

Üniversite Kütüphanelerinde Sosyal Medya Politikaları* Social Media Policies in University Libraries

Murat AKBAŞ** ve Tülay FENERCİ***

Öz

Çağımızın yeni fenomeni sosyal medya tüm dünyada kişi ve kuruluşlar tarafından yoğun ve yaygın biçimde kullanılmaktadır. Bu yeni iletişim ve paylaşım platformu, kullanıcılarına yeni fırsatlar sunmakla beraber bazı tehditler de barındırmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya hesaplarının işletim, yönetim ve denetimi önemli hale gelmekte ve bir sosyal medya politikası oluşturma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda makalede; Türkiye'deki üniversite kütüphanelerinin bir sosyal medya politikasına sahip olup olmadığı saptanmış ve kütüphanecilerin sosyal medya politikasını bir ihtiyaç olarak görüp görmediğine ilişkin farkındalık düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında sosyal medyayı kullandığı tespit edilen 90 üniversite kütüphanesine anket uygulanmış ve ankete katılan 67 (% 74,4) üniversite kütüphanesinin yanıtları değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda ankete katılan kütüphanelerin yalnızca %7,4'ünün kütüphane için oluşturulmuş bir sosyal medya politikası bulunduğu ve kütüphanecilerin çoğunlukla (%82) kütüphaneler tarafından sosyal medya politikası vb. bir belgenin rehber olarak kullanılması gerektiğine inandığı ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, Türkiye'deki üniversite kütüphanelerine rehber olabileceği düşünülen bir sosyal medya politikası önerisi hazırlanmış ve bu çalışmada sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Sosyal medya, politika, üniversite kütüphaneleri, sosyal medya politikası, sosyal medya rehberi

Abstract

Social media, the phenomenon of our era, has been used by people and organizations widely and profoundly all over the world. This new communication and sharing platform offers many opportunities to its users. However, it has some threats. Therefore, operating, managing and controlling of social media accounts become important and creating a social media policy arises as a necessity.

* Bu makale, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Bilgi ve Belge Yönetimi Anabilim Dalı'nda hazırlanan "Üniversite Kütüphanelerinde Sosyal Medya Politikaları" başlıklı yüksek lisans tezine dayanılarak hazırlanmıştır.

** A.Ü. Bilgi ve Belge Yönetimi, Yüksek Lisans mezun öğrenci, muratakb35@yahoo.com

*** Prof.Dr., Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, tulay.fenerci@ankara.edu.tr

In this article, it has been determined whether the university libraries using social media have a social media policy and it has been tried to determine the awareness level of the librarians with respect to whether they think that social media policy is a need. A survey has been conducted upon 90 university libraries that use social media and the responses of 67 (74,4 %) participants have been evaluated. The results show that only 7,4 % of the participant have a social media policy created for their library, and the librarians mostly (82%) believe that a document like social media policy should be used by the libraries. With regard to this, a social media policy, which is thought to be a guiding instrument for Turkish university libraries is proposed and presented in this study.

Keywords: *Social media, policy, university libraries, social media policy, social media guidance.*

Giriş

Sosyal medya tüm dünyada kullanıcı sayısı 1.3 milyarı aşan Facebook ve 645 milyonu aşan Twitter gibi sosyal ağlarla ve giderek yaygınlaşan kullanımıyla önemli bir iletişim ve paylaşım platformu haline gelmiştir (Statistic Brain, 2014b). Bireylerin yanı sıra sosyal medyanın potansiyel gücünün farkına varan kuruluşlar dolayısıyla kütüphaneler de giderek artan biçimde bu yeni platformda yer almaya başlamışlardır. Türkiye’de üniversite kütüphanelerinin sosyal medya araçlarını kullanma durumuna saptamak amacıyla Tavluoğlu (2013) tarafından biri 2012 diğeri 2013 yılında iki ayrı web taraması yapılmış ve Türkiye’deki üniversite kütüphanelerinden en az bir sosyal medya hesabı olanların oranının %20’den %25’e yükseldiği tespit edilmiştir (Tavluoğlu, 2013). Bu makalenin konusu olan araştırmada ise; 16-28 Ekim 2014 tarihleri arasında üniversitelerin ve üniversite kütüphanelerinin sosyal medya sayfaları web üzerinden taranmış, tarama sonucunda Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı (YÖK)’na kayıtlı 176 üniversitenin %99 ve 176 üniversite kütüphanesinin %51 oranında sosyal medya araçlarından en az birini kullandığı tespit edilmiştir. Önceki iki çalışmanın ve tarafımızdan yürütülmüş olan çalışmanın tarama verileri incelendiğinde; Türkiye’deki üniversite kütüphanelerinin sosyal medya kullanımında artış eğilimi olduğu gözlemlenmektedir.

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bu yeni platform gün geçtikçe hayatımızı daha çok etkilemekte, insanlar geleneksel iletişim kanallarından giderek uzaklaşarak bu sanal ortamda sosyalleşme sürecini yaşama eğilimi göstermekte ve sürecin doğal bir sonucu olarak bu ortamlara özgü farklı davranış biçimleri geliştirmektedirler. Bilginin zaman ve mekan sınırı gözetmeksizin anlık olarak paylaşılabilirdiği, insanların fikirlerini daha özgür biçimde dile getirebildiği, farklı düşüncelerin etkileşim içinde olduğu böylesi dinamik bir ortamda insan-insan, insan-toplum ilişkisi ve iletişimindeki değerler de değişmeye başlamakta ve yeni bir kültür oluşmaktadır. Ne var ki bu yeni özgür ortam sunduğu fırsatların yanı sıra dikkat edilmesi gereken birçok hususu da beraberinde getirmektedir. Örneğin: Facebook’ta yaklaşık 81 milyon sahte profil bulunmakta (Statistic Brain, 2014a), kullanıcıların hesapları

kötü amaçlı yazılımlar (malware) kullanılarak ele geçirilmekte ve/veya kullanıcılar kontrollerinin dışında paylaşımında bulunmaya zorlanmaktadır.

Sosyal medyanın sunduğu fırsatları değerlendirmek ve bunu yaparken de potansiyel tehditlerinden korunarak kullanım etkinliğini artırmak, değer ve fark yaratmak adına ulusal (Ör: Anadolu Ajansı) ve uluslararası (Ör: Coca Cola) düzlemde çeşitli kuruluşlar sosyal medya politikaları geliştirerek yayınlamış ve kullanmaya başlamışlardır.

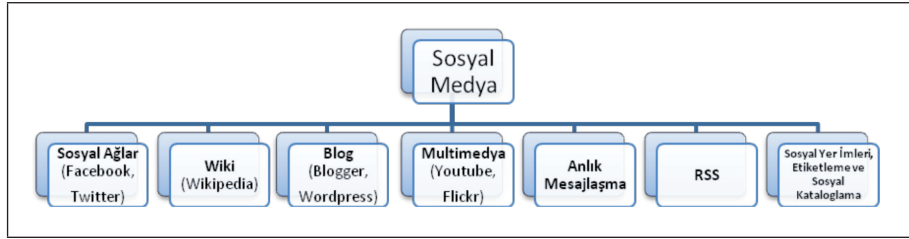
Literatür ışığında üniversite kütüphaneleri açısından durum değerlendirildiğinde ise; yurt dışındaki üniversite kütüphanelerinden bazılarının gerek kendilerinin oluşturduğu ve uyguladığı sosyal medya kılavuzları/politikaları yoluyla, gerekse üniversitenin sosyal medya politikalarına bağlı olarak, oluşturdukları, paylaştıkları ve yayınladıkları içeriğin etik ve yasal açıdan uygun olmasına, değer yaratan ve kaliteli bir yapıya kavuşmasına çalıştıkları ve böylelikle kütüphanenin marka değerini garanti altına alma çabası gösterdikleri tespit edilmiştir. Türkiye sözkonusu olduğunda ise, bu araştırmanın zaman kapsamı dahilinde, üniversitelere ve üniversite kütüphanelerine ait, İnternet üzerinden yayınlanmış ve sosyal medyanın kullanımını konu alan bir politika belgesine rastlanmamıştır.

Sosyal medya kullanımındaki niceliksel artışın dikkat çekici olmasına karşın alanımızda sosyal medya kullanımına ilişkin ilkeleri ortaya koyacak politika konusunun gerek uygulamada gerekse literatürde yeterli biçimde ele alınmamış olması bir boşluk olarak değerlendirilebilir. Çünkü sosyal medya, tanıtım ve pazarlama başta olmak üzere pek çok yönden kuruluşa katkı yapabilirken, öte yandan yanlış kullanımı kuruluşun birtakım yasal ve etik sorunlarla karşı karşıya kalmasına yol açabilmekte ve kuruluşun adınının öne çıkarılması hedeflenirken tam tersi bir duruma da neden olabilmektedir. Bu noktada şu soru akla gelmektedir: Üniversite kütüphaneleri sosyal medya araçlarını ne amaçla kullanmakta ve kullanımda bir sorunla karşı karşıya kaldıklarında nasıl bir tutum izlemektedirler?

Sosyal Medya ve Üniversite Kütüphanelerinde Kullanımı

Sosyal medya, kullanıcılara içerik yaratma ve paylaşma imkânı veren, belirli bir konu üzerinde pek çok katılımcının katkısıyla kolektif aklın ürünü bilgilerin oluşturulduğu, etkileşimli ve dinamik yeni nesil medya platformudur.

Bu yeni platform içerisinde web 2.0 İnternet teknolojisi kullanılarak oluşturulmuş ve kullanıcılarına ücretsiz alternatifler (Örn: Wordpress'in haber/magazin temaları) sunan araçlar bulunmaktadır. Bu araçlar içinden öne çıkanların bazıları Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1. Sosyal Medya Araçları

Türkiye'deki üniversite kütüphanelerinin, sosyal medya araçlarından hangilerini hangi nedenlerle kütüphanelerinde kullandığına dair araştırma (Tavluoğlu, 2013, s. 101-103) bulgularına göre en çok sosyal ağlar, bloglar ve anlık mesajlaşma araçlarının kullanıldığı ve bunların hızlı iletişim ve hizmet sunumunda etkin bir ortam sağladıkları (yaklaşık %53) gerekçesi ile tercih edildiği anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra sosyal medya araçlarının kütüphanelerde yeterince kullanılmama nedeni olarak da katılımcıların büyük çoğunluğunun (%41) bilgi sahibi olmaması gösterilmiştir. Üniversite kütüphanelerinin temel misyonu, sahip oldukları kaynaklar, sundukları hizmetler ve verdikleri kullanıcı eğitimleri aracılığıyla bilimsel araştırmaları desteklemektir (Farkas, 2007, s. 239). Kütüphaneler bir yandan bilinen hizmetleriyle eğitim ve araştırmaya destek verirken diğer yandan web 2.0 teknolojisinin getirdiği kolaylıklar ve sağladığı özgürlüklerden yararlanarak kullanıcılarına daha gelişmiş bilgi hizmetleri sunma fırsatına sahiptirler ve bu fırsatı kullanmak durumundadırlar. Nitekim günümüz kullanıcıları, kütüphaneye gitmekten ziyade sosyal medya araçlarını kullanarak daha fazla kaynağa erişme, buldukları kaynakları organize etme, kendi yorum ve bilgileriyle bu kaynaklardan elde ettikleri bilgileri şekillendirme ve bu bilgileri diğer kullanıcılarla paylaşma eğilimindedirler. Üniversite kütüphaneleri de teknoloji algısı ve fiziki hareketliliği yüksek bu yeni nesil kullanıcılara hizmet etmek için yoğun çaba harcamaktadırlar. 1990'lı yılların başında araştırma yapmak için kullanıcının kütüphaneye gitme zorunluluğu varken, günümüz kullanıcıları yeni teknolojiler sayesinde uzaktan bilgiye, örneğin: Kütüphanelerin veritabanlarına, kataloglarına erişebilmekte ve buldukları noktadan araştırmalarını gerçekleştirebilmektedirler (Farkas, 2007, s. 239).

Üniversite kütüphaneleri, kütüphane kullanımını artırmak, kütüphane hizmetleri ve kütüphane ile ilgili faaliyetlerin tanıtımını yapmak, bilgiye ulaşmada yeni yollar yaratmak, kullanıcı neredeyse orada olmak, kullanıcılardan geribildirim almak, kütüphanenin belirgin özelliklerini ön plana çıkarmak, diğer kütüphaneler ve kullanıcılarla koordinasyonu sağlamak (Mathews, 2011), kullanıcılarla iyi iletişim kurmak, hizmetlere ilişkin aksaklıkları tespit edebilmek ve bu aksaklıklara çözümler üretebilmek (Aras, 2014, s. 24-25), uzaktaki kullanıcılarına eğitici/öğretici içerik sağlamak (Farkas, 2007, s. 239) gibi amaçlarla hayatlarının her alanında teknolojiyi kullanan bu yeni nesil kullanıcılar için daha iyi hizmet vermek üzere çeşitli sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar.

Bununla beraber daha önce de değinildiği gibi sözkonusu araçların kişi ve kuruluşları karşı karşıya bıraktığı tehditler de mevcuttur.

Sosyal Medyada Tehditler

Sosyal medya araçları, yalnız yazılı mesaj ve bilgilerin değil, görüntü ve ses dosyalarının da paylaşımına ve anlık etkileşimle bu paylaşımların hızlı biçimde yayılmasına olanak vermektedir. Bu bakımdan paylaşımına açılan içeriğin niteliği ve sahipliği (kullanım hakkı gibi) önem kazanmaktadır. Dolayısıyla içerik ekleme ve paylaşmada etik ilkelere ve hukuki haklara uymak gerekir, fakat kullanıcılar bu ortamda kolaylıkla paylaştığı/tekrar yayınladığı içerik için bu ilke ve haklara çoğunlukla dikkat etmemekte, (Junco, 2011, s. 60) yüz yüze iletişime nazaran kendilerini daha özgür hissettiklerinden üslup ve paylaşımlarında özensiz olabilmektedirler. Bunun sonucu olarak, kullanıcıların kendi sınırlı fiziksel çevrelerinde ahlaki bir sorun olarak görmedikleri ve etkileri nispeten sınırlı hususlar, paylaşımlı bir ağda etkileri daha büyük olan ve istenmeyen sorunlar yaratabilmektedir.

Bunun yanı sıra sosyal medyanın doğası gereği, kişisel bilgilere erişimin kolay olması ve neyin kişisel neyin kamuya ait olduğu ile ilgili çizginin belirgin olmaması bu ortamdaki ilişkileri de kötü yönde etkileyebilmekte (Maranto ve Barton, 2010, s. 96; Garber, 2011), mahremiyeti ihlal, etik değerlerin yok sayılması, entelektüel mülkiyet haklarını ihlal, siber zorbalık, kuruma ait özel ve gizli bilgilerin ve kişisel verilerin paylaşımı, uygunsuz içerik ekleme gibi problem ve tehditler ortaya çıkabilmektedir. Hapis cezasına varan yaptırımlara maruz bırakılan bu durumlar dışında ifade özgürlüğü olarak adlandırılan ve tam anlamıyla ceza kapsamına girmeyen durumlar da mevcuttur¹. İfade özgürlüğünün sınırlarını belirlemek güçtür. Örneğin: Yükseköğrenim gibi ifade özgürlüğünün sınırlarının her zaman en geniş olması gereken kurumlarda öğrenciler, çalışanlar ve idarecilerin sosyal medyada yaptığı açıklamaların sınırlarını çizmek oldukça zordur. İfade özgürlüğünün sınırı ile kişilik haklarına saygı gösterme arasındaki dengenin kurulmasını sağlamak ve bu konudaki ilkeleri belirlemek idare açısından oldukça güç bir durumdur (Lenartz, 2012a, s. 32). Getirdiği riskler nedeniyle, pek çok kişi tarafından dikkat edilmesi gereken bir platform olarak değerlendirilen sosyal medya, üniversite intranetleri, kurumsal sanal öğrenme ortamları ya da resmi web siteleri gibi kurumsal sistemlere dahil edilmemektedir. Sosyal medya bu yüzden kurum politikalarının ve yönetim kontrol mekanizmalarının gerisine düşmektedir (McNeill, 2012, s. 154). Diğer yandan sosyal medyayı kütüphane hizmetleri ve halkla ilişkiler gibi faaliyetlerine dahil eden üniversiteler de bulunmaktadır.

Sosyal medyanın pozitif etkileri (özellikle genç nesil üzerindeki), ancak kapsamlı ve zaman alıcı araştırmalarla görülebilirken, bu ortamda olumsuz herhangi bir olayın

1 Türkiye'de ve yurt dışında sosyal medyanın mevzuat açısından değerlendirilmesi ile ilgili ayrıntılar için bkz. (Akbaş, 2015, s. 95-137)

gerçekleşmesi kısa sürede kurum açısından ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Sosyal medya ortamında meydana gelmiş olumsuz vakalara dikkat edilerek problemlerin belirginleştirilmesi, gelecekte olması muhtemel benzer vakaları önlemek açısından öncelikli olup (Lenartz, 2012a, s. 29) sosyal medyada başarılı bir şekilde varlık göstermek için bu ortamdaki risklerin değerlendirilmesi, uygun ve gerekli koruma tedbirlerinin alınması ve bu doğrultuda rehberlik edecek politikaların hazırlanması önem kazanmaktadır.

Sosyal Medya Politikası İhtiyacı ve Sosyal Medya Politikasından Beklenen Faydalar

Teknolojideki hızlı değişim ve sosyal medyanın pek çok platformda aktif olarak kullanılması yükseköğrenim yönetimi ve çalışanlarını da bu ortamda varlık gösterme yönünde bir eğilime itmekte, bu durum üniversitelerin de içinde olduğu pek çok kurum ve kuruluşun belirli bir politika ve strateji üretmeksizin sosyal medya uygulamalarını kullanmaya başlaması ile sonuçlanmaktadır (Lenartz, 2012b, s. 334). Benzer şekilde sosyal medyanın kütüphaneye uyarlandığı ilk dönemlerde pek çok kütüphaneci, sosyal medyanın kendi kurumları için nasıl ve neden önemli olduğunu dikkate almaksızın sosyal medya hesapları oluşturmuşlardır. Oysa kullanıcıları ile etkileşim içinde oldukları sosyal medyayı kurumun tanıtımı, kullanıcıların anlık bilgi isteklerini karşılama gibi maksatlarla kullanacak kütüphanelerin sosyal medyayı neden ve nasıl kullandıklarını tekrar gözden geçirmesinde fayda vardır (Johnson ve Burclaff, 2013, s. 399). Öyle ki, iyi bir analiz ve planlama süreci olmaksızın açılan sosyal medya hesaplarını kullanarak kütüphanenin sosyal medyadaki varlığı ile hedeflediği amaçlara ulaşmada tam bir başarı yakalaması çok da mümkün değildir. Bu tür hesaplar zamanla işlevlerini yitirebilir, hesapların kullanımında yaşanan ve çözüm üretilemeyen problemler zamanla kütüphanenin adına zarar verebilir.

Yıllardır fiziksel olarak kütüphanenin kullanımı ve hizmetlerden yararlanmada kullanıcı davranışlarına rehberlik etmek üzere birtakım politikalar geliştiren kütüphaneler, potansiyel riskleri olan ve bilgi kirliliğini beraberinde getiren bu ortamların etkin kullanımı için de kullanıcılarına ve personeline rehberlik etmek üzere birtakım politikalara ihtiyaç duymuşlar, yurt dışındaki bazı üniversite kütüphaneleri bu kapsamda politika oluşturup uygulamaya başlamışlardır.

Kooy ve Steiner (2010)'e göre sosyal medya politikaları kütüphaneci ve kullanıcıların temel anayasal hakları ve yorum yazmadaki hukuki ilkeler hakkında bilgilendirilmeleri açısından gereklidir. Örneğin: Öğrenciler, kampüs içinde disiplinsiz bir davranışta bulunmaları halinde nasıl bir yaptırım ile karşılaşacaklarını bilmelerine rağmen Facebook'ta problemleri bir içerik (*hakaret içeren, müstehcen, kişisel mahremiyeti ihlal eden, entelektüel mülkiyet hakkını ihlal eden, kişisel verileri açık eden, kütüphane ve çalışanlarının gizli ve/veya özel bilgilerinin içeren, ticari tanıtım amacı güden vb.*) paylaştıklarında ne

ile karşılaşacaklarını bilmemektedirler. Öğrencilerin disiplin, yaptırımlar ve hakları konularında bilgi sahibi olması için bu bilgilerin açıkça tanımlanmış, tutarlı ve net olması gerekir ve sosyal medya politikasının olmadığı bir kurumda bu gerekliliklerin tam olarak yerine getirildiği söylenemez (Lenartz, 2012b, s. 342).

Konuya kullanıcılar açısından bakıldığında ise; Yalçın (2014, s. 71) tarafından yürütülen araştırma kapsamında yüz yüze görüşme yapılan 24 katılımcıdan çoğu bilgi hizmetlerinin sosyal ağlarla bütünleştirilmesine olumlu yaklaşırken, 2 katılımcı aksi yönde görüş bildirmiş, sebep olarak ise sosyal ağlarda hizmet vermenin bir görev tanımını gerektirmesi ve böyle bir görev tanımının bulunmamasını göstermişlerdir. Sözkonusu katılımcılar, kullanıcı açısından bu bütünleşmenin faydalı olacağını düşünmelerinin yan ısıra sosyal ağların yönetilmesinin dikkat gerektiren bir olgu olduğunu da vurgulamışlardır ve Yalçın'a göre bu durum aslında kurumsal bağlamda bir sosyal medya politikasının gerekliliğine dikkat çekmektedir. Aynı çalışmada sosyal ağların kurumsal olarak kullanımının belirli bir standart çerçevesinde olması gerektiğini düşünen katılımcıların tümü kütüphanelerin kendisine ait bir sosyal medya politikasına sahip olması gerektiğini belirtmişler, bu politika belgesine göre hareket etmenin sosyal medyada yaşanabilecek sorunlara ilişkin önlem almaya yardımcı olacağı, süreçleri doğru yürütebilmek açısından bunun önemli olduğu ve verilecek hizmetin neleri kapsayacağı konusunda kullanıcıyı bilgilendirmesi bakımından da faydalı olacağı yönünde görüş bildirmişlerdir (Yalçın, 2014, s. 68).

Üniversite kütüphanelerince sayıca az olsa da oluşturulmaya ve uygulanılmaya başlanan ve sosyal medya kılavuzu, sosyal medya rehberi gibi adlarla da anılan sosyal medya politikası; İnternet üzerinden kurumu adına veya kişisel olarak içerik eklemek isteyen çalışanlara rehberlik etmek üzere hazırlanan kurumsal bir koddur. Sosyal medya politikası kurum adına içerik yükleme sorumluluğu bulunan personelin yüklediği içerikle kurum yasal ve etik açıdan zor durumda bırakacak davranışlarının önüne geçmeye yardımcı olur (Aras, 2014, s. 25). Politika ile aynı zamanda, kullanıcılar tarafından kuruma ait sosyal medya hesabının kullanımında dikkat edilecek hususların neler olduğu da belirlenmiş olur. Bu politikalar ile kurumlar, kurum adına içerik ekleme/içeriği yönetme sorumluluğu verilen çalışanların işlerini yaparken dikkat etmesi gereken etik ve yasal hususların çerçevesini çizerek ve içerik olarak eklenebilecek, paylaşılabilecek bilginin niteliğini belirlemiştir.

Bir sosyal medya politikası yaratılması kütüphane içindeki sosyal medya kullanımının hedeflerini belirleme fırsatı sunar. Bu politikalar bir taraftan kütüphanenin stratejisini yansıtırken, diğer yandan sosyal medyadaki pozisyonunu güçlendirir (Johnson ve Burclaff, 2013, s. 399). Bu tür politikalar sanal dünyadaki muhtemel davranış durumlarında izlenecek yol ile ilgili kütüphaneye rehberlik ederken, kütüphanenin kullanıcıları ile sorunsuz iletişim kurmasına da yardımcı olurlar.

Sosyal medya politikası, kütüphanenin sosyal medyadaki varlığını netleştirirken öğrencilerin de üniversitenin sosyal medya kullanımından beklentilerini anlamalarına yardımcı olur, onlara uygun olmayan kullanım durumunda sonuçlarının neler olabileceği hakkında bilgi verir, çalışanların çevrimiçi (on-line) aktiviteleri ile ilgili birtakım temel kuralların belirlenmesini sağlar. Politika aynı zamanda çalışanlara, eklenen içeriğin gizliliğinin olmaması gerektiğini ve sosyal medyadaki tüm faaliyetlerinin çalıştığı kurumu yansıttığını hatırlatır. Kurum adına içerik yükleyen çalışanlar için açık bir kılavuz olan sosyal medya politikası, personelin kendi kişisel hesapları için de aynı rehberlik görevini üstlenir (Kroski, 2009, s. 45).

Sosyal Medya Politikasının Nitelikleri

Sosyal medyanın kullanımında rehberlik edecek bir politika belgesinin okunması ve daha fazla okuyucuya ulaşması, etkili ve uygulanabilir olması önemlidir ve bunun için de birtakım özelliklere sahip olması gerekir. Sosyal medya politikası çok uzun olmamalıdır. Amaç her türlü hususa değinmek ya da sosyal medya konusunda çalışanları tedirgin ederek onların bu ortama ilgisini azaltmak değildir. Buradaki fikir, çalışanların sosyal medya ile ilgili çabalarını desteklemek ve onların sosyal medyayı, katılmayı isteyecekleri bir ortam olarak algılamalarını sağlamaktır (Solomon, 2011, s. 16). Bu tür bir yaklaşım, kütüphane kullanıcılarını da sosyal medyayı kullanmaya teşvik edecek ve kütüphane ile kullanıcı arasında karşılıklı güven ortamı yaratılmış olacaktır.

Kurumlar sadece acil ve anlık ihtiyaçlarını karşılayacak çözümler üretmede değil, sosyal medyada gelecekteki rollerinin ne olabileceği konusunda da öngöründe bulunabilmeli ve politikada belirli esnek alanlar yaratmalıdırlar (Lenartz, 2012b, s. 338). Çünkü sosyal medyanın dinamik yapısı, katı ve sürekliliği olan kurallar belirlemeye ve bunları uygulamaya koymaya uygun değildir. Bugün için uygun görülen bir yaklaşım yarın üzerinde tartışılabilir ya da kabul görmez bir nitelik kazanabilir.

Sosyal medya politikası, mümkün olduğunca basit, açık (Lenartz, 2012b, s. 351), kısa ve anlaşılır olmalı, fakat çokça başvurulacak bir doküman olduğundan genel hatlarıyla tüm sorulara net cevaplar verebilecek nitelikte olmalıdır (Steiner, 2012, s. 71). Kütüphanenin varsa diğer politikaları ile sosyal medya politikasının entegre edilmesi ve politikanın aksayan yönlerinin gözden geçirilmesi önemli bir diğer husustur (Garfalo, 2013, s. 89). Bu durumda sosyal medya politikaları, kütüphanenin hâlihazırda yürürlükte olan temel politikalarının bir uzantısı olarak görülebilir. Bu politikaların kısıtlayıcı ya da çok kapsamlı olmalarına gerek yoktur, bilgilendirici olmaları (Garfalo, 2013, s. 90), kütüphane çalışanlarına ve kullanıcılara kılavuzluk etmeleri yeterlidir. Diğer yandan bu politikalar, sorumlu kütüphanecinin uygunsuz biçimde silme, ekleme veya onaylama gibi davranışlarını kısıtlama görevi de görmelidir (Kooy ve Steiner, 2010, s. 64). Politikada sert değil yumuşak bir dil kullanılmalıdır. Yani kullanıcı politikayı okuduğunda, üniversitenin kendisinin huzuru için çaba gösterdiği ve sosyal medyayı daha etkin kullanması için birtakım bilgiler sunduğu hissini almalıdır (Junco, 2011, s. 61).

Sosyal Medya Politikasının Unsurları

Başarılı bir sosyal medya politikası oluşturmada ilk adım, kütüphanenin sosyal medyayı kullanma amacının belirlenmesidir. Bu, kütüphanenin misyonunu gerçekleştirme için sosyal medyadaki hareket tarzını belirlemede yardımcı olacaktır. Kütüphanenin değerleri gözönünde bulundurularak kütüphanenin misyonuna paralel bir sosyal medya misyonu düşünülmeli ve hâlihazırda sosyal medyada nelerin yapıldığı, nelerin yapılmak istendiği, güncel sosyal medya faaliyetlerinin kütüphanenin değerleri ile bağdaşıp bağdaşmadığı, ne gibi aktivitelerle kütüphane misyon ve değerlerine hizmet edilebileceği dikkate alınmalıdır. Amacın ve sosyal medyadan beklentilerin açıkça ortaya konulmasıyla kütüphane, beklenmeyen olumsuz davranışların ortaya çıktığı durumlarda müdahale etmek için bir dayanağa sahip olacaktır (Garofalo, 2013, s. 90).

Sosyal medya için belirlenen amaç (lar) yazılı hale getirilmelidir. “Sosyal medya politika belgesi” olarak adlandırılabilir bu yazılı metin, kütüphanenin sosyal medyada bulunma niyeti ve çeşitli sosyal medya araçları arasından hangilerinin neden seçildiği gibi konulara da açıklık getirmiş olacaktır. Amacın belirtileceği bu belgede ayrıca birtakım yönlendirici ifadeler de yer verilmeli ve sosyal medyada kurumu en iyi temsil edecek uygun hareket ve davranış biçimleri, yeni bir hesap oluşturma, içerik onaylama, etik ve yasal hususlar, telif hakları ve mahremiyet konuları anlatılmalıdır. Politikanın başarılı olmasında üniversite kültürü ile paralel olmasının büyük payı vardır. Bunun yanı sıra diğer üniversite kütüphanelerinden sosyal medyadaki varlığını başarı ile ve geliştirerek sürdürdüğü gözlenenlerin sosyal medya politikalarının dil, tarz ve uygulama bakımlarından incelenmesi de faydalı olacaktır (Burclaff ve Johnson, 2014, s. 367).

Oluşturulacak sosyal medya politikası kurum kültürüne, sosyal medya stratejisine, personelin beklentilerine göre kurumdan kuruma değişiklik gösterebilir (Lenartz, 2012b, s. 343). Yurt dışındaki üniversite kütüphanelerinin politikaları bu bağlamda incelendiğinde, bazılarının bir politika belgesinde tüm hususlara yer verdikleri (Ör: California State University Library) bazılarının ise temel bazı hususları açıkladıktan sonra ayrıntılar için üniversitenin sosyal medya politikalarına (Ör: Oregon State University Library) ya da diğer üniversitelerin politikalarına (Baltimore University Langsdale Library) web bağlantısı ile yönlendirdikleri görülmüştür.

Bir sosyal medya politikasında yer verilmesi gerektiği düşünülen unsurlar, bu araştırma kapsamında yapılan literatür taraması ve politika sahibi üniversite kütüphanelerinin web sayfalarının incelenmesi sonucunda tespit edilmiş, derlenerek bir şablon haline getirilmiştir. Bu unsurlar; sosyal medyanın tanımı, amaç ve hedefleri, kapsamı, göndermeler, hatırlatmalar, kullanım ilkeleri, kabul edilmeyecek içerik, gizli veya kişisel bilgiler ile telif hakkı bulunan fotoğrafların paylaşım koşulları, creative commons lisans bilgisi, iletişim üslubu, uyarı, resmi temsil, irtibat/iletişim bilgisi ve alıntı onayı olarak belirlenmiştir:

1. Sosyal Medyanın Tanımı: Bu bölümde sosyal medya araçlarının bir listesini vermektan ziyade kısa bir tanım verilebilir. Araştırma kapsamında veri toplama süreci başladıktan bir süre sonra sosyal medya politikasını internet sayfasında paylaşan Sinop Üniversitesi Kütüphanesi politikasında tanımlar, bağlam, görev, amaç, kapsam, kütüphane personeli ve kullanıcıların uyması gerekenler ve uyarı gibi unsurlara yer vermiş ve ilgili sayfada sosyal medya *“Yeni nesil web teknolojilerinin getirdiği kullanıcı kolaylığı ve iletişim hızıyla yakalanan eş zamanlı bilgi paylaşımının takip edildiği dijital platformdur”*(Sinop Üniversitesi [SNÜ], 2015) olarak tanımlanmıştır.
2. Amaç ve Hedef: Neredeyse tüm politika belgeleri, okuyucuları ve politikanın kapsamına girecek grupları, politikanın amacı ve hedefi hakkında bilgilendirecek bir açıklamaya yer verir. Bu açıklama kapsamlı olmalı ve teknoloji kullanımını teşvik etmelidir (Kooy ve Steiner, 2010, s. 64; Swanson, 2012, s. 94). Örneğin: Drexel University Queen Lane Kütüphanesi politikanın bu bölümünü şu şekilde oluşturmuştur: *“Queen Lane Library sosyal medyayı, kütüphanenin hâlihazırda var olan politikaları ve hizmet modelinin tamamlayıcısı olarak kullanacaktır. Kütüphane ayrıca kütüphanenin tüm kullanıcıları, çalışanları ve diğer ilgili kişiler ile ortak ve aktif katılım kanalıyla karşılıklı iletişim kurma fırsatını aramaktadır. Böylesi bir iletişim tüm tarafların kendini rahat hissedebileceği şeffaf bir ortam sağlayacaktır. Sosyal medya bütünlük ve şeffaflık üzerine kurulu bir iletişim kanalı yaratacak, haftalık olarak güncellenecek bu medya platformları vasıtasıyla öğrencilerin kütüphanede mevcut (basılı ve elektronik) kaynaklardan, kütüphane hizmetlerinden ve kütüphanenin faaliyetlerini düzenleyen ilke ve prosüderlerden haberdar olmalarını sağlayacaktır. Ayrıca sosyal medya, öğrencileri sistem bakımları ve değişen kullanım saatleri konusunda da bilgilendirecektir”* (Drexel, 2011).
3. Kapsam: Politikanın kapsamına kimlerin girdiği, diğer bir deyişle politikanın kimler üzerinde bağlayıcı olduğu belirtilmelidir.
4. Göndermeler: Kütüphanenin hâlihazırda uygulanmakta olan ve hizmet yönünden sosyal medya hizmetleri ile ortak hususlar barındıran rehberlerine atıflar (Steiner, 2012, s. 71) ya da bağlantılara (linklere) ve/veya birtakım kuralların sosyal medyada da uygulandığını gösterir ifadelere yer verilmelidir (Junco, 2011, s. 61). Örneğin: Colorado State Üniversitesi politikasında Atıflar (References) bölümüne yer vermiş, sosyal medya kullanıcılarının burada yazılı diğer tüm politika belgelerindeki hususlara da uymak zorunda olduğunu belirtmiştir (Colorado State University [CSU], 2015).
5. Hatırlatmalar: Politikalarda aşağıda belirtilen hususların hatırlatılması gerekir.
 - Sosyal medyadaki ifade üslubunun geleneksel yazılı veya sözlü ifade üslubu ile aynı öneme sahip olduğu vurgulanmalıdır.
 - Paylaşımında bulunmanın ve fikir çeşitliliğinin değerinden bahsedilmelidir. Örneğin: Washington State Üniversitesi Kütüphanesi; giriş, sosyal medya siteleri

ile ilgili genel esaslar, kurumsal sosyal medya, en iyi uygulamalar ana başlıkları altında oluşturduğu politikasında *"Bir sosyal medya sitesine katkıda bulunan bir içeriğin zıt fikirli kullanıcıların yorum eklemesine veya tartışma yaratmasına neden olabileceğinin bilinmesi, olumsuz bile olsa fikirlerin paylaşılması gerektiğini"* (Washington State University [WSU], 2015) belirtmektedir.

6. Kullanım İlkeleri: Sosyal medya araçlarının kullanım ilkelerinin politikada açıklanması, kurum adına yapılan paylaşımlar ile kişisel bir hesaptan yapılan paylaşımlar arasındaki farkın anlaşılmasında kütüphane personeline rehberlik ederken kullanıcıların da bilgilendirilmesini sağlayacaktır (Lenartz, 2012b, s. 345). Washington State Üniversitesi Kütüphanesi politikasında *"Kütüphanenin herhangi bir bölümünden çalışanların yaptığı paylaşımların kütüphanenin kendi paylaşımı gibi gösterilmemesi gerektiğini ve ilgili bölüme ait olduğunun açık şekilde belirtilmesi gerektiğini"* (WSU, 2015) vurgulamıştır.
7. Kabul Edilmeyecek İçerik: Her kurum kendisi için kabul edilemeyecek içeriğin ne olduğunu belirlemeli ve böyle bir içeriğin eklenmesi durumunda nasıl bir tutum izleyeceğini açıklamalıdır. Böyle bir durumda kurum, kendi hesaplarından yapılacak yorumlar için moderatörlük rolünü üstlenerek kullanıcıyı uygun içerik ekleme konusunda yönlendirebileceğigibi bu içeriği tamamen yayından kaldırmayı da tercih edebilir (Lenartz, 2012b, s. 346). Cal Poly Pomona Üniversitesi Kütüphanesi politikasında *"müstehcen, ırkçı, kişisel saldırı, hakaret, tehdit içeren, iftira niteliğindeki içerik ile entelektüel mülkiyet hakkı gözetilmeden yayınlanan ve ticari amaç güden paylaşımların ve yorumların yayınlanmayacağını"* (Cal Poly Pomona University [CPP], 2015) belirtmiştir.
8. Gizli veya Kişisel Bilgiler ile Telif Hakkı Bulunan Fotoğrafların Paylaşım Koşulları: Politika, telif haklarının kullanımı ve kamuya ait veriler ile bu verilerin kullanım esaslarına ilişkin hususlara yer vermelidir. Hâlihazırda bu tür bilgileri içeren bir politika ya da talimat varsa buradan sözkonusu talimata/politikaya gönderme yapılabilir (Lenartz, 2012b, s. 345). Böylelikle bu tür içeriğin paylaşılması halinde kütüphane kabul edilmeyecek içerik kapsamında belirtilen içeriği kaldırma hakkına sahip olacaktır.
9. Creative Commons Lisans Bilgisi: Bu ifade kütüphaneye, kullanımı daha önceden belirlenmiş kriterlere göre yapıldığı sürece, içeriği değiştirme ve kullanma hakkı verir (Kooy ve Steiner, 2010, s. 65). Drexel University Queen Lane Kütüphanesi politikanın bu bölümünü şu şekilde oluşturmuştur: *"Sosyal medya platformlarına kütüphane çalışanları tarafından eklenen tüm içerik, Creative Commons Attribution-Non-Commercial (Yazar adı belirtilerek, ticari amaçlar dışında) lisans sözleşmesi altında yayımlanmaktadır. Bu bakımdan içerik tekrar kullanılabilir, değiştirilebilir ve/veya ticari olmamak kaydıyla yayınlanabilir. Bununla birlikte haricen üretilmiş içeriğin kütüphane sosyal medya sayfasına eklenmesi esnasında çalışanlar telif haklarının korunmasını gözetirler"* (Drexel, 2011).

10. İletişim Üslubu: Sosyal medya sorumlusu kütüphane personeli ile kullanıcı arasındaki diyaloglarda uygun ve yumuşak bir dil kullanımının tercih edilmesi, nefret, ayrımcı ve ırkçı, tehdit ve hakaret içeren ifadelerden kaçınılması gerektiğini belirten bir ifade eklenmelidir.
11. Uyarı: Siteye yüklenen içeriğin tamamen içeriği yükleyen kişiye ait olduğunu ve organizasyonu temsil etmediğini, kullanıcıların eklediği içeriğin kamuya yayınlanmadan önce tekrar gözden geçirileceğini, böyle bir durumda içerik yükleyen kullanıcının yüklediği içeriğin tüm mesuliyetini üstlendiğini ve doğacak zararı karşılayacağını belirtir bir açıklama konmalıdır (Kroski, 2009, s. 46).
- Bazı kütüphaneler, yorumlama yapmaya imkân veren sosyal medya hesaplarında yapılacak yorumlarda dikkat edilmesi gereken uyarı nitelikli ifadeler kullanarak kullanıcılara rehberlik etmektedirler. Örneğin: Georgia State Üniversitesi Kütüphanesi politikası; *"Kütüphaneyle ilgili ve nazik olmak kaydıyla geri bildirim ve yorumlarınızı hoş karşılıyoruz. Burada ifade edilen görüşler Georgia State Üniversitesi Kütüphanesi'nin tümüyle desteklediği görüşler değildir, sosyal medya üzerinden yapılan uygunsuz paylaşımlarda ilgili kullanıcı disiplin cezası, okuldan/işten ayırma gibi cezalara maruz kalabilir"*(Georgia State University [GSU], 2015) şeklinde ifade içermektedir.
12. Resmi Temsil: Kurumun sosyal medya aktivitelerinin bir kişi tarafından mı, bir grup tarafından mı takip edileceği veya içeriklerin önce bir onaydan mı geçeceği konuları politikada açıkça belirtilmelidir. Temsilci kişi ya da grubun, kurumun bu alandaki temsilcisi olduğunu bizzat vurgulaması önemlidir. Bir kullanıcı ile sosyal medya üzerinden iletişim kurulurken kimliğin saklanmaması ve belirtilmesi gereklidir (Lenartz, 2012b, s. 345). Utah Üniversitesi Spencer S. Eccles Health Science Kütüphanesi politikasında *"Sosyal medya sayfasının periyodik olarak ilgili kütüphane çalışanı tarafından gözden geçirileceğini, sayfanın kullanıcıyı bilgilendirmeden dahi değiştirilip, kapatılabileceğini"* (UTAH, 2015) belirtmiştir.
13. İrtibat/İletişim Bilgisi: Bu bölümde yorum ve şikayetlere cevap verecek kütüphane personelinin iletişim bilgileri yer almalıdır.
14. Alıntı Onayı: Eğer bir kurum, başka bir kurumun politikasını alıp kendisine uyarlayacaksa, ilgili kurumdan izin almalıdır. Aynı durum, kurumun mevcut politikasının başka kurumlar tarafından kullanılması halinde de geçerlidir ve izin alma/verme ifadeleri politika belgesinde yer almalıdır (Kooy ve Steiner, 2010, s. 65).

Sosyal Medya Politikasının Uygulanmasında Kütüphanecinin Sorumlulukları

Sosyal medya politikasının uygulamaya konulmasıyla birlikte hareket alanlarının çerçevesi belirlenen sosyal medya sorumlusu kütüphaneciler, bu platformlardaki başarıda anahtar rol oynarlar. Kroski (2009), sorumlu kütüphanecilerin sosyal medyada

dikkat etmesi gereken hususlar ile hem politikanın uygulanabilirliğini destekleyecek hem de kütüphanenin saygınlığı ve güvenilirliğini artıracak hususları şu şekilde sıralamıştır.

- 1. Gizli İçeriğin Paylaşılması:** Kütüphaneci, finansal ayrıntılar ve buna benzer kuruma özel hassas bilgileri içerik olarak paylaşmamalıdır. Kullanıcılar, kütüphanenin diğer çalışanları veya kütüphaneyle ilişkili herhangi birisiyle ilgili özel bilgilerin de paylaşılması gerekir.
- 2. Gerçek İsim Kullanımı:** Kütüphaneci, kurum adına veya kendi hesabından içerik yüklerken kendi ismini veya kurumun ismini kullanmalı, kendi mesleki rolünü ön planda tutacak şekilde davranmalıdır.
- 3. Telif Haklarına Saygı Gösterme:** Korunmuş içeriğin tekrar yayınlanması ile ilgili kuralları ve telif haklarını iyice anlamak ve kaynakları referans göstermek içerik yükleyicinin sorumluluğudur. Bu anlamda, örneğin: Bloglarda içerik yüklerken kullanılan kaynaklar için bağlantı verilmelidir.
- 4. On-line Savaşlardan Kaçınma:** Herhangi biriyle görüş ayrılığına düşüldüğünde ya da tartışmaya açık bir konu içerik olarak eklendiğinde profesyonel bir tavır sergilenmesi gerekir. Fikirler ifade edilirken sosyal medya bir tartışma ve savaş aracı olarak kullanılmamalı, eklenen içeriğin kuruma zarar verebileceği unutulmamalıdır.
- 5. Doğru İçerik Yükleme:** Yüklenen içeriğin doğruluğunun kontrolü, içerik yükleyicinin sorumluluğudur. Bu anlamda içerik yüklenmeden önce doğruluğu kontrol edilmeli, gerekirse kaynak gösterilerek desteklenmelidir.
- 6. Kanaatin İyi Kullanımı:** Sosyal medya sitelerine kurum adına bir içerik aktarılacak istenildiğinde iyice düşünmek gerekir. Çünkü aktarılacak içerik "yayınla" tuşuna basıldığı anda sanal ortamda erişilebilir, yeniden kullanılabilir ve arşivlenebilir hale gelecektir.
- 7. Değer Sağlamak:** Kütüphane olarak her ne hizmet sağlanıyorsa topluma ne sunulduğu iyi kavranmalı, hizmetin devamlılığı sağlanmalı ve sosyal medyanın sağladığı fırsatları kollayıp kullanıcılara ve topluma nasıl iyi bir hizmet verilebileceği araştırılmalıdır.
- 8. Sorumluluğun Kabulü:** Bir konu hakkında yanlış yapıldıysa kabullenilmeli, üstü örtülmeye çalışılmamalıdır (Kroski, 2009, s. 46).
- 9. Olumsuz Yorumlarla Başa Çıkma:** Bazen kullanıcılar, kütüphanenin kendi web sayfası ya da sosyal medya ortamında eleştirel yorumlar yapmaktadırlar. Kütüphaneci bu olumsuz yaklaşımları nasıl olumlu yöne çevirebileceğini düşünmelidir. Sosyal medya demek, insanların söyledikleri üzerinde kontrol mekanizması kurmak demek değildir. Etkileşim yeri olan bu platformda olumsuz yorumları, karalama ve hakaret içermedikçe, sırf eleştirel nitelikli olduğu için silme fikrini taşımamak

gerekir.Bu yorumlara uygun cevaplar vermek ve eleştiriler paralelinde gerekiyorsa hesapların kullanımında iyileştirmeler yapmak doğru hareket tarzı olacaktır. Bu konuda hassasiyet gösterenGeorgia State Üniversite Kütüphanesi, bir danışman kütüphaneci ve bir halkla ilişkiler kütüphanecisini Twitter ve Facebook sayfalarını izlemek, buradaki şikayetleri ele alıp cevaplamak ve hesapların kullanımı ile ilgili iyileştirmeleryapmak üzere görevlendirmiştir (Steiner, 2012, s. 68).

Politikada bulunması gereken unsurlar ve sorumlu kütüphanecilerin hareket tarzlarının neler olması gerektiğine ilişkin yukarıda ele alınan maddeler, idareciler tarafından kütüphanenin ihtiyaçları doğrultusunda yapılacak iyi bir değerlendirmenin ardından artırılabilir ya da azaltılabilir. Sosyal medya ortamında tarafları güvence altına alan bu faktörler, kütüphanelerin mevcut diğer rehberleri ve ilkeleri ile birlikte değerlendirilmelidir (Moulaison ve Corrado, 2011, s. 53-54).

Araştırmanın kuramsal yönünü yansıtan ve literatüre dayalı olarak gerçekleştirilen kısımda sosyal medya politikasının önemi ve gerekliliği, bir sosyal medya politikasının sahip olması gereken özelliklerle barındırması gereken unsurlarortaya konmuştur. Makalenin bundan sonraki kısmında üniversite kütüphanecilerinin sosyal medya politikasını bir ihtiyaç olarak görüp görmediğinin ve bu konudaki eğilimlerinin ne yönde olduğunun irdelendiği araştırma bulgularına yer verilecektir.

Bulgular ve Değerlendirme

Araştırmanın uygulama safhasında, Türkiye’desosyal medyada varlık gösteren üniversite kütüphanelerinin sosyal medya politikaları veya benzeri bir rehberleri olup olmadığını, bu kütüphanelerde çalışan kütüphanecilerin sosyal medya politikası oluşturulmasını bir gereksinim ve/veya bir gereklilik olarak görüp görmediklerini tespit etmek, bu konudaki eğilimlerini belirleyebilmek ve sosyal medya kullanımı ile ilgili farkındalık düzeyini ölçmek için bir anket çalışması yapılmıştır.

Araştırmada öncelikle YÖK web sitesinden 16 Ekim 2014 tarihinde üniversite listesi elde edilmiş ve anılan tarih itibarıyla 176 üniversite (104 Devlet, 72 Vakıf) olduğu saptanmıştır.Ardından bu liste esas alınarakilki 16-26 Ekim 2014 tarihleri arasında 176 üniversite kütüphanesinin sosyal medya araçlarından en az birini kullanıp kullanmadıklarını tespit etmek, ikincisi 26-28 Ekim 2014 tarihleri arasında 176 üniversitenin herhangi bir sosyal medya aracını kullanıp kullanmadıklarını tespit etmek ve üçüncüsü 10-30 Ocak 2015 tarihleri arasında sosyal medya araçlarından Facebook’u kullanan 162 üniversite ile 72 üniversite kütüphanesinin Facebook sayfalarında bu sayfanın kullanım kurallarına ilişkin bildiri/talimat/politika gibi bir bildirim yayınlayıp yayınlamadığını tespit etmek üzere üç ayrı web taraması yapılmıştır.

İlk web taraması ile en az bir sosyal medya aracını kullandığı tespit edilen 90 üniversite kütüphanesinin kütüphane çalışanlarının e-posta adreslerinin listesi çıkarılmıştır.

Kütüphane bünyesinde çalışan ancak kütüphanecilik mesleği ile ilgisi bulunmadığı açıkça anlaşılan personel (destek personeli, idari personel gibi) bu listeye dahil edilmemiştir. Kütüphanecilik/Bilgi ve Belge Yönetimi mezunu olmayan personeli çalışma kapsamı dışında tutmak için ankette demografik sorular kısmına “Kütüphanecilik/Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümünden en son aldığınız derece hangisidir?” sorusuna yer verilmiş ve toplam 1024 kişiye SurveyMonkey programı aracılığıyla e-posta gönderilmiştir.

Anketi 274 kişi yanıtlamış olmasına rağmen soruların sadece demografik bölümünü yanıtlayarak diğer soruları boş bırakan 41 kişinin yanıtları değerlendirme kapsamına alınmamıştır. Başka bir deyişle toplamda 233 anket değerlendirilmiştir.

Yapılan bu çalışma ile aşağıda belirtilen sorulara yanıt bulunmak istenmiştir.

- Üniversite kütüphanelerinin sosyal medya politikaları veya benzeri bir rehberleri var mıdır?
- Üniversite kütüphanesi çalışanlarının sosyal medya araçlarının kütüphanelerde kullanılması ile ilgili farkındalıkları ne seviyededir?
- Üniversite kütüphanelerinde sosyal medya politikasının oluşturulması ihtiyacı hakkında kütüphane çalışanlarının fikirleri nelerdir?

Üç bölüm halinde hazırlanan anketin ilk bölümünde ankete katılan personelin çalıştığı kütüphanenin, mezuniyet derecesinin, yaş grubunun ve sosyal medyayı kullanmada beceri düzeyinin belirlendiği demografik sorulara, ikinci bölümünde sadece kütüphanede sosyal medyanın işletim ve yönetiminden sorumlu personelin yanıtlayacağı ve sosyal medya politikasının varlığını sorgulayan tek soruya, üçüncü bölümünde kütüphane çalışanlarının sosyal medyanın genelde ve kütüphanede kullanımı ile ilgili farkındalık ve eğilimlerinin ölçüldüğü sorulara yer verilmiştir.

Sosyal Medya Araçlarının İşletim, Yönetim ve Denetiminde Rehber Kullanımı

Sadece kütüphanede sosyal medyanın işletim ve yönetiminden sorumlu personelin yanıtladığı ve sosyal medya politikasının varlığını sorgulayan soru ile sosyal medya araçlarının işletim, yönetim ve denetiminde üniversite kütüphanelerinin rehber olarak neye başvurdukları tespit edilmek istenmiştir. Soru ile aynı zamanda “Türkiye’deki üniversite kütüphanelerinin sosyal medya politikalarının bulunmadığı”na ilişkin araştırma hipotezi sorgulanmıştır.

Anket sonuçlarının analizi esnasında bu soru için bazı üniversite kütüphanelerinden birden fazla yanıt alınmış ve bu üniversitelerden 22’sinden katılımcıların verdiği yanıtların çalıştığı görülmüştür. Örneğin: Bir üniversite kütüphanesinden bir çalışan “Herhangi bir rehberimiz bulunmamaktadır” yanıtını işaretlerken diğer çalışan “Kütüphane için oluşturulmuş konu ile ilgili yazılı bir talimat” yanıtını işaretlemiştir. Yanıtları çelişkili olan

22 üniversite kütüphanesinden ilgili birim/kişiler telefonla aranarak soruya verilen yanıtlar doğrulanmış ve her bir üniversite kütüphanesi için tek bir yanıtla düşürülmüştür. Böylece soruyu yanıtlayan 132 katılımcının 67 üniversite kütüphanesinin temsilcisi olduğu ve bazı üniversite kütüphanelerinin sosyal medya sorumlusu olarak 1 personel görevlendirirken, bazılarının 2 veya daha çok personel görevlendirdiği tespit edilmiştir. Aynı kütüphanede görevli ve sosyal medyadan sorumlu kişilerin soruya verdikleri yanıtlardaki çelişki oranının yüksek oluşu (% 32,8) (22/67) sosyal medyanın işletiminde görevli bazı personelin yaptıkları işte kendilerine rehber olabilecek bir talimat/politika belgesinin varlığı konusunda dahi tam bir bilgi sahibi olmadığı ve aynı görevi yürüten çalışanlar arasında koordinasyon eksikliği olduğunu göstermektedir. 67 üniversite kütüphanesi temsilcisinin soruya verdiği yanıtların dağılımı Tablo 1'de olduğu gibidir.

Tablo 1: Sosyal Medya Araçlarının İşletim, Yönetim ve Denetiminde Rehber Kullanımı

Rehber Türü	Sayı	Oran
Kütüphane için oluşturulmuş yazılı sosyal medya politikasını kullanıyoruz	5	% 7,4
Kütüphane için oluşturulmuş konu ile ilgili yazılı bir talimat kullanıyoruz	4	% 6
Kütüphane için hazırlanmakta olan ve henüz onaylanmamış sosyal medya politikasını kullanıyoruz	3	% 4,5
Üniversitenin sosyal medya politikasını kullanıyoruz	10	% 15
Herhangi bir rehberimiz bulunmamaktadır	44	% 65,6
Bilmiyorum	1	% 1,5

Veriler değerlendirildiğinde;

- Kütüphane için oluşturulmuş yazılı sosyal medya politikasını rehber olarak kullanan üniversite kütüphanelerinin varlığı "*Türkiye'deki üniversite kütüphanelerinin sosyal medya politikalarının bulunmadığı*"na ilişkin araştırma hipotezinin doğru olmadığını göstermiştir.
- Yazılı sosyal medya politikası sahibi olan kütüphanelerin oranının (%7,4) düşük görünmesine rağmen, "Kütüphane için oluşturulmuş konu ile ilgili yazılı bir talimat kullandığını" ve "Kütüphane için hazırlanmakta olan ama henüz onaylanmamış sosyal medya politikası kullandığını" belirten katılımcıların toplam oranı (% 10,5) düşünüldüğünde konu ile ilgili yazılı bir rehber oluşturma yönünde kuvvetli bir eğilim olduğu (% 17,9) da söylenebilir.
- Sosyal medyada rehber kullanma ihtiyacı açısından bakıldığında ise yukarıda belirtilen orana "Üniversitenin sosyal medya politikasını kullanıyoruz" cevabını veren katılımcıların da (% 15) eklenmesiyle sosyal medyada varlık gösteren ve anketi yanıtlayan üniversite kütüphanelerinin yaklaşık 1/3'ünün (% 32,9) sosyal medya hesaplarının yönetiminde bir rehberi kullanma eğilimi/ihtiyacı içinde olduğu sonucuna varılabilir.

- Öte yandan yanıtların çoğunluğunu (%65,6) oluşturan "Herhangi bir rehberimiz bulunmamaktadır" cevabının dikkate alınması gerekir. Nitekim sosyal medyada var olan üniversite kütüphanelerinin yarısından fazlası herhangi bir rehber kullanmamaktadır.

Kütüphanecilerin Eğilimi ve Farkındalığı

Anketin üçüncü bölümünde kütüphane çalışanlarının sosyal medya ve kütüphanede sosyal medyanın kullanımı ile ilgili farkındalık ve eğilimlerinin ölçüldüğü 5'li likert tipi ölçek (5: Kesinlikle katılıyorum, 4: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 2: Katılmıyorum, 1: Kesinlikle katılmıyorum) kullanılarak oluşturulmuş 38 soruya yer verilmiştir. Bu bölüm sosyal medyada var olma, sosyal medya araçlarının seçimi ve sosyal medyadan sorumlu personelin nitelikleri, problemleri içerikle karşılaşıldığında davranış biçimi ve son olarak kütüphane çalışanlarının sosyal medya politikası ihtiyacına yönelik görüşlerine ilişkin kısımlardan oluşmaktadır. Kısımlar kendi içinde ayrı ayrı analiz edilmiş "Tamamen Katılıyorum" ve "Katılıyorum" seçenekleri birleştirilerek "Katılıyorum" olarak, "Katılmıyorum" ve "Hiç Katılmıyorum" seçenekleri birleştirilerek "Katılmıyorum" olarak değerlendirilmiştir. Her bir soru için ayrı ayrı puanlama yapılmış, toplam puan soruyu cevaplayan katılımcı sayısına bölünerek ortalama puanlar elde edilmiştir.

Sosyal Medyada Var Olma

Kütüphanenin sosyal medyada bulunma nedenlerine yönelik olarak katılımcıların görüşlerini almak üzere 7 soru sorulmuştur. Katılımcıların;

- % 93,8'i kütüphanenin sosyal medyada var olma amacının kütüphanenin misyonu ile paralel olması gerektiğini, % 88,4'ü kütüphanenin sosyal medyayı kütüphane hizmetlerine talep yaratmak için kullandığını düşünmektedir.
- % 63,5'i kütüphanenin sosyal medyayı kullanıcıların anlık bilgi isteklerini karşılamak için kullandığını düşünmekte, % 22,1'i bu görüşe katılmamaktadır. Görüşe katılmayanların oranının (% 22,1) ve bu konuda kararsız olanların oranının (% 14,4) yüksek olması katılımcıların belirgin bir kısmının, kütüphanelerin sosyal medya gibi iletişimin anlık yapılabildiği bir platformu kullanıcılarla etkin ve sürekli iletişim kurmada çok da etkin olarak kullanmadıkları yönünde bir inanca sahip olduğunu göstermektedir.
- % 36'sı kütüphanenin sosyal medyayı diğer kütüphanelerde bu yönde bir eğilim olduğu için kullandığını düşünmekte, % 45,5'i bu görüşe katılmamaktadır. Görüşe katılanların oranının (% 36) ve bu konuda kararsız olanların oranının (% 18,5) yüksek olması katılımcıların belirgin bir kısmının, kütüphanelerin planlı ve bilinçli bir şekilde sosyal medyada var olmadıkları yönünde bir inanca sahip olduğunu göstermektedir.
- % 89,3'ü kütüphanenin sosyal medyayı potansiyel kullanıcılara ulaşmak için kullandığını, % 96,6'sı kütüphanenin sosyal medyayı tanıtım ve etkinliklerin

duyurulması için kullandığını, % 3,5'i kütüphanenin sosyal medyadaki varlığı ile fiziksel varlığı arasında anlamlı bir bağ olması gerektiğini çünkü sosyal medyanın daha çok sosyal ilişkilerin yaşandığı bir platform olduğunu düşünmekte, % 90,5'i ise bu görüşe katılmamaktadır. Araştırma kapsamında 2014 yılında yapılan web taraması esnasında da bazı üniversite kütüphanelerin sosyal medya hesaplarında konu dışı paylaşımlarda buldukları, bazılarının ise sosyal medyanın kütüphanenin görünürlüğünü artırmaya katkı sağlayacak bir ortam olmasına rağmen kütüphanenin web sitesinden kendi sosyal medya sayfalarına link vermedikleri tespit edilmiştir.

Sosyal Medya Araçlarının Seçimi ve Sosyal Medyadan Sorumlu Personelin Nitelikleri

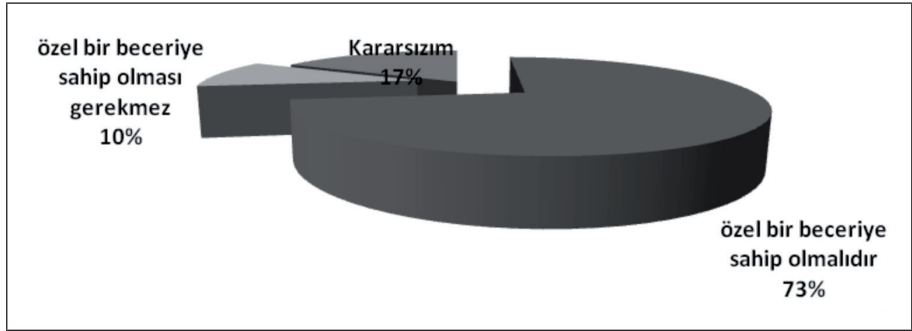
Katılımcıların % 27,7'si kütüphanenin sosyal medyada kullanacağı araç/araçları belirlemek için ilave bir çaba harcanmasına gerek olmadığını, çünkü her sosyal medya aracının kütüphaneler için uygun olduğunu düşünmekte, % 48,5'i ise bu görüşe katılmamaktadır. Görüşe katılanların oranının (% 27,7) ve bu konuda kararsız olanların oranının (% 23,8) yüksek olması katılımcılar arasında önemli bir kesimin; kütüphanenin amaçlarına en iyi hizmet edecek ve en etkin kullanabilecekleri sosyal medya araçlarını bu platformlarda var olmadan önce seçmesi gerekirken böyle bir çalışmanın gereksiz olduğu yönünde bir inancı paylaştıklarını göstermektedir.

Kütüphanede hangi sosyal medya araçlarının kullanılacağına kimin karar vermesi gerektiği ile ilgili sorulara; katılımcıların % 10,8'i bu seçimin yönetim tarafından yapılması gerektiği, % 80,2'si bu seçimin yönetim ve çalışanlarca ortak olarak yapılması gerektiği, % 8,7'si seçimin sosyal medyadan sorumlu personel tarafından yapılması gerektiği yönünde yanıt vermişlerdir. Sorulara verilen yanıtlar incelendiğinde katılımcıların ağırlıklı olarak bu tür bir seçimin yönetim ve çalışanların ortak kararı ile yapılması gerektiğini düşündükleri görülmektedir.

Sosyal medya yönetiminin kütüphanede ayrı bir iş olarak tanımlanmasının gerekli olup olmadığına yönelik sorulara; katılımcıların % 68'i sosyal medya yönetiminin kütüphanede ayrı bir iş olarak tanımlanması gerektiği yönünde yanıt verirken, % 11,4'ü bu işin kütüphanede herhangi bir birimin kontrolünde yürütülebileceği yönünde yanıt vermiştir.

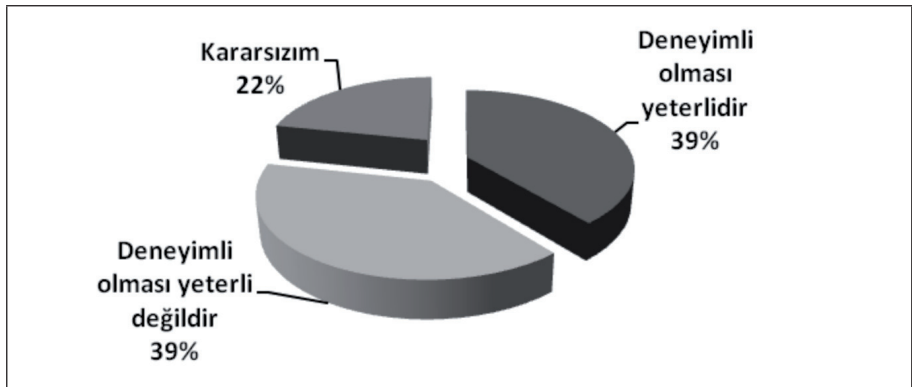
Sosyal medyadan sorumlu personelin taşınması gereken niteliklere yönelik sorulara; katılımcıların % 76,7'si sosyal medyadan sorumlu personelin bu konuda ayrıca bir eğitim alması gerektiği, % 13'ü sosyal medyadan sorumlu personelin özel bir beceriye sahip olmasının gerektiği, % 13,4'ü sosyal medyadan sorumlu personelin belirli bir süredir sosyal medyayı aktif olarak kullanması ve yeterince deneyim kazanmış olmasının görevini icra etmesi için yeterli olacağı yönünde yanıt vermiştir. Bu üç soru değerlendirildiğinde katılımcıların büyük bir kısmının sosyal medyadan sorumlu olacak personelin belirli birtakım niteliklere sahip olması ve konu ile ilgili özel bir eğitim alması gerektiği yönünde fikir sahibi oldukları görülmektedir.

“Sosyal medyadan sorumlu personel ayrıca bir eğitim almalıdır” görüşüne sahip toplam 155 katılımcının aynı zamanda; sosyal medyadan sorumlu personelin özel bir beceriye sahip olması gerektiğini veya belirli bir süredir sosyal medyayı aktif olarak kullanması ve yeterince deneyim kazanmış olmasının görevini icra etmesi için yeterli olmayacağını da savunup savunmadıklarını incelemek üzere yapılan analizde Grafik 1’de verilen sonuca ulaşılmıştır. Grafiğe göre 155 katılımcının büyük bölümü (% 73) personelin özel bir beceriye sahip olması gerektiğini savunmuşlardır.



Grafik 1. Sosyal Medya Personelinin Eğitim Alması Gerektiğini Düşünen Katılımcıların Personelin Özel Bir Beceriye Sahip Olması Konusundaki Görüşü

Diğer yandan eğitimi destekleyen katılımcıların önemli bir kısmı (% 39) personelin deneyimli olmasının yeterli olacağını savunmuştur (Grafik 2). Bu veriden katılımcılar arasında, eğitimin gerekliliği ile deneyime olan inanç arasında gel-git yaşandığı sonucuna varılabilir.



Grafik 2. Sosyal Medya Personelinin Eğitim Alması Gerektiğini Düşünen Katılımcıların Personelin Deneyimli Olması Konusundaki Görüşü

Bu kısımdaki diğer sorulara verilen yanıtlar değerlendirildiğinde; Katılımcıların neredeyse tamamı (% 98) sosyal medyadan sorumlu personelin yazılı iletişim (kendini iyi ifade edebilme), tartışmalarda tarafsız ve önyargısız ve eleştirilere açık olma, diyalog kurma ve sürdürme (empati kurma, anlama), kütüphaneye kullanılan sosyal medya araçlarının özellikleri, kabiliyetleri ve varsa zayıf yönleri hakkında yeterince bilgi sahibi olma, yaratıcı olma (yeni fikirlerle kullanıcıyı sayfayı ziyaret ve takip etmeye teşvik), sosyal medya araçlarının hizmet ve kullanım koşullarını ve ilgili mevzuattaki değişiklikleri, ulusal ve uluslararası çapta sosyal medya platformlarında yaşanan yenilikleri yakından takip edebilme becerilerine sahip olması gerektiğini düşünmektedirler.

Problemli İçerik

Katılımcıların sosyal medya hesaplarındaki problemli içerikle ilgili fikirleri ve böylesi bir durumdaki davranış biçimleri hakkında bilgi sahibi olmak için sorulan sorulara verilen yanıtlar tek tek değerlendirildiğinde;

- % 33,3'ü kütüphane sosyal medya sayfasında kütüphane hizmetlerini ve/veya personelinin eleştiren bir paylaşımda bulunduğu görülürse böyle bir paylaşımın tekrar edilmemesi konusunda ilgili kullanıcının uyarılması gerektiğini düşünmektedir. Kullanıcıların uyarılması onları kütüphane sayfasını tekrar ziyaret etmekten uzaklaştırabilir. Bu durum ise kullanıcı sayısını artırmak isteyen kütüphaneleri olumsuz yönde etkileyebilir. Böylesi bir durumda eleştiriler hakaret seviyesine varmadıkça, ilgili kullanıcının eleştirilerinin sorumlu kütüphaneci tarafından değerlendirmeye alınacağı kullanıcıya uygun bir dille ifade edilebilir.
- % 17,1'i kütüphanenin sosyal medya sayfası/sayfalarına problemli içerik eklenmesinin sosyal medyada sıkça karşılaşılabilecek olası bir durum olduğunu ve normal karşılanması gerektiğini düşünmektedir. Sosyal medya sayfalarında çoğunluğu yasalarda suç kapsamına alınmış problemli içerikle karşılaşılması çokça karşılaşılan bir durum olmakla birlikte, üniversite kütüphaneleri kullanıcılarının çoğunluğunun üniversitenin çalışanları, öğrencileri, akademisyenlerinden oluştuğu düşünüldüğünde kütüphanenin sayfalarında bu tür paylaşımların normal karşılanması düşünülemez.
- % 12,3'ü sosyal medyada kütüphane sayfasına eklenen bir içerikte alıntı yapıldığı fakat kaynak gösterilmediği farkedilse bir defalığına yayınlanmasına izin verilebileceğini düşünmektedir. Entelektüel mülkiyete saygı gösterilmesi kütüphanelerin öncelikle dikkat etmesi gereken konuların başında gelmektedir. Bu platformlarda entelektüel mülkiyet haklarının ihlal edildiği tespit edildiğinde bir kez dahi olsa izin verilmemeli, kullanıcı uygun bir dille uyarılmalı ve içeriğin atıf/atıfları gösterecek şekilde yayınlanması sağlanmalıdır.
- % 66,8'i sosyal medyada kütüphane sayfasına eklenen problemli içerikle karşılaşıldığında hemen sayfadan kaldırılması gerektiğini düşünmektedir. Problemli

içerikle karşılaşıldığında hemen sayfadan kaldırmak kullanıcıları kütüphanenin sansür uyguladığı yönünde bir inanca itebilir. Öte yandan, böylesi bir içeriğin kütüphane sosyal medya sayfalarında uzun süre yer alması diğer kullanıcıları rahatsız edebilir ve kütüphanenin adını zedeleyebilir. Böylesi bir içerikle karşılaşıldığında nasıl bir yol izleneceği (düzeltme, uyar-kaldır vb.) oluşturulacak sosyal medya politikalarında belirtilmelidir.

- % 49'u sosyal medyada kütüphane sayfasına eklenen problemli içerikle karşılaşıldığında düzelterek yayınlanması gerektiğini düşünmektedir. Düzelterek yayınlamak kütüphanelerin başvurduğu bir başka yöntemdir. Fakat yine sansür algısı yaratabileceğinden düzeltmelerin makul seviyede olması gerekir. Eğer içerikte çok fazla düzeltme yapılacaksa, uyar-kaldır mekanizması devreye sokulmalıdır.
- % 54,2'si sosyal medyada kütüphane sayfasına eklenen problemli içerikle karşılaşıldığında önce içerik ekleyenin uyarılması ve sonrasında içeriğin kaldırılması gerektiğini düşünmektedir. Başka bir deyişle katılımcıların yarısından çoğunun sosyal medyanın doğasına daha uygun olan uyar-kaldır mekanizmasını desteklediğini söylemek mümkündür.
- % 7,5'i kütüphane sosyal medya sayfasına eklenen problemli içerikle karşılaşıldığında müdahale etmeden yayınlanması gerektiğini düşünmektedir. Problemli içeriğe müdahale etmeden yayınlanması oldukça özgürlükçü bir yaklaşım olmakla birlikte, kütüphane ve çalışanlarını zor durumda bırakabileceğinden ve diğer kullanıcılarının kütüphane sayfası hakkındaki algılarını olumsuz yönde etkileyebileceğinden tercih edilmemesi gereken bir yöntem olduğu düşünülmektedir.
- % 81'i kütüphane sosyal medya sayfasına eklenen problemli içerikle karşılaşıldığında kütüphanenin/üniversitenin sosyal medya politikası/konu ile ilgili yazılı talimatın gerektirdiği şekilde davranılması gerektiğini düşünmektedir. Kütüphanenin/üniversitenin sosyal medya politikası/ konu ile ilgili yazılı talimatın gerektirdiği şekilde davranmak gerektiği görüşünün oldukça baskın olması, kütüphanelerin böylesi durumlarda kendilerine rehber olabilecek bir dayanağa ihtiyaç duyduklarını göstermektedir.
- % 64,8'i kütüphane sosyal medya sayfasına eklenen problemli içerikle karşılaşıldığında kütüphane/üniversitenin sosyal medya konusundaki yetkilisine danışıp, direktifine göre işlem yapılması gerektiğini düşünmektedir. Problemli içerikle karşılaşıldığında, gerek aldığı eğitim ve edindiği tecrübe, gerekse sahip olduğu yetki bakımından kütüphane/üniversitenin sosyal medya konusundaki yetkilisine danışılması, özellikle herhangi bir yazılı rehberi olmayan kütüphaneler için uygun davranış şekli olabilir. Fakat bu tür bir yaklaşımda objektiflikten uzaklaşıldığında yanlış kararlar alma gibi riskler oluşabilir. Kişilerin görüş ve inisayatifinin ön plana çıkabileceği de düşünüldüğünde, kurumsal yazılı bir politikanın daha profesyonel bir çözüm getireceği muhakkaktır. Bir politika belgesinin rehber olarak kullanılmasına rağmen

herhangi bir içeriğin kaldırılıp/kaldırılmaması konusunda tereddütte kalınması durumunda da yetkili bir makama başvurmak sağlıklı karar alma açısından tercih edilebilir.

- % 15,3'ü sosyal medya araçlarının hizmet ve kullanım koşullarına ilişkin sözleşmelerin sadece bireysel kullanıcıları ilgilendirdiğini ve kurumsal sosyal medya hesapları açısından bağlayıcılığı olmadığını düşünmekte, %53'ü bu görüşe katılmamaktadır. Katılımcıların sosyal medya araçları hakkındaki farkındalığının ölçüldüğü bu soruda katılımcıların yarısından fazlası bu araçların hizmet ve kullanım koşullarının bireylerin yanında kurumları da bağlayıcı olduğunu bilmektedirler. Açılan hesaplar bireyler tarafından işletilse de kurum adına açılmakta ve kurumu sorumluluk altına sokmaktadır. Fakat azımsanmayacak oranda katılımcının bu bilgi ve görüşte olmaması bir zaafiyet olarak görülmektedir.

Bu kısma ait yanıtlar tümüyle değerlendirildiğinde ise; genel olarak farkındalık seviyesinin ortalamadan üstünde (% 51,6) olduğu, bunun yanında problemli içerikle karşılaşıldığında nasıl bir davranış biçimi izleneceği konusundaki sorulara katılımcılardan "Kararsızım" yanıtını verenlerin sayısının oldukça yüksek bir oranda olduğu ve bunun da yazılı bir sosyal medya politikasının eksikliği ya da varolan sosyal medya politikasının tüm çalışanlarca bilinmemesinden kaynaklandığı, bazı yanıtlarda ise kişisel görüşlerin kurumsal faydanın önüne geçtiği düşünülmektedir.

Politika İhtiyacı

Anketin bu kısmında kütüphanenin sosyal medya yönetiminde sosyal medya politikasına ihtiyacı olup olmadığı konusunda katılımcıların fikirlerini almak üzere sorulan sorulara verilen yanıtlar tek tek değerlendirildiğinde;

- % 86,9'u kütüphanenin sosyal medyadaki hareket tarzını belirleyen sosyal medya politikası gibi yazılı bir rehberin bulunmasının sosyal medyada daha güvenli ve bilinçli bir hareket alanı yaratacağını düşünmektedir. Aynı ölçümü yapan benzer ikinci soruya verilen yanıtlarda katılımcıların % 82'si sosyal medya araçlarının işletim, yönetim ve denetiminde yazılı bir politikanın rehber olarak kullanılması gerektiğini,
- % 2,5'i sosyal medya araçlarının yönetiminde dikkat edilmesi gereken hususların sosyal medyadan sorumlu personel tarafından bilinmesinin yeterli olacağını, ayrıca bir politika belgesi hazırlanması gerektiğini,
- % 6,6'sı sosyal medya politikası ve benzeri yazılı metinlerin rehber nitelikli belgeler olmadığını ve ifade özgürlüğünü kısıtlayan unsurlar olduğunu,
- % 31,3'ü sosyal medya politikası hazırlansa bile kütüphanenin personel sayısı ve niteliğindeki yetersizlikten dolayı etkin olarak uygulanamayacağını, % 6,8'i sosyal medya araçlarının kendilerine ait kullanım ilkelerinin kullanıcılar ve kütüphane çalışanları için yeterli olacağını, ayrıca bir politika geliştirilmesine ihtiyaç olmadığını düşünmektedir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medya politikası gibi yazılı bir belgenin varlığını desteklemekte ve böylesi bir belgeyi ihtiyaç olarak görmektedir. Ayrıca sosyal medya politikası hazırlansa bile kütüphanenin personel sayısı ve niteliğindeki yetersizlikten dolayı etkin olarak uygulanamayacağını düşünen katılımcıların oranının (% 31,3) azımsanmayacak derecede olması kütüphanecilerin belirgin bir kısmı tarafından, Türkiye’de kütüphanelerde yaşanan personel sıkıntısının sosyal medya politikalarının uygulanmasında da bir engel olarak görüldüğünü göstermektedir.

Ayrıca araştırma kapsamında 2014 yılında yapılan web taramasında, Türkiye’deki üniversitelerin % 99’unun en az bir sosyal medya hesabının olduğu, 162’sinin Facebook hesabı bulunduğu fakat sadece 6’sının Facebook sayfalarında bu sosyal medya aracının kullanımında nelere dikkat edileceği ve içerik ekleyen sorumluluğundan bahsedildiği tespit edilmiştir. Bu üniversiteler; Koç Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Muş Alpaslan Üniversitesi ve Sabancı Üniversitesidir.

Sonuç ve Öneriler

Gün geçtikçe hayatımızı daha çok etkilediği ve etkileşimli bir paylaşım ortamı sunan bu yeni özgür ortam, fırsatların yanı sıra dikkat edilmesi gereken birçok hususu da beraberinde getirmiştir. Siber zorbalık, uygunsuz içerik ekleme, entelektüel mülkiyet hakkının ihlali, mahremiyetin ihlali ve kişisel verilerin kötüye kullanımı, etik değerlerin yok sayılması, kullanıcı gizliliği ve güvenliğini hedef alan sanal saldırılar gibi risk ve tehditler, sosyal medya kullanıcısının (kişi/kuruluşun) güvenilirliğine ve prestijine zarar vermektedir. Bu bağlamda, sosyal medya kültürünün birer kullanıcısı ve bileşeni olan kuruluşların sosyal medyada hem fırsatları değerlendirebilmesi hem de karşılaşılabilecekleri sorunlarla başedebilmesi için farkındalığı yüksek bilinçli bir davranış modeli uyarınca hareket etmesi önemlidir.

Sosyal medyanın getirdiği tehdit ve riskleri önleyerek/azaltarak fırsatlardan azami ölçüde faydalanmak, sosyal medyanın hukuki ve etik çerçevede verimli ve etkili kullanımını sağlamak amacıyla sosyal medya araçlarının kullanım ilkelerinin belirlenmesi ve bu platformlardaki kurumsal amacın ortaya konulması için rehber niteliğindeki politika belgelerinin hazırlanması gerekmektedir. Sosyal medyadaki hareket tarzı ile ilgili olarak kütüphane çalışanlarına rehberlik edecek bu belgeler bir yandan da kullanıcıların etik davranış örüntüleri geliştirmesine katkı sağlayarak yeni bir kültürün oluşmasına öncülük etmektedir.

Literatürde sosyal medya politikası, sosyal medya rehberi, sosyal medya kılavuzu gibi adlarla anılan bu belgeler, sosyal medya platformuna dahil olmadan önce hazırlanmalı, kütüphane çalışanları ve kullanıcılarının sosyal medyadaki davranış usullerini düzenlemeli, etkin bir iletişimin nasıl yapılacağına ilişkin önerilerde bulunmalı, yürürlükteki yasal mevzuat, kurum politikaları ve etik değerler ile paralel ve

mevzuatta meydana gelecek değişikliklerin entegre edilebilmesi için esnek olmalı, buna karşılık okuyucularını ayrıntılara boğmayacak şekilde sade ve açık bir dil ve anlatımla oluşturulmalıdır.

Unutulmamalıdır ki yazılı bir politika belgesi hem kütüphane yönetimi ve ilgili kütüphane çalışanları hem de kütüphane kullanıcıları için önemli bir rehber ve dayanaktır. Burada esas olan, kütüphane yönetim ve çalışanlarının belgenin bu platformlardaki başarıya sağlayacağı katkıya inanmaları ve belgenin kullanımının kullanıcıların da yararına olduğu yönünde onları kanalize edebilmeleridir.

Kütüphanenin sosyal medyada tek ses olarak hareket etmesine imkân verecek bu belgeler, kütüphane çalışanları ve kullanıcılarının kolayca erişebilmeleri için ilgili sosyal medya araçları da dahil olmak üzere web sitelerinde görünür ve dikkat çekici bir şekilde yayınlanmalıdır.

Politikanın yanı sıra ilgili kütüphanecilerin izleyecekleri profesyonel üslup ve bu platformlarda alacakları sorumluluğu artırmaları başarının kapısını biraz daha açacaktır.

Kütüphaneler bir yandan sosyal medya politikası oluşturup, diğer yandan kullanıcı ile etkileşime geçerkensozyal medya ile ilgili oryantasyon ve kullanıcı eğitimlerini de destekleyerek sosyal medyadaki varlık sürecine katkıda bulunabilirler. Bu eğitimler özellikle yeni kullanıcıları, sosyal medyada içerik olarak neyi paylaşıp neyi paylaşmamaları gerektiği konusunda eğitmek açısından faydalı olacaktır. Üstelik, kütüphaneye sosyal medya aracılığıyla bu yönde kazandırılacak olan bilinç, kullanıcının ağ toplumunun değerlerine sahip bir birey olmasına da katkı sağlayacaktır.

Araştırma kapsamında sunulan ve bir sosyal medya politikasında olması gerektiği düşünülen hususlar ile yurt dışındaki üniversite kütüphanelerinden sosyal medya politikası olanların politika belgeleri incelenerek, Türkiye'deki üniversite kütüphaneleri çalışanlarına rehber olabilecek bir sosyal medya politikası önerisi oluşturulmaya çalışılmış ve Ek 1'de sunulmuştur. Önerilen belge, bir politika belgesinde olması gereken hususlara yer verdiği için her üniversite kütüphanesi kendi ihtiyaçlarına ve sosyal medya hesaplarında edinilen deneyimlere dayalı olarak ilgili hususları uyarlayabilir.

Kaynakça

- Akbaş, M. (2015). *Üniversite kütüphanelerinde sosyal medya politikaları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Aras, B. B. (2014). University libraries and social media policies. *Journal of Balkan Libraries Union*, 2(1), 21-27.
- Burclaff, N. ve Johnson, C. (2014). Developing a social media strategy: Tweets, pins, and posts with a purpose. *College & Research Libraries News*, 75(7) 366-369.
- CPP. (2015). *CPP university library social media policy*. <https://www.cpp.edu/~library/about/social-media-policy.shtml> adresinden erişildi.

- CSU. (2015). *CSU policy: Social media*. <http://policylibrary.colostate.edu/policy.aspx?id=497> adresinden erişildi.
- Drexel, U. (2011). *Drexel University Queen Lane Library social media policy*. <http://www.pages.drexel.edu/~kmc368/queenlane/smpolicy.html> adresinden erişildi.
- Farkas, M. G. (2007). *Social software in libraries: Building collaboration, communication and community online*. Medford, New Jersey: Information Today Inc.
- Garber, M. B. (2011). *Social media policy on campus: A case study of the development and implementation of a social media policy for university administrations, faculty, and staff*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Mercer University, Georgia (USA).
- Garofalo, D. A. (2013). *Building communities: Social networking for academic libraries*. İngiltere: Chandos Publishing.
- GSU. (2015). *GSU policies (library social media policy)*. http://library.gsu.edu/files/2012/12/Library_Social_Software_Policy.pdf adresinden erişildi.
- Johnson, C. ve Burclaff, N. (2013). *Making social media meaningful: Connecting missions and policies*. http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/conferences/confsandpreconfs/2013/papers/JohnsonBurclaff_Making.pdf adresinden erişildi.
- Junco, R. (2011). The need for student social media policies. *EDUCAUSE Review*, 46(1) 60-61.
- Kooy, B. K. ve Steiner, S. K. (2010). Protection, not barriers: Using social software policies to guide and safeguard students and employees. *Reference & User Services Quarterly*, 50(1), 59-71.
- Kroski, E. (2009). Should your library have a social media policy. *School Library Journal*, (October), 44-46.
- Lenartz, A. J. (2012a). *All my rowdy "friends": The use of social media in higher education*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Northern Arizona University, USA.
- Lenartz, A. J. (2012b). Establishing guidelines for the use of social media in higher education. L. Wankel ve C. Wankel (Eds.), *Cutting-edge technologies in higher education* (s. 333-353). UK: Emerald Group Publishing.
- Maranto, G. ve Barton, M. (2010). Paradox and promise: MySpace, Facebook, and the sociopolitics of social networking in the writing classroom. *Computers and Composition*, 27(1), 36-47.
- Mathews, B. (2011). *Why does my library use social media*. <http://chronicle.com/blognetwork/theubiquitouslibrarian/2/011/07/06/why-does-my-library-use-social-media/> adresinden erişildi.
- McNeill, T. (2012). *"Don't affect the share price": Social media policy in higher education as reputation management*. <http://www.researchinlearningtechnology.net/index.php/rlt/article/view/19194> adresinden erişildi.
- Moulaison, H. L. ve Corrado, E. M. (2011). Staying free from "corporate marketing machines": Library policy for Web 2.0 tools. D. Gupta ve R. Savard (Eds.), *Marketing libraries in a Web 2.0 World* içinde (s. 43-57). Almanya: IFLA.
- SNÜ. (2015). *Sinop Üniversitesi Kütüphanesi sosyal medya politikası*. <http://kutuphane.sinop.edu.tr/dosyalar/4.Sosyal%20medya%20politikas%C4%B1.pdf> adresinden erişildi.

- Solomon, L. (2011). *Doing social media so it matters: A librarian's guide*. USA: ALA.
- Statistic Brain. (2014a). *Facebook statistics*. <http://www.statisticbrain.com/facebook-statistics> adresinden erişildi.
- Statistic Brain. (2014b). *Twitter statistics*. <http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics> adresinden erişildi.
- Steiner, S. K. (2012). *Strategic planning for social media in libraries*. USA: ALA.
- Swanson, T. A. (2012). *Managing social media in libraries: Finding collaboration, coordination, and focus*. UK: Chandos Publishing.
- Tavluoğlu, C. (2013). *Üniversite kütüphanelerinde web 2.0 araçlarının kullanımı* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- UTAH. (2015). *UTAH Med.Library social media policy*. http://library.med.utah.edu/lib/EHSL_SocialMediaPolicy.pdf adresinden erişildi.
- WSU. (2015). *WSU libraries social media policy*. <http://www.wsulibs.wsu.edu/policies/social-media> adresinden erişildi.
- Yalçın, H. (2014). *Sosyal ağlar ve bilgi hizmetleri: Ağ kuşağının kütüphanelerden beklentileri*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Ek 1.

Bir Sosyal Medya Politikası Önerisi

..... ÜNİVERSİTESİ KÜTÜPHANESİ SOSYAL MEDYA POLİTİKASI

1. Giriş

Sosyal medya; Facebook ve Twitter gibi sosyal ağları da içinde barındıran, paylaşımlar kanalıyla kullanıcı ile kütüphaneci arasında karşılıklı etkileşim imkânı veren yeni nesil iletişim platformudur. Kullanıcılar ile iletişimini sosyal medya araçları üzerinden de sağlamakta olan Üniversitesi Kütüphanesi sosyal medyayı kütüphanenin hâlihazırda varolan politikaları ve hizmet modelinin tamamlayıcısı olarak kullanacaktır.

2. Amaç ve Hedef

Kütüphane kullanıcılarının sosyal medyayı profesyonel ve güvenli bir şekilde kullanımı için hizmet vermek isteyen kütüphanemiz, sosyal medyada kütüphanenin tüm kullanıcıları ve çalışanlarının aktif katılımı ile karşılıklı ilişki kurma fırsatını aramakta, kütüphane hizmetlerine talep yaratarak, kullanıcılarımızın anlık bilgi isteklerini karşılamayı, potansiyel kullanıcılara ulaşmayı, kütüphanemizi tanıtmayı ve etkinliklerimiz hakkında duyurularda bulunmayı amaçlamaktadır.

Düzenli aralıklarla güncellenecek sosyal medya hesaplarımız aracılığıyla kullanıcılarımızı kütüphanede mevcut (basılı ve elektronik) ve yeni gelen kaynaklar, kütüphanenin etkinlikleri, kütüphanenin verdiği hizmetler, veri tabanları, kütüphane kullanımı ve çalışma saatleri vb. pek çok konuda haberdar etmeyi, sizlerden gelecek soruları cevaplamayı ve kütüphane hizmetleri ile ilgili geri bildirimlerinizi alarak hizmet etkinliğini artırmayı hedefliyoruz. Sosyal medya kavramının gereği olarak bu platformları “sosyalleştirmek” adına kütüphanemizin ekleyeceği içeriğin yanında siz kullanıcılarımızı da içerik eklemeye, yorum yapmaya ve fikirlerinizi paylaşmaya davet ediyoruz.

Tüm tarafların kendini rahat hissedebileceği şeffaf ve açık bir sosyal medya ortamı sağlamak adına hazırlamış olduğumuz bu politika belgesi ile sosyal medya hesaplarımızın kullanımı ile ilgili önemli hususlara dikkat çekilmek istenmiştir.

3. Kapsam

Sosyal medya politikamız sosyal medya sayfalarımızı ziyaret eden tüm kullanıcılar ile sosyal medya sorumlu personeli başta olmak üzere tüm kütüphane çalışanlarını kapsamaktadır.

4. İçerik Ekleme ve Yasal Uyarı

Sosyal medya sayfalarımıza kütüphane tarafından eklenecek içerik, sorumlu personel (isim belirtilebilir) tarafından, doğruluğu, bu politikada belirtilen esaslara uygunluğu ve kütüphane web sayfasındaki mevcut bilgilerle uyumu kontrol edildikten sonra yüklenecektir. Kütüphane adına yapılacak her yüklemde ilgili kütüphanecinin ismi belirtilecek, Ankara Üniversitesi Kütüphanesi veya Halkla İlişkiler Bölümü gibi genel kavramlar kullanılmayacaktır. Sosyal medya sayfalarından sorumlu personel ekleyecekleri içerik için ayrıca bir onay almayacaklar (onay alınacaksa belirtilebilir) fakat kullanıcılar tarafından eklenen içerikten kaldırılıp kaldırılmaması konusunda tereddüt edilenler için kütüphane yönetimi/üniversitenin halkla ilişkiler birimi/sosyal medya birimi/hukuk müşavirliğine danışabileceklerdir. İçerik, sorumlu personel tarafından aşağıda belirtilen sıklıkta güncellenecek, kullanıcı yorumları takip edilecek, cevap verilmesi gerekenlere en kısa sürede (süre belirtilebilir) cevap yazılacaktır.

Sosyal Medya Araçları Güncelleme Sıklığı:

Facebook : Haftada 2-3 kez

Twitter : Günde 2-3 kez

RSS : Günde 1-2 kez

.....:.....

Sorumlu personel tarafından kütüphaneye ait olmayan bir resim veya video yüklenmek istendiğinde direkt olarak materyalin bulunduğu siteye link verilecek, materyal herhangi bir web sitesinden değilse içerik yüklenmeden önce ilgili materyal sahibinden izin talebinde bulunulacaktır.

Sosyal medya sorumlu personeli bu platformdaki paylaşımları ve hareket tarzı ile Üniversitesi Kütüphanesini temsil ettiğini unutmayacak, kütüphane misyonuna uygun hareket ederek değer yaratmaya çalışacaktır.

Sosyal medya sayfalarımıza kullanıcılar tarafından eklenen her türlü içerikten 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanunun (Link verilebilir) 4.maddesi gereği içeriği yükleyen kullanıcı sorumludur ve bu içerik kütüphaneyi temsil etmemektedir. Ayrıca aynı kanun maddesine göre içerik sağlayıcı kişi bağlantı sağladığı başkasına ait içerikten sorumlu değildir. Ancak, sunuş biçiminden, bağlantı sağladığı içeriği benimsediği ve kullanıcının sözkonusu içeriğe ulaşmasını amaçladığı açıkça belli ise genel hükümlere göre sorumludur. Kullanıcılara ait bu içerik sorumlu kütüphaneci/kütüphaneciler (isim belirtilebilir) tarafından gözden geçirilecek, düzeltilmesine gerek duyulanlar düzeltilerek yayınlanacak, aşağıda maddeler halinde verilen sakıncalı içeriğin kaldırılması için ilgili kullanıcı uyarılacak, kaldırılmaz ise kütüphane sosyal medya sorumlusu tarafından içerik

kaldırılacak ve içerik sahibi bu politikaya uygun yeni paylaşımlarda bulunması yönünde teşvik ve davet edilecektir.

Paylaşımı Sakıncalı İçerik

- Müstehcen,
- Irkçılığı, ayrımcılığı ve nefreti teşvik eden,
- Kişilik haklarını ihlal eden, hakaret ve tehdit içeren,
- Telif hakkı ihlali yapan,
- Kişisel verileri açık eden veya mahremiyeti ihlal eden,
- Kurum/kurumlara ait gizli ve özel bilgiler,
- Kişinin kendisini tam olarak tanımlayan ve kendinden izin alınmamış fotoğrafı/ videosu.

Kütüphane, yukarıda belirtilen maddelerin dışında, ticari tanıtımlar, konu dışı paylaşımlar (politik, dini vb.) ve linkler ile istenmeyen (spam) içeriğin silinmesi hakkını saklı tutmaktadır.

Geri bildirimlerin ve eleştirilerin hizmetlerimizi değerlendirme fırsatı verdiğine ve böylece hizmet kalitemizi artırmada bize katkı sağladığına inanan Kütüphanemiz siz kullanıcılardan gelecek her türlü beğeni ve eleştiriyi memnuniyetle karşılayacaktır. Fakat kütüphane ve/veya hizmetlerini/personelini eleştiren paylaşımlarda saldırgan bir tutum sergilendiği açıkça belli olanların silinmesi hakkı kütüphaneye aittir.

Sakıncalı içerik başlığı altında verilen ve T. C. Anayasası (Link verilebilir), 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun (Link verilebilir), 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (Link verilebilir) gibi yasal düzenlemeleri ihlal eden içerikle ilgili cezai işlemlerin Türk Ceza Kanunu (Link verilebilir) ile düzenlendiği ve sosyal medya hesaplarımızda paylaşımda bulunan herkesi bağlayıcılığı bulunduğu unutulmamalıdır.

5. İletişim

Sosyal medyadaki ifade şekli geleneksel yazılı veya sözlü ifade şekli ile aynı öneme sahiptir. Paylaşımda bulunmanın ve fikir ve çeşitliliğinin değer kattığı bu ortamlarda nezaket ve etik kurallarına uygun bir ifade üslubu kullanılmalı, nefret, ayrımcı ve ırkçı, tehdit ve hakaret içeren ifadelerden kaçınılmalıdır.

Kütüphane sosyal medya hesaplarında yaşanan tartışmalarda sosyal medya sorumlusu personel moderatör (ara bulucu) olarak görev yapacak, uygun ve yumuşak bir dil kullanımını tercih edecektir.

6. Creative Commons Lisans Bilgisi

Sosyal medya araçlarına kütüphane çalışanları tarafından eklenen tüm içerik Creative Commons Attribution-Non-Commercial (Yazar adı belirtilerek, ticari amaçlar dışında) lisans sözleşmesi altında yayımlanacaktır. Bu bakımdan içerik tekrar kullanılabilir, değiştirilebilir ve/veya ticari olmamak kaydıyla yayınlanabilir. Bununla birlikte haricen üretilmiş içeriğin kütüphane sosyal medya sayfasına eklenmesi esnasında çalışanlar telif haklarını gözetmelidirler.

7. Hesap Oluşturma ve Kullanım

Kütüphane adına oluşturulmuş hesapların kapatılması, yenilerinin açılması veya farklı sosyal medya araçlarında yeni hesaplar oluşturulması kütüphane yönetiminin onayı alınarak yapılacaktır. Kullanıcılar ile sağlıklı iletişimin kurulabilmesi ve doğru bilgi akışının sağlanabilmesi amacıyla her kullanıcıdan tek ve kendisine ait bir hesabı kullanmasını ve sahte (fake) hesap kullanmamasını talep eder, sahte olduğu anlaşılan bir kullanıcı hesabının sosyal medya sayfamıza erişiminin engelleneceğini hatırlatırız.

Kişisel, grup olarak ya da bir bölüm adına Üniversitesi Kütüphanesinin adını barındıran (Ör.:.....Üniversitesi Kütüphanesini Sevenler Grubu) herhangi bir sosyal medya hesabı açılmak istenirse Kütüphane yönetiminden (veya Halkla İlişkiler Birimi/Pazarlama Biriminden) onay alınması gerektiği unutulmamalıdır.

8. İrtibat/İletişim Bilgisi

Sosyal Medya hesaplarımızla ilgili soru, yorum ve şikayetleriniz için aşağıda iletişim bilgileri verilen personel ile irtibat kurabilir ya da bu maksatla hazırladığımız formu (link) kullanabilirsiniz.

Uzm.Küt.Ayşe..... (.....@.....edu.tr) (Tel.:434 21 00)(08:00-16.00)

Uzm.Küt.Ferit..... (.....@.....edu.tr) (Tel.:434 21 01)(16:00-24.00)

Küt.Me.Serap..... (.....@.....edu.tr) (Tel.:434 21 02)(24:00-08.00)

Bilgi Paylaşım Formu

İsim ve Soyisim :

e-mail :

Statü (öğrenci, akademisyen vb.) :

Fikir, öneri, şikayet, soru açıklaması :

9. İlgili Düzenlemeler

Bu politika, konu ile ilgili yasal düzenlemeler başta olmak üzere, Üniversitesi Sosyal Medya Politikası (varsa), Üniversitesi Kütüphane Yönetmeliği (link), Üniversitesi Öğrenci Hakları ve Sorumlulukları (link), Yükseköğretim Kurumları Öğrenci Disiplin Yönetmeliği (link), Yükseköğretim Kurumları Yönetici, Öğretim Elemanı ve Memurları Disiplin Yönetmeliği (link) ile birlikte değerlendirilecek, ihtilafta kalındığında Üniversitesi Hukuk Müşavirliğine danışılacaktır.

10. Politikanın Yayınlanması ve Uygulanması

Bu politika belgesi kütüphane yönetiminin onayının ardından kütüphane web sitesinde ve kütüphane sosyal medya hesaplarında kolayca görünür şekilde yayınlanacak, politikaya yapılacak değişiklik teklifleri kütüphane çalışanları tarafından zaman gözetmeksizin yönetim onayına sunulabilecektir.

11. Politikanın Örnek Olarak Alınması

Bu politika belgesinin tamamı veya bir kısmının sosyal medya politikası oluşturmak isteyen diğer kütüphaneler/kurumlar tarafından alınmasında herhangi bir sakınca yoktur ve izin alınması gerekmez (Eğer izin verilecekse) (İzin verilmeyecekse hangi lisansla korunduğu belirtilebilir, ya da onay sürecinin nasıl işlediğine değinilebilir).

Sosyal Medya Sayfalarımız:

Facebook (Link)

Twitter(Link)

RSS (Link)