

Sabancı Üniversitesi Bilgi Merkezi'nin Bakışıyla Sosyal Medya ve Kütüphaneler

Social Media and Libraries in view of Sabancı University Information Center

Cem Özel*

Öz

Bu yazıda bir üniversite kütüphanesi/bilgi merkezinin sosyal medya araçlarını nasıl kullanması gerektiği üzerinde durulmuştur. Yapılan paylaşımların kullanıcılarla iletişimde ne kadar önemli olduğu Sabancı Üniversitesi Bilgi Merkezi örneğinde dile getirilmiştir.

***Anahtar Sözcükler:** Sabancı Üniversitesi Bilgi Merkezi; üniversite kütüphanesi; sosyal medya; Twitter; Instagram; Facebook.*

Abstract

This paper focuses on how a university library / information center should use social media tools. The importance of sharing in social media with users has been expressed in the example of Sabancı University Information Center.

***Keywords:** Sabancı University Information Center; university library; social media; Twitter; Instagram; Facebook.*

En popüler Sosyal Medya Araçları: Twitter, Instagram ve Facebook. Bunlar bizim de en yoğun sosyalleştığımız araçlar.

Sosyalleşelim derken yine kuralların içinde kaybolup gidiyoruz. İstedik ki kaybolmayalım. Kurallar tabii ki olsun; ama belki de en çok esnetmemiz gereken yerler sosyal medya mecraları olmalı.

Hepimizin malumudur, mesleğimizin toplumdaki yeri pek de iç açıcı değil. “Ne mezunusun?” diye soruyorlar. “Kütüphanecilik” (eskiler bilir) diyorsun. “Ne? Öyle bir bölüm mü var?” deniyor. İnkâr edecek değiliz. Bu örnekleri çoğaltarak canımızı sıkmanın gereği de yok. Belki burada öz eleştiri yapmak da yine bize düşüyor olmalı. Bizim dışımızdaki alanlar, -teşbihte hata olmaz Türkiye'nin bir türlü giremediği Avrupa Birliği gibi. Bir türlü kabul edilemiyoruz. Kabul edildiğimiz yerler sınırlı. Giremedikçe de zaman zaman küsmüyor değiliz. Küsmek hiçbir şeyi çözüme kavuşturmuyor. Var olabilmek için sürekli bir şeyler değil de iyi şeyler yapmak gerekiyor. Üzerimize kara bulutlar gibi çöken tutucu tarafımızı biraz olsun

* Kullanıcı Hizmetleri Yöneticisi. Sabancı Üniversitesi Bilgi Merkezi. e-posta: cozel@sabanciuniv.edu
User Services Manager. Sabancı University Information Center. e-mail: cozel@sabanciuniv.edu

dağıtmak ve yeni fikirlere sürekli açık olmamız gerektiğini düşünüyorum. Bu tutucu yanımızı dağıtmanın en önemli kısmı kütüphane yönetimlerinin daha esnek ve destekleyici olmasıdır.

Son yıllarda üstümüze yeni biçtiğimiz Sosyal Medya Araçları da biz kütüphanecilere biraz bol geliyor gibi. Terziliğe soyunup şu sosyal medyayı tam da üzerimize oturtmaya ne dersiniz? Neden biz de şık olmayalım, neden tiril tiril gezmeyelim bilimin her sokağında ve her caddesinde!

Sosyal medya çok hızlı değişen akımların kaybolup gittiği koca bir nehir gibi. Bu nehirde her seferinde yeniden yıkanmamız gerekiyor. Sabancı Üniversitesi Bilgi Merkezi olarak Sosyal Medyayı üzerimize giydiğimiz ilk yıllarda bizim de kurumsal yanımız ağır basmıştı. İlk yıllarımızı “aman dikkat edelim”, “aman eller ne der”, “üniversitenin üst yönetiminden azar işitmeyelim” gibi kaygılarla geçirdik. Baktık ki olacağı yok, sıradanlığın ötesine geçemiyoruz, biz de “bu işi yapan nasıl yapıyor” düşüncesiyle sosyal medya ile ilgili yayınlar okumaya başladık. Anladık ki o iş öyle değil de böyleymiş. Peki nasılmış? Hadi biraz da oradan bahsedelim.

Öncelikle bağlı bulunduğumuz kurumun üyeleri olan öğrencileri, çalışanları, öğretim üyelerini ve mezunlarımızı takip etmeye başladık. Kitapları kendine kılavuz edinen ünlü yazarları da takibimize aldık. Neyse ki egoları çok da yüksek olmayan Buket Uzuner, Sunay Akın gibi yazarlar tarafından da takip ediliyoruz. Onlarla paylaşımlarda bulunup etkileşimi arttırıyoruz. Kimi kişi ya da kurumlar sürekli takipçi sayılarını arttırma kaygısı güderlerken takip ettiklerini sifıra ya da en fazla bire indiriyorlar. Ego savaşları mı diyelim kendini beğenmişlik mi diyelim, bilemedik. Bunun yanlış olduğu apaçık ortada. Ulaşmak istediğimiz kişileri takip etmezsek onların nelerle ilgilendiğini nereden bileceğiz? Bu nedenle onları takip ediyoruz. Onlara laf atıyoruz ve bir şekilde iletişimde kalmaya gayret ediyoruz. Kendimize sosyal medya dostları ediniyoruz.



Şekil 1. Twitter gönderisi

Sosyal medya araçlarını kullanmak, esneklik gerektirdiği gibi aynı zamanda büyük bir ciddiyet ve adanmışlık gerektiriyor. Öncelikle sürekli okuyup yeni bilgiler öğrenmek ve onları takipçilerle paylaşmak gerekiyor. Bunu yaparken de onları sıkmadan, didaktik olmadan yapmak gerekiyor. Sosyal medyayı boşlamak demek unutulmakla eş değer. Bu nedenle belli bir program akışında sosyal medyayı kullanmak son derece yavan kalıyor. Elinizin sürekli üzerinde olması gerekiyor. Adanmışlıktan bahsettim. O da şu şekilde oluyor. Eğer kurumunuzun bir sosyal medya yazarı ya da paylaşımcısıysanız “güzel fikirleri kendimize saklayayım” gibi bir düşünceye kapılmamız gerekiyor. Bazen öyle düşünceler geliyor ki, yazdığımızda ya da paylaştığımızda çok fazla ilgi gösteriliyor.



Şekil 2. Twitter gönderisine gelen kullanıcı yanıtları

Görsel çalışmaların da çok büyük ilgi çektiğinin farkındayız. Bu ilgiyi üzerimizde tutmak için gündemi sürekli takip ediyoruz. Bu işi ekip olarak yaptığımız için hem farklı farklı fikirler oluşuyor hem de bu fikirlerin birleşimiyle sinerji yakalıyoruz. Örneğin Olimpiyat zamanlarında ya da birçok kişinin ilgiyle izlediği “Star Wars” gibi filmlerin gösterime girdiği zamanlarda konuyla ilgili çok ilgi çekici videolar çekip görseller yarattık ve bunları da Instagram hesabımız üzerinden paylaştık. Gelen beğeni ve yorum sayıları da bize bu işi devam ettirme konusunda güç veriyor. Bunun yanı sıra öğrencilerin en yoğun oldukları final dönemlerini de gündemimizde tutup, öğrencilerin nefes alacağı ortamlara da dönüştürdük sosyal medya araçlarımızı. Özellikle 7/24 açık olmalarıyla birlikte organiğiyle elektroniğiyle adeta bir yaşam merkezine dönüşen kütüphaneler, sosyal medya araçlarıyla da kullanıcıların her zaman yanlarında olduğunu hissettirmeleri açısından doğru yolda hareket ediyorlar.

Facebook sayfamızın Twitter ve özellikle Instagram sayfamız kadar etkileyici olduğunu söyleyemeyiz. Bunun da farkındayız ama oranın da ayrı bir takipçi kitlesi var. Trendler yeni neslin daha çok Instagram ve Twitter üzerinde yoğunlaştığını gösteriyor. Yine de Facebook sayfamızı çok canlı tutmaya devam ediyoruz (bkz Şekil 3. Facebook gönderisi).



Şekil 3. Facebook gönderisi

Birçok kütüphane, sosyal medya üzerinden çok değişik ve çok güzel işler yapıyor. Biz de ilk etapta yukarıda bahsettiğimiz üzere, özellikle Twitter sayfamızı yönetirken resmi yanımız ağır basmıştı. “Bilgi Merkezi şu saatlerde açıktır”, “şu veritabanına abone olduk” gibi “resmi” tweetlerimizin altına neredeyse “saygılarımızla” yazacaktık, o derece resmiydik. Bu tür resmi yazışmaların sosyal medyada işe yaramadığını, gerek sosyal medyayı takip ederek gerek konuyla ilgili yayınları okuyarak gördük. Peki, ne gördük? Kongre Kütüphanesi'nin konu başlıklarına göre B, J ve G raflarında yer alan konulara yani din, siyaset ve spor konularına çok da bulaşmadan –örneğin spor alanında kendi takımlarımızı değil de Milli Takımı tutarak yeni neslin dilinde yazmayı, onları takip etmeyi, onlara laf atmayı ve bir şekilde iletişim kurmayı öğrendik. Takipçi sayımız arttıkça da eğlenceli paylaşımların yanı sıra kitap ve makale tavsiyelerinde de bulunmaya başladık. Bu konuyla ilgili üniversitemizin ilgili birimimizden uyarı aldığımızı da söylemek isterim. “Biz kurumsal bir üniversiteyiz, yazdıklarımıza daha çok dikkat etmeliyiz” gibi geribildirimler aldık; ancak kendilerine

yaşadığımız süreci anlattık ve bu şekilde devam etmemizin daha yararlı olacağı konusunda kendilerini ikna ettik. Aradan 2-3 ay geçtikten sonra tekrar toplantı talep ettiler. Yine bir uyarı alacağız diye düşünürken, “Sizin sosyal medyada öğrencilerle iletişiminiz çok güçlü, birlikte işbirliği yapalım” dediklerinde bir kez daha doğru yolda olduğumuzu gördük.

Tabii bu sosyal medya, büyük bir sorumluluğu da beraberinde getiriyor. Öncelikle bu işi ekip olarak yürütüyoruz, kimse ön plana çıkmıyor. Başarımız da bir, sorumlüğümüz de. Bu ekip sürekli çalışıyor. Sosyal medyayı beslemek için öncelikle kendimizi beslememiz gerekiyor. Okumadığımız kitabı kullanıcılarınıza tavsiye edemezsiniz. Bu nedenle sizin de okuduğunuz kitap sayısını arttırmanız gerekiyor. Okuduğumuz kitapların birçoğunu sosyal medyada paylaştık. Bu okuduğumuz kitaplar başka bir etkinliğimizi daha destekledi. Üniversitemizin iç sayfasındaki duyurular sayfasında “Bilgi Merkezi Günün İpucu” köşesinde kitap tanıtımları yaptık. Tabii ki, okuduğumuz ve bildiğimiz kitapları tanıtımaya özen gösterdik. Kitaptan aldığımız can alıcı, ilgili çekici kısımları fragman tadında paylaştığımızda çok ilgi çektiğini gördük. Kitapları rafların kaderine bırakmayıp onları canlı tutmaya çalıştık. Sonrasında kitabın ödünç alınıp alınmadığına bakıldığında, birçok kitabın ödünç alınmakla kalmayıp, diğer kullanıcılar tarafından da ayırılması, yaptığımız etkinliğin ne kadar yerinde bir iş olduğunu bize gösterdi. Buradan hareketle yeri gelmişken gerilla pazarlama (guerilla marketing) tekniğiyle işler yaptığımızı da paylaşmak isterim. Aşağıdaki görselde de göreceğiniz üzere kullanıcılar için kitap seçip yer numaralarını da ekleyerek ilgi çekici bir başlıkla poster halinde kampüsümüzün insan trafiğinin yoğun olduğu alanlara asarak bir farkındalık sağladık. Dahası bunları Twitter sayfamız üzerinden paylaşarak da ilgi oranını daha da arttırmaya çalıştık (bkz. Şekil 4).



Şekil 4. Gerilla pazarlama yöntemi

Buradan belki şu sonucu da çıkarabiliriz; teknolojik anlamda yeteri doygunluğa ulaştık. Şimdi okuma ve okutma devri. Bizim en önemli uğraşlarımız da zaten bunlar olmalı diye düşünüyoruz. Sosyal medyayı bu amaç doğrultusunda hem resmi ama daha çok az resmi dilde kullanırsak başarıya ulaşacağımızı düşünüyoruz.