacı, kütüphanelerde itibar yönetimi hedeflerine ulaşmak için kütüphanelere rehberlik edecek bir model veya strateji sunmaktır.

Corresponding Author: Ayşegül TOK E-mail: aysegul.tok@beun.edu.tr

Submitted: 05.02.2024 • **Accepted:** 18.03.2024



This article is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

Kitabın ilk bölümü “İtibar ve Kurumsal İtibar Yönetimi” başlığını taşımaktadır. Yazar, kurumsal itibarın geniş bir tanımlamasını yapmakta, kurumsal itibarı oluşturan unsurlar olarak *kurum, kimlik ve imaj* kavramlarından bahsetmektedir. Ardından, “Kurumsal İtibarla İlgili Yaklaşımlar” başlığı altında kurumsal itibarın tarihsel serüvenini anlatmaktadır. İtibarın yönetim süreçleri ve stratejilerine değinerek kurumsal itibar unsurları, paydaş algısı ve beklentilerini değerlendirmektedir. Kurumsal itibarın onu çevreleyen unsurlarla birlikte düşünülerek belli bir stratejik plan dâhilinde yürütülmesi gerekliliğini vurgulamaktadır.

Yazar, eserin “Paydaş Teorisi ve Paydaş Yönetimi” başlığını taşıyan ikinci bölümünde, bir kurumun amaçlarını gerçekleştirmesinde etkin olabilen grup ya da kişiler olarak ifade edilen paydaş kavramını ele alarak paydaş teorisi, paydaş yönetimi ve stratejileri üzerine bilgiler vermektedir. 1980’li yıllarda kurumların karmaşıklık ve dinamizmine yanıt olarak ortaya çıkan paydaş teorisi betimsel, araçsal ve normatif bakış açılarıyla değerlendirilmektedir. Literatürde yapılmış çalışmalara dayanarak kurumlarda etkili paydaş yönetimi yaklaşımları tasarlamak için dikkatli bir değerlendirme yapılması gerektiği vurgulanmaktadır. Örgütlerin kurumsal yapılarını şekillendirebilmek için kullanılan paydaş stratejileri (tepkisel, savunmacı, uzlaşmacı, proaktif) ile ilgili bilgiler vererek kurumların paydaş yönetimi politikalarını sürekli güncel tutmaları gerektiğini de ifade etmektedir. Literatürde yer alan paydaş tanımlamalarını belirterek paydaşların sınıflandırılmasının ve tanımlanmasının paydaş yönetiminin temeli olduğunu ifade etmektedir. Yazar paydaş analizi alt başlığı altında kurumların paydaşları ile ilgili faydalı ve gerçek bilgilerin toplanması sürecinin paydaş analizi ile mümkün olacağını, toplanan bu bilgilerin ise yeni ürün, politika ve uygulamaların geliştirilmesinde girdi olarak kullanılabileceğini belirtmiştir. Kurumların paydaş iletişim yönetimi ile doğrudan ya da dolaylı olarak müşterekleri ile iletişim kurarak onların görüşlerini öğrenmesi ve aynı zamanda kurumun bakış açısını da ilgili taraflara aktarması mümkün olabilir. Bu bağlamda kitabın ikinci bölümü paydaşların beklentilerini anlamak, onları bilgilendirmek ve katılımlarını teşvik etmek için iletişim stratejilerinin etkili bir şekilde kullanılması gerektiğine işaret etmektedir.

Kitabın, “Üniversitelerde ve Üniversite Kütüphanelerinde İtibar ve Paydaş Yönetimi” başlıklı üçüncü bölümünde, üniversite kütüphaneleri için itibar yönetimi genel boyutları ve Türkiye’deki uygulamalarıyla ele alınmıştır. Bu bölüm üniversitelerde itibar ve itibar yönetimi, Türkiye’de üniversitelerde itibar ve paydaş yönetimi, üniversite kütüphanelerinde itibar ve paydaş yönetimi ve Türkiye’de üniversite kütüphanelerinde itibar ve paydaş yönetimi olmak üzere dört alt başlıkla detaylandırılmıştır. Bir üniversitede yapılacak itibar çalışmalarına ilişkin tüm tanımlamalar ve işlemler etraflıca anlatılmıştır. Yükseköğretim kurumlarının yaptıkları başarılı çalışmaları ancak paydaşlarına göstererek başarılı olabileceklerinden bahsedilmiştir. Yazar, yükseköğretim kurumlarının başarılı sayılabildiklerinin ancak hizmetlerini paydaşlarına aktif iletişim içinde sunabilmesi ile mümkün olacağına dikkat çekmektedir. Türkiye’de üniversitelerde itibar ve paydaş yönetimi ile ilgili literatürde yer alan incelemelere dayanarak genel bir çerçeveye çizilmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda DergiPark ve YÖK Tez Merkezi veri tabanları içerisinde kurumsal itibar algısı üzerine yapılan akademik çalışmaların incelendiği tablolar verilmiştir. Söz konusu tablolarda Türkiye’de üniversitelerin kurumsal itibar algıları ve kurumsal itibar yönetimini ölçmeye yönelik 26 bilimsel makale ve 24 tez çalışması yapıldığı görülmektedir. Üniversite kütüphanelerinde itibar yönetiminin nasıl yürütüldüğüne özgü yayınlanmış araştırmalar ve yurtdışındaki bazı dernek ve kütüphane birliklerinin kütüphanelere danışmanlık hizmeti verdiği belirtilmiştir. Kütüphanelerin, üniversitelerin itibarına katkılarının neler olduğunu göstermek adına yapılmış bir çalışmada kütüphanelerin kurum itibarını ve araştırma performansını artırmasında sağladıkları değerler 10 maddede sıralanmıştır. Bunlar;

1. İyi kütüphaneler, kurumların en iyi araştırmacıları işe almasına yardımcı olur.
2. İyi kütüphaneler, araştırmacıların araştırma fonları ve hibe almalarına yardımcı olur.
3. Üniversite kütüphaneleri yeni akademik iletişim modellerini ve yeni teknolojileri teşvik eder ve kullanır.
4. Kütüphanelerin kurumsal arşivleri, kurumun görünürlüğünü artırır ve araştırma profilini yükseltir.
5. Yönünü dış dünyaya çeviren kütüphaneler, kurum çapında girişimlere katkı verebilirler.
6. Uzman kadroları ile akademik bölümlerle ortak çalışmalar yapabilirler.
7. Araştırmacılarla bağlantı kurarak kütüphanenin değeri artacaktır.
8. Araştırmacılar için ayrılan özel alanlar daha iyi bir çalışma alanı sağlar.
9. İyi araştırmacılar için temel olan, ilgilenilen konularla yüksek oranda ilgili içeriğe kolay erişimdir.
10. Kütüphaneler bilimsel değerlerin fiziksel olarak tezahürüdür.

Yazar ilgili literatür ışığında üniversite kütüphanelerinin iç ve dış paydaş gruplarını tanımlamıştır. İlgili paydaş grupları aşağıdaki gibidir:

- Kütüphaneciler
- Üniversite yönetimi
- Öğrenciler
- Araştırmacılar
- Alınan hizmetler (sağlayıcılar vb.)
- Bölgesel birlikler
- Topluluk (halk)

- Gerçekleştirilen iş birlikleri
- Öğretim üyeleri
- Yayınevleri.

Türkiye’de Üniversite Kütüphanelerinde İtibar ve Paydaş Yönetimi alt başlığında, ülkemizde üniversite kütüphanelerinde kurumsal kimlik üzerine doğrudan ya da dolaylı olarak yapılmış bir çalışmaya rastlanılmadığı yazar tarafından belirtilmiştir. Bu bağlamda Türkiye’de itibar konusu literatür ışığında incelenmiş ve ülkemizde bilgi ve belge yönetimi alanında yapılmış “paydaş” ve “paydaş yönetimi” konularının ele alındığı çalışmalar incelenerek bir durum analizi yapılmaya çalışılmıştır. Bu analiz, üniversite kütüphanelerinin paydaşlarıyla olan ilişkilerini, itibarlarını ve kurumsal kimliklerini nasıl yönettiklerini anlamak için önemli bir adımdır. Bu inceleme çalışması Türkiye’deki üniversite kütüphanelerinin itibar ve paydaş yönetimi konusundaki eksikliklerini vurgulamakta ve gelecekte yapılacak araştırmalar için bir temel oluşturmaktadır. Üniversite kütüphanelerinin bu konuda daha fazla farkındalık kazanması, paydaşlarıyla daha etkili iletişim kurması ve kurumsal kimliklerini güçlendirmesi, kütüphanelerin topluma daha değerli hizmetler sunmasına katkı sağlayabilir. Bu bakımdan kitabın üçüncü bölümünde verilen bilgiler ülkemizde üniversite kütüphanelerinin itibar ve paydaş yönetimi konusunda yapacakları gelecekteki araştırmalar için bir yol haritası oluşturabilir.

Kitabın dördüncü ve son bölümü “Sonuç” başlığını taşımaktadır. Bu bölümde önceki bölümlerde bahsedilen konulara yönelik değerlendirme yapılmış ve çeşitli çözüm önerileri yazar tarafından ortaya konulmuştur. Toplumların kıymetli birer kurumu olan kütüphanelerin itibar ve paydaş yönetimi çalışmalarında gerekli olan hedefler belirtilmiştir. Bu hedefler:

1. Farkındalık sağlayabilmek için kurum içinde paydaş yönetimi anlayışını uygulamak.
2. Kütüphanelere ilişkin olumsuz algı ve tutumları olumlu yönde değiştirmek, olumlu alguların ise sürdürülmesini sağlamak.
3. Kütüphane itibarını etik değerler temelinde sunarak sağlamlaştırmak.
4. Hizmet verilen kurum, şehir veya ülkede bilgi toplumunun ayrılmaz bir parçası olarak planlamalar ve stratejiler geliştirmek.

Yazar çalışmanın sonunda kütüphaneler için geliştirdiği itibar yönetimi modelini sunmuştur. Son olarak yapılan çalışma nezdinde ortaya çıkan eksiklikler ve öneriler dile getirilmiştir. Eksikliklerin ve önerilerin dile getirilmesi, çalışmanın sınırlamalarını ve ileride yapılacak çalışmalar için potansiyel fırsatları belirlemeye yardımcı olabilir. Bu şekilde, kütüphaneci ve araştırmacılar, çalışmanın sonuçlarına dayanarak kütüphanelerde itibar yönetme konusunda daha etkili stratejiler geliştirebilirler. Gelecekte yapılacak çalışmalar ile geliştirilen itibar yönetimi modeli belirli bir bağlamda test edilebilir ve sonuçlarına dayanarak modelin iyileştirilmesi veya adaptasyonu için öneriler sunulabilir. Ayrıca, geliştirilen itibar yönetimi modelinin farklı kütüphane türleri üzerinde test edilmesi ve uygulanabilirliğinin daha fazla incelenmesi gibi konular üzerinde odaklanılabilir.

Kitapta belirtilen konuların yazar tarafından çoğunlukla literatür çerçevesinde ele alındığı görülmektedir. Kütüphanelerde uygulanacak itibar yönetimi modeli paydaşların memnuniyetini artırmak, hizmet kalitesini yükseltmek ve kütüphanelerin sürdürülebilirliklerini sağlamak için etkili bir araç olabilir. Ayrıca kütüphanelerin kalite standartlarını yükseltmeleri noktasında rehberlik sunabilir. Kalite çalışmaları, kullanıcı geri bildirimlerini toplamayı, verilere dayalı kararlar almayı ve sürekli olarak iyileştirme stratejileri uygulamayı içerir (Masters, 1996, s. 6). Bu sürekli iyileştirme çabaları, kütüphanelerin itibarını da güçlendirebilir. Bu nedenle eser, kütüphanelerde kalite ve itibar yönetimi alanlarında çalışan araştırmacılar için önemli bir başvuru kaynağı niteliği taşımaktadır. Ayrıca kütüphanelerde kalite yönetimi süreçlerinin planlanmasında yararlanılabilecek önemli bir eserdir. Bilim insanlarının yanı sıra sahada çalışan kütüphaneciler ve bilgi ve belge yönetimi öğrencileri tarafından değerlendirilebilecek olan bu eser kütüphanelerde yürütülecek kalite çalışmalarına ilişkin önemli bilgiler içermektedir.

Yazarın ORCID ID’si / ORCID ID of the author

Ayşegül TOK 0000-0002-1704-446X

REFERENCES / KAYNAKLAR

- Akpınar, Ö. F. (2017). Kitap tanıtımı yazısının amaçları, çeşitleri, metodu ve faydaları. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(12), 426-441.
- Ergün, C. (2021). *Kütüphanelerde itibar yönetimi: Paydaş temelli bir model önerisi*. Hiper yayın.
- Ergün, C. (2021). *Kütüphanelerde itibar yönetimi: Paydaş temelli bir model önerisi* [Doktora tezi]. Maltepe Üniversitesi.
- Esgidir, O. F. (2023). Ergün, C. (2021). Kütüphanelerde itibar yönetimi: Paydaş temelli bir model önerisi. İstanbul. Hiperlink. ISBN: 978-625-7402-43-9. *Education and Technology in Information Science*, 1(2), 82-85.
- Keskin, İ., Furat, M. F., Kaygısız, E. G. ve Oğuz, N. (2014). Bilgi kurumlarında kurumsal itibar: İslam Araştırmaları Merkezi (İsam) Kütüphanesi örneği. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 9(2), 101-120. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/40331>
- Şişman, M. (2005). Kitap eleştirisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 41(41), 133-140.
- Masters, D. G. (1996). *Total Quality Management in Libraries*. ERIC Digest. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED396759.pdf>

Atıf Biçimi / How cite this article

Tok, A. (2024). "Building reputation in libraries: An innovative management approach to stakeholder interaction." [Review of the book Kütüphanelerde İtibar Yönetimi: Paydaş Temelli Bir Model Önerisi, by Canan Ergün]. *Bilgi ve Belge Araştırmaları Dergisi*, 21, 34–37. <http://doi.org/10.26650/bba.2024.21.1431827>