

Kütüphane Hizmetlerinin Tanıtımında Sosyal Medya Etkisi: Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphanesi Örneği

Impact of Social Media in Promotion of Library Services: Bursa Uludag University Library Example

Aykut Bayraktar*

Öz

Bu çalışmada, Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphanesi sosyal medya hesaplarının gelişimi ve nasıl kullanıldığı anlatılmaktadır. Kütüphane hizmetlerinin sosyal medya üzerinden nasıl tanıtıldığı ve bu tanıtımın kullanıcı üzerinde ne kadar etkili olduğu açıklanmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda, farklı sosyal medya platformlarında paylaşıp etkili sonuçlar oluşturduğu görülen gönderilere örnek olarak yer verilmiştir. Çalışma, tanıtım faaliyetlerini bu alanda yapan ya da yapmayı düşünen üniversite kütüphanelerine ve kütüphanecilerine bir fikir verirse amacına ulaşmış kabul edilecektir.

Anahtar Sözcükler: Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphanesi; üniversite kütüphanesi; sosyal medya; tanıtım.

Abstract

This study aims explaining the development and use of social media accounts of Bursa Uludag University Library. It has been tried to explain how library services are promoted on social media and how effective this promotion is on the user. In this respect, the posts that shared on different social media platforms and produced effective results were included as examples in the study. If the study gives an idea to university libraries and librarians who are doing or intending to do promotional activities in this field, it will be considered to have achieved its purpose.

Keywords: Bursa Uludag University Library; university library; social media; public relations.

Giriş

Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphanesinde hizmetlerin ve kaynakların tanıtımı hali hazırda web sayfası, e-posta, broşür vb. ortamlarda yapılmaya devam etmektedir. Ancak, hizmet verilen kitlenin sosyal medya kullanım yoğunluğu, bilgiye sosyal medya üzerinden erişme alışkanlığı gibi etkenler kütüphane pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini sosyal medya ortamında da yürütme gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Bu gereklilik çeşitli sosyal medya platformlarında kurumsal anlamda yeni hesapların açılmasını zorunlu hale getirmiştir. Bu doğrultuda ilk olarak 2015 yılı Ağustos ayında “Uludağ Kütüphane” adıyla Facebook ve Twitter hesapları açılmış, daha sonra 2016 yılı Haziran ayında yine aynı isimle Instagram hesabı, 2017 yılı Mayıs ayında ise Youtube hesabı aktif edilmiştir.

* Öğretim Görevlisi, Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı.

E-posta: abayraktar@uludag.edu.tr

Academic Librarian, Bursa Uludag University Library, Turkey.

Tablo 1

Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphanesi sosyal medya hesaplarının yıllık paylaşım sayıları

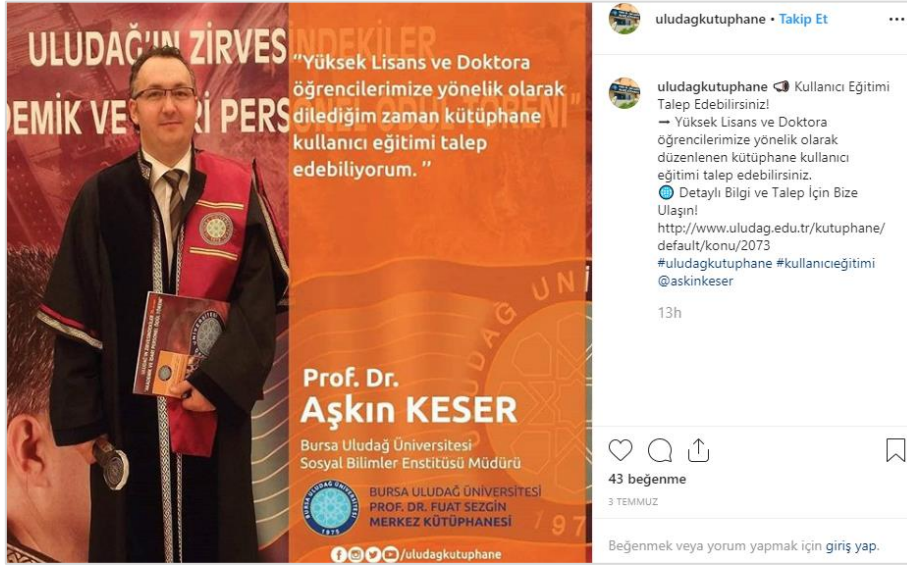
Sosyal medya platformu	2015	2016	2017	2018
Facebook	46	201	420	438
Twitter	38	207	419	438
Instagram	-	199	364	438
Youtube	-	-	4	34

Tablo 1’de görüleceği üzere hesaplarımızın açıldığı ilk yıllarda iki-üç günde bir yapılan paylaşımların, sonraki yıllarda günde birden fazla paylaşıma doğru artış gösterdiği görülmektedir.

Günde bir ya da birden fazla kez farklı hesaplarda (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube vb.) paylaşım yapmanın daha etkili olduğu ve daha çok kullanıcıya ulaşıldığı hesaplardan alınan istatistiklerden görülmektedir. Bununla birlikte günün hangi saatlerinde yapılan paylaşımın daha etkili olduğu henüz saptanamamıştır. Bu konuyla ilgili farklı görüşler olsa da yapılan paylaşımın içeriği, niteliği ve görselliğine göre aldığı etkileşimin değişiklik gösterdiği saptanmıştır.

Etkili paylaşım yapmanın yollarını süreç içerisinde tecrübe kazandıkça anlamaya başladığımızı söyleyebiliriz. Kurumsal olarak bununla ilgili nelere dikkat edilmesi gerektiği konusunu bazı örneklerle açıklamaya çalışacağım.

Her işte olduğu gibi bu konuda da planlı olmak önem arz ediyor. Şöyle ki; eğer yapacağınız olağan paylaşımların dışında günlük, haftalık ya da aylık paylaşım planlamaları yaparak bunu işinizin bir parçası haline getirirseniz hem sizin için hem de takipçileriniz için daha zevkli hale geldiğini görebiliyorsunuz.



Resim 1. Periyodik olarak akademisyenlerimizle yaptığımız bir projeye yönelik örnek bir paylaşım



Resim 2. Periyodik olarak öğrencilerimizle yaptığımız bir projeye yönelik örnek bir paylaşım

Resim 1 ve 2’de verilen örneklerde görüleceği üzere kütüphane hizmetlerini ve kaynaklarını Bursa Uludağ Üniversitesine mensup gerçek öğrenci ve akademisyenlerimiz üzerinden tanıtmayı amaçladığımız bu proje ile sosyal medya üzerinden çok fazla kişiye eriştiğimizi söyleyebiliriz.

“Takip ettiğiniz sayfalarda neler görmek hoşunuza gidiyor?” sorusunun cevabı, yapacağınız paylaşımları hazırlarken size rehberlik edebilir. Tamamında olmasa da yapılan bazı paylaşımlarda kurumsal bir dil yerine esprili bir dil ve anlatım kullanmayı tercih edebilirsiniz. Bu takipçilerinizle sizi yakınlaştıracak ve daha kolay iletişim kurmanızı sağlayacaktır.



Resim 3. Torununa sürpriz yapmaya gelen ve onu kütüphanede arayan dedemiz paylaşımı



Resim 4. Öneri kutusuna yazılan bir öneriye verdiğimiz cevabımızın paylaşımı



Resim 5. Dünya Kadınlar Günü paylaşımı



Resim 6. Paylaşımın yapıldığı tarihlerde popüler olan “sunumsuz yakalanma” üzerine bir paylaşım

Güncel eğilim ve gelişmeleri, güncel etiketleri, güncel popüler gelişmeleri takip ederek bunlarla birlikte paylaşım yapmanın etkili olduğunu deneyimlerimizden çıkarabiliyoruz. Paylaşımlarınızı güncel etiketlerle (hashtag) birlikte yapmanız söz konusu etiketi takip edenlerin de paylaşımlarınızı görmesini dolayısıyla daha çok kişiye ulaşmanızı sağlayacaktır. Bununla birlikte üniversitede öğrenciler ve akademisyenler tarafından çok takip edilen sayfa ve grupları paylaşımınızda etiketlemek de etkili olabiliyor. Burada özellikle üniversite yöneticileri (rektör, rektör yardımcısı, dekan, vb.) ile yapacağınız işbirliğinin önemli olduğu görülüyor. Söz konusu yöneticilerin varsa sosyal medya hesaplarının takipçi sayısının fazlalığı düşünüldüğünde yaptığınız paylaşımları takip etmesi ya da kendi hesabında paylaşması (retweet, vb.) çok sayıda etkileşim almanızda ya da yeni takipçi kazanmanızda etkili olacaktır.

Yazının başında da belirttiğim gibi paylaşımların daha çok etkileşim aldığı saatleri henüz tam olarak saptayamadık. Bunun için denemeler yapabilirsiniz fakat bununla birlikte günde birden fazla paylaşım yapmanın daha etkili olduğunu istatistiklerden görebiliyoruz. Diğer taraftan aynı paylaşımı birden fazla sosyal medya hesabınızda farklı zamanlarda paylaşmak da tercih edilebilir. Her sosyal medya hesabının takipçileri farklı özellik ve anlayışa sahip olabiliyor. Buradan yola çıkarak sadece bir hesabınıza yönelik paylaşımlar da (Twitter anketi, Instagram anketi vb.) o hesabınızın takipçileri ile daha etkili iletişim kurmanızı sağlayabilir. Bununla birlikte Instagram ve Facebook hesaplarında aynı paylaşımı hem haber kaynağında hem de “hikaye” (*story*) bölümünde paylaşmak yararlı olabiliyor.

Özellikle son zamanlarda hikaye kısmında paylaşılan bir gönderinin görülme ihtimali haber kaynağında yapılan paylaşıma göre daha yüksek olduğu görülüyor.

Uzun yazılara karşı mesafeli duran takipçileri de göz önünde bulundurarak paylaşımların kısa ve öz olması, görsel, fotoğraf ya da video içermesinin daha fazla etkileşim almasının yollarından biri olduğunu söyleyebiliriz. Bunu yaparken özellikle görsel hazırlama aşamasında profesyonel bir yardım almak gerekebilir. Tasarım konusunda kendisine güvenebileceğiniz, grafik tasarım için gerekli programları (Photoshop vb.) kullanabilen bir personel ya da part-time çalışacak öğrenci istihdam etme yoluna gidilebilir. Bu aşamada kurumsal olarak çoğunlukla yarı zamanlı öğrenci istihdamından yararlandığımızı ve önemli düzeyde etkisini gördüğümüzü söyleyebiliriz. Bununla birlikte profesyonel çekilmiş fotoğrafların da oldukça ilgi çekici olduğunu düşünürsek, yine yarı zamanlı istihdam edilecek bir fotoğrafçı da oldukça işinize yarayacaktır.

Sosyal medya hesaplarınızdan dönüş almaya başlamak, takipçi sayısında belli bir sayının üzerine çıkmak elbette zaman almaktadır. Başta da belirttiğim üzere sosyal medya hesaplarını yöneten kişi ya da kişiler bu işe gönüllü olarak başlar ve keyif alarak yaparsa zamanla işlerinin bir parçası haline gelecek ve beklenen etki ve geri dönüş alınmaya başlanacaktır.



Resim 7. E-Kütüphane hizmetinin tanıtımına yönelik bir paylaşım



Resim 8. Kütüphane sözlüğü paylaşımı

Her işte olduğu gibi bu işte de yola çıkarken hedef koymak önemli elbette. Bu nedenle en başta tüm sosyal medya hesaplarını aynı anda açmayabilirsiniz. Yapacağınız planlama ya da koyduğunuz hedefe göre bir hesap ile başlayıp zamanla hesap sayınızı çoğaltabilirsiniz.

Tablo 2

Yıllara göre takipçi sayıları

Hesap	Açıldığı Tarih	Takipçi sayısı	
		2017	2018
Facebook	2015	4720	4708
Twitter	2015	1415	1730
Instagram	2016	494	1004
Youtube	2017	128	210

2015 yılından bu yana edindiğimiz tecrübelerden biri de aynı içeriği sürekli paylaşmanın takipçinin ilgisini çekmediğidir. Dolayısıyla sadece belli başlı içerikler paylaşmak yerine farklı içerikler paylaşmanın ne derece etkili olduğunu istatistiklerden ve etkileşimlerden anlayabiliyoruz.



Resim 9. Önerileriniz tahtada cevaplar sosyal medya projesine yönelik paylaşım

Takipçilerinizle etkili iletişim kurabileceğiniz paylaşımlar, hesaplarınızı takibe değer kılacağı gibi onlarla daha farklı ve sıcak bir iletişim kurmanıza da olanak sağlayacaktır.

Paylaşımların daha çok kişiye erişmesi ile ilgili etkili ancak masraflı bir yol daha var. Hepimiz kendi sosyal medya hesaplarımızda “sponsorlu gönderi” reklamları ile karşılaşmışızdır. Bunun için Facebook, Twitter ya da Instagram hesaplarınızda daha önce paylaştığımız bir gönderi için söz konusu hesaplara ücret ödeyerek sponsorlu gönderi oluşturabilirsiniz. Bu masraflı ancak etkili yöntemi birkaç kez kullandık ve de etkili sonuçlar aldık. Burada da yine asıl hedef kitleye ulaşmak ve paranızın boşa gitmemesi için dikkat edilmesi gereken hususlar vardır.



Resim 10. Öneri tahtasına yazılanlara yönelik cevaplarımızın paylaşımı

POST BUTTON (Optional)

Gönderine bir düğme ekle

Düğme Yok

AUDIENCE

• Hedeflemeyi seçtiğin kişiler Düzenle

Konum - Yaşadığın Yer: Türkiye: Görükle, Bursa, Turkey
Bursa Province
Yaş: 18 - 65+

Sayfanı beğenen kişiler

Sayfanı beğenen kişiler ve arkadaşları

Yerel bölgedeki kişiler

Yeni Hedef Kitle Oluştur

Otomatik Reklam Alanları (Tavsiye Edilir) AÇIK

Bütçeni en üst düzeye çıkarmak ve reklamlarını daha fazla kişiye göstermek için otomatik reklam alanlarını kullan. Facebook'un yayın sistemi reklam sellerinin bütçesini en iyi performans gösterebileceği yere bağlı olarak birden fazla reklam seti arasında

Onizleme: Site Haber Kaynağı

Uludağ Kütüphane
Sponsorlu

Bize Sorun Hizmeti
Kütüphanemiz hizmetleri hakkında farkındalığı artırmak amacıyla "Bize Sorun" web sitesi hizmete sunulmuştur.
Bize Sorun sayfası aracılığıyla sorulan sorular "Danışma Kütüphanecileri" tarafından cevaplanmaktadır.
Detaylı Bilgi ve Erişim İçin Bkz.
[http://bizesorun.uludag.edu.tr/...](http://bizesorun.uludag.edu.tr/) Devamını Gör

Ödevin için güvenilir kaynağa mı ihtiyacın var?

Google

Arkadaşından Fotokopi Çek

Kütüphaneciye

Resim 11. Facebook hesabı sponsorlu gönderi oluşturma taslağı

PROF. DR. FUAT SEZGİN MERKEZ KÜTÜPHANESİ

uludagkutuphane
268 subscribers

SUBSCRIBED 268

HOME VIDEOS PLAYLISTS CHANNELS DISCUSSION ABOUT

Uploads PLAY ALL

EBSCO
Dergilerin yeni sayılarını çokluca bildirimde e-postaya alabilir miyim?
3:40
33 views • 1 month ago

55. Kütüphane Haftası Etkinlikleri Ödül Töreni
6:7 views • 1 month ago

Arama Hatırlatması Oluşturma
4:5 views • 1 month ago

Literatür Tarama Nasıl Yapılır?
2:29
268 views • 2 months ago

ROSETTA STONE
ÜCRETSİZ DİL ÖĞRENİN
1:10
53 views • 2 months ago

BENİM İÇİN KÜTÜPHANE
Benim için Kütüphane Video Yarışması Üçüncüsü...
2:09
574 views • 2 months ago

2:11
2:06
2:20
5:40
2:05
3:28

Resim 12. Youtube sayfamızın ekran görüntüsü

uludagkutuphane • Takip Et
Uludağ Kütüphane

uludagkutuphane Rafta Kitap Bulma ve Ödünç Alma Kılavuzu Videosu resmi youtube kanalımızda yayınlandı.
→ Youtube kanalımıza abone olun, yayınlanan videolardan ilk sizin haberiniz olsun.
#uludagkutuphane

58h

23 beğenme

18 MAYIS 2018

Beğenmek veya yorum yapmak için giriş yap.

813.42 G968a 2008
817.42 M896i 1999
811.23 M573m 2004
813.42 G957y 2004

1:41 / 2:51

Resim 13. Youtube sayfamıza yüklediğimiz bir eğitim videosu paylaşımı

Örneğin Facebook hesabında yapılacak bir sponsorlu paylaşımda hedef kitle olarak sayfayı beğenen kişiler ve arkadaşları seçmek, maksimum süreyi 3 gün olarak belirlemek, konum olarak Bursa değil de Türkiye seçmek gibi detayların önemli olduğu görülüyor. 2017 yılı Mayıs ayında bir eğitim videosu yükleyerek başladığımız Youtube hesabımızdan da söz etmek yararlı olacaktır. Youtube hesabımızda; kullanım kılavuzları, eğitimler, tanıtım videoları ve de kütüphanemizin ev sahipliğinde gerçekleştirilen yarışma ve törenlerin videolarından oluşan toplamda 45 video bulunmaktadır. Yeni nesil öğrenme metodu olarak kullanılan video ile öğrenme biçiminin etkisini ve önemini, yüklediğimiz eğitim videoları ve kılavuzların izlenme oranlarından da anlayabiliyoruz.

Elbette burada da yüklediğiniz videoya verdiğiniz başlık, hangi etiketleri kullandığınız gibi değişkenlerin izlenme oranlarını etkilediğini görüyoruz. Örneğin 2017 yılı Mayıs ayında yüklediğimiz bir eğitim videomuz 2019 yılında 10.000 izlemeyi aşmış durumdadır. Söz konusu eğitim videosuna dair kendi kullanıcılarımız dışındaki öğrenci ve akademisyenlerden de e-posta yoluyla sorular ve telefonlar aldığımız oluyor. Bir diğer husus ise daha fazla izlenmesini istediğiniz videolarınızı Youtube içerisinde bulunmasını beklemeden ulaşmak istediğiniz kitlenin göreceği yerlere de (web sayfaları vb.) koymak gerektirir. Kütüphane hizmetlerinin sosyal medya üzerinden tanıtımı ve sosyal medya hesaplarının kullanıcılarla etkili bir iletişim yolu haline getirmenin kurumsal olarak avantajlarının yanı sıra bu işi yapan kişilere getirdiği avantaj ve dezavantajlardan da bahsetmek yararlı olacaktır.

Tecrübelerimiz doğrultusunda bu işin bu alanda çalışan kütüphanecilere birçok noktada kendini geliştirme imkânı ve mesleki anlamda katkı sağladığı görülmüştür. Diğer taraftan sosyal medya hesapları üzerinden kullanıcılarla iletişimde yaşanması muhtemel sıkıntılar da bu işin dezavantajları arasında sayılabilecektir.

Sonuç

Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphanesi sosyal medya hesaplarının gelişimi ve nasıl kullanıldığına dair uygulama örneklerine yer verilen çalışmada yapılan paylaşımların nasıl daha etkili hale getirilebileceğine yönelik kurumsal olarak yaşadığımız tecrübeler paylaşılmıştır. Kütüphane hizmetlerinin tanıtımı ve pazarlanmasında sosyal medya hesaplarının etkin olarak kullanımının Bursa Uludağ Üniversitesi Kütüphanesi tarafından bakıldığında yararlı ve olumlu olduğu görünmektedir.

Bununla birlikte hedef kitle ile iletişimde olumlu anlamda değişimler gözlemlenmiştir. Söz konusu çalışmanın, bu alanda yapılması planlanan uygulamalara da ışık tutacağı düşünülmektedir.

Sosyal Medya Hesaplarımız

Facebook: <https://www.facebook.com/uludagkutuphane>

Twitter: <https://twitter.com/uludagkutuphane>

Instagram: <https://www.instagram.com/uludagkutuphane>

Youtube: <https://www.youtube.com/c/uludagkutuphaneresmi>