

**AXBOROT-KUTUBXONA XIZMATLARINING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI:  
RIVOJLANISH YO'NALISHLARI VA INNOVATSION YECHIMLAR****Raximova Sh.A. -***TATU dotsenti**sotsiologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD.*

Bugungi raqamli transformatsiya jarayonlari jamiyatning barcha sohalarida bo'lgani kabi axborot-kutubxona muassasalari faoliyatida ham tub o'zgarishlarni yuzaga keltirmoqda. Zamonaviy axborot-kutubxona muassasalari hozirgi kunga kelib bilim tarqatish va aholiga innovatsion xizmatlar taklif qiluvchi muhim infratuzilmasi sifatida namoyon bo'lmoqda. Axborot texnologiyalarining shiddatli rivojlanishi, foydalanuvchilarning axborotga bo'lgan ehtiyojlarini o'zgarishiga ya'ni, axborot-kutubxona xizmatlarini yangi bosqichga olib chiqishni talab etmoqda.

So'nggi yillarda axborot-kutubxona muassasalarida elektron resurslar bazasini yaratish, interaktiv xizmatlar turini kengaytirish, masofaviy xizmat ko'rsatish, shuningdek mobil ilova va veb-platformalar orqali ma'lumot taqdim etish kabi imkoniyatlar keng yo'lga qo'yilmoqda. Bunday tendensiyalar aholiga tezkor, qulay va individuallashtirilgan xizmat ko'rsatilishini ta'minlash bilan birga, axborot-kutubxona muassasalarining ijtimoiy-axborot makonidagi o'rnini yanada mustahkamlamoqda.

Shu bilan birga, aholi qatlamlarining axborot ehtiyojlari o'zgarib borayotgani zamonaviy kutubxona xizmatlarini rejalashtirish va tashkil etishda yangi yondashuvlarni talab etmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 7 iyundagi "O'zbekiston Respublikasi aholisiga axborot-kutubxona xizmati ko'rsatishni yanada takomillashtirish to'g'risida"[1]gi PQ-4350-son Qarorida mamlakatda axborot-kutubxona xizmatini isloh qilish va uning barqaror rivojlanishini ta'minlashga qaratilgan ustuvor vazifalar belgilangan. Qarorda jahon miqyosida kechayotgan raqamli transformatsiya jarayonlarini hisobga olgan holda axborot-kutubxona faoliyatini tubdan modernizatsiya qilish, uni zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari asosida yangi mazmunda tashkil etish muhim yo'nalish sifatida e'tirof etilgan.

Shuningdek, aholining axborot-kutubxona xizmatidan foydalanish bo'yicha ijtimoiy kafolatlarini mustahkamlash, normativ-huquqiy bazani takomillashtirish va kutubxona muassasalarini jahon standartlariga mos holda rivojlantirish vazifalari belgilab berilgan. Bundan tashqari, mazkur qaror axborot-kutubxona sohasida institutsional, texnologik va madaniy o'zgarishlarni amalga oshirishga qaratilgan kompleks dasturiy hujjat sifatida xizmat qilib, sohaning zamonaviy talablarga to'liq mos tarzda rivojlanishi uchun keng imkoniyatlar yaratmoqda.

Axborot-kutubxona xizmatining kelgusidagi rivojlanishi zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va jahon tendensiyalarini hisobga olgan holda sohani kompleks ravishda isloh qilishni talab etadi. Bu jarayon, avvalo, aholining axborot-kutubxona xizmatidan foydalanishga doir ijtimoiy kafolatlarini yuqori sifatda ta'minlash hamda zamonaviy talablarga muvofiq kutubxonalar faoliyatini tartibga soluvchi me'yoriy-huquqiy bazani takomillashtirishni nazarda tutadi. Shu bilan birga, hududlarda axborot-kutubxona xizmatlarining barqaror va teng taqsimlanishini ta'minlash, kutubxonalarning moddiy-texnika bazasini mustahkamlash, yangi binolar barpo etish, mavjud infratuzilmalarni rekonstruksiya qilish va ularni zamonaviy jihozlar bilan ta'minlash muhim ahamiyatga ega.

Sohada davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini rivojlantirish, xususiy va elektron (virtual) kutubxonalar tarmog'ini kengaytirish, shuningdek, elektron kitoblar tarqatishga ixtisoslashgan internet-resurslar bilan hamkorlikni kuchaytirish kutubxonalar faoliyati samaradorligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Bu jihatdan foydalanuvchilarga ko'rsatiladigan xizmatlar, jumladan pullik xizmatlar tizimini takomillashtirish ham ustuvor vazifalardan biridir.

Axborot-kutubxona muassasalarining xavfsizligini ta'minlash, axborot-kutubxona fondlarini milliy va jahon madaniy merosi sifatida asrab-avaylash, jamiyatda axborot madaniyatini shakllantirish va rivojlantirish, milliy tarix va madaniyatga bo'lgan qiziqishni kuchaytirish, o'qish madaniyatini targ'ib etish sohaning strategik yo'nalishlarini tashkil etadi. Kutubxonalarni yuqori

malakali mutaxassislar bilan ta'minlash va kadrlar salohiyatini uzluksiz rivojlantirib borish axborot-kutubxona sohasining barqaror taraqqiyoti uchun zarur shartlardan hisoblanadi.

Innovatsion usullar qatoriga kutubxona faoliyatining yangi shakllari ham kiradi, jumladan umumiy axborot resurslaridan samarali foydalanishni ta'minlash va foydalanuvchilarga axborot xizmatlarini muvofiqlashtirilgan tarzda ko'rsatish. Jahon amaliyotida keng tarqalgan asosiy yo'nalishlardan biri kutubxonalar o'rtasida kooperatsiya va konsorsiumlar tashkil etishdir. Buning asosiy sababi shundaki, alohida bir kutubxona o'z resurslari orqali barcha foydalanuvchilarning axborot ehtiyojlarini to'liq qondirishi amalda qiyin. Shu bois zamonaviy kutubxonalar turli daraja va ko'lamdagi hamkorlikni rivojlantirishga, jumladan milliy va xalqaro konsorsiumlar, kutubxona assotsiatsiyalarini shakllantirishga alohida e'tibor qaratmoqda.

Hozirgi kunda axborot-kutubxona muassasalarida axborot-kutubxona xizmatlarining yangi turlari shakllanmoqda, ulardan biri ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama xizmatlarini kengaytirishdir. Ijtimoiy tarmoqlar kutubxonachilar orasida tobora keng qo'llanilayotgan kommunikatsiya vositasi sifatida e'tirof etilmoqda. Bugungi kunda ular kutubxonalariga o'z auditoriyasi bilan samarali muloqot yo'lga qo'yish, faoliyatini keng jamoatchilikka yetkazish hamda jamoa bilan o'zaro munosabatlarni mustahkamlash imkonini beruvchi muhim raqamli kanal vazifasini bajaradi.

Raqamli marketingning ushbu turi ommaviy va akademik kutubxonalar uchun bir qator ustunliklarni taqdim etadi. Xususan, ijtimoiy tarmoqlar orqali foydalanuvchilarning qiziqishlari, demografik ko'rsatkichlari va xulqiy omillariga asoslangan holda aniq maqsadli guruhlariga yo'naltirilgan kommunikatsiyani amalga oshirish mumkin. Ijtimoiy tarmoqlar tabiati interaktiv muloqotni rag'batlantirib, foydalanuvchilarning kutubxonaga bo'lgan qiziqishini oshiradi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlardagi reklama an'anaviy marketing kanallariga nisbatan ancha arzon bo'lib, budjeti cheklangan kutubxonalar uchun samarali yechim sifatida namoyon bo'ladi.

Ijtimoiy tarmoqlar orqali foydalanuvchilarning fikr, taklif va mulohazalarini tezkor ravishda qabul qilish imkoniyati mavjud bo'lib, bu kutubxona xizmatlari sifati va samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Tarmoqlarda yaratilgan kontent matn, tasvir, video va interaktiv elementlar ko'rinishida bo'lishi mumkin, bu esa ma'lumotning qabul qilinishi va esda qolish darajasini kuchaytiradi. Kutubxonalar so'rovnomalar, layklar, repostlar va boshqa ijtimoiy faollik shakllaridan foydalangan holda o'z kolleksiyalari, raqamli resurslari va onlayn-servislarini keng targ'ib etishi mumkin.

Ijtimoiy tarmoqlarda doimiy faollikni saqlash auditoriyaning qiziqishini mustahkamlaydi va kutubxona tadbirlari haqida xabardorlikni oshiradi. Shuningdek, ijtimoiy media platformalarining tahlil vositalari reklama kampaniyalari samaradorligini real vaqt rejimida baholash va optimallashtirish imkonini yaratadi. Tarmoqlardagi o'zaro aloqalar bilim va tajriba almashuvini kuchaytirib, foydalanuvchilar o'rtasida faol jamoa shakllanishini qo'llab-quvvatlaydi.

Ushbu imkoniyatlar ilmiy tadqiqotlarda ham o'z tasdig'ini topmoqda. Xususan, Britaniyaning "Taylor & Francis" nashriyot guruhi Buyuk Britaniya, AQSh va Hindistondagi kutubxonachilar ishtirokida o'tkazilgan uch fokus-gruppa tajribasi asosida kutubxonalarning ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish amaliyotini o'rgangan. Tegishli blogda tadqiqot jarayoni, asosiy topilmalar, kutubxonalarning auditoriya faolligini monitoring qilish usullari va maqsadli foydalanuvchilar segmentlarini aniqlash masalalari yoritilgan. Shu bilan birga, fokus-gruppa ishtirokchilari ijtimoiy tarmoqlarni kutubxona xizmatlariga kengroq tatbiq etish uchun zarur sharoitlar va kelgusi rivojlanish istiqbollari ham muhokama qilganlar[2].

Amerika Kutubxonalar Assotsiatsiyasi (ALA) ommaviy va akademik kutubxonalar uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishga oid amaliy qo'llanma ishlab chiqqan bo'lib, unda ijtimoiy media siyosati, kontent boshqaruvi va xavfsizlik bilan bog'liq tavsiyalar qamrab olingan[3]. 1876 yilda tashkil etilgan ALA (American Library Association) dunyodagi eng qadimiy va eng yirik milliy kutubxona assotsiatsiyalaridan biri hisoblanadi. Assotsiatsiya davlat, ommaviy, maktab va akademik kutubxonalarni, shuningdek, hukumat, tijorat, sanoat, san'at, harbiy, tibbiyot, jazoni ijro etish muassasalari va boshqa turdagi tashkilotlarda faoliyat yurituvchi maxsus kutubxonalarni o'z ichiga oladi. ALA a'zolari tarkibini kutubxonalar, kutubxonachilar, ishonchli kengash a'zolari hamda sohada manfaatdor bo'lgan boshqa mutaxassislar tashkil etadi[4].

ALAning Washington bo'limi kutubxonalarning qonunchilik jarayonlarida doimiy ishtirokini ta'minlaydi hamda hukumatni kutubxona jamoatchiligi muammo va ehtiyojlaridan xabardor qilib boradi. Bu tajriba O'zbekiston uchun ham dolzarb, chunki mamlakatimizda kutubxona jamoatchiligi manfaatlarining hukumatga to'liq yetkazilishi har doim ham ta'minlanmasligi mumkin. Shu bois O'zbekiston kutubxonalar assotsiatsiyasini tashkil etish milliy kutubxona tizimini rivojlantirishning muhim bosqichi sifatida qaralishi mumkin.

Hindistonlik tadqiqotchi N. Cho (Nitesh Chore)[5] 13 ta ijtimoiy media platformasini tahlil qilish natijasida quyidagi xulosalarga kelgan: ijtimoiy tarmoqlar kutubxona xizmatlarini targ'ib etishda muhim ahamiyat kasb etadi hamda kutubxonaning ehtimoliy foydalanuvchilarini jalb qilishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, ular an'anaviy reklama usullariga nisbatan qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi, talabalarning kutubxonaga tashrifini rag'batlantiradi, foydalanuvchilar uchun o'zaro hamkorlik, muloqot, ovoz berish va ma'lumot almashish kabi interaktiv imkoniyatlarni taqdim etadi. Ijtimoiy tarmoqlar talabalarning kutubxona resurslari bilan tanishish va ulardan foydalanish jarayonini optimallashtiruvchi muhim axborot-kommunikatsiya vositasi sifatida qo'llaniladi.

Ijtimoiy rivojlanishlar nuqtai nazaridan, kutubxonada axborot xizmati sifati ham rivojlanib, uning ta'sir doirasi kengayishi, xizmatlarni tashkil etishning yangi shakl va usullarini qidirish hamda yangi turdagi axborot-kutubxona xizmatlarini joriy qilish zarurati tug'iladi. Foydalanuvchilarga axborot-kutubxona xizmatini takomillashtirishni maqsad qilgan kutubxona ishlarining ustuvor yo'nalishlari yangi texnologiyalar va innovatsion ish usullarini joriy qilish hamda alohida xizmatlarni taqdim etishda qulaylikni ta'minlash bilan bog'liq.

Bugungi raqamli transformatsiya sharoitida axborot-kutubxona muassasalari faoliyati tubdan modernizatsiyalanib, axborot menejmenti va innovatsion xizmatlar ko'rsatishning asosiy infratuzilmasi sifatida shakllanib bormoqda. Axborot texnologiyalarining jadal ilgirilashi elektron resurslar tizimini shakllantirish, interaktiv hamda masofaviy servislar qamrovini kengaytirish, mobil ilovalardan foydalanish kabi yo'nalishlarda kutubxonalarning faoliyat samaradorligini yuksaltirmoqda.

Ijtimoiy tarmoqlarni kutubxona xizmatlarida qo'llash raqamli marketingning muhim yo'nalishi sifatida kutubxonalar auditoriyasini kengaytirish, foydalanuvchilar bilan interaktiv muloqot o'rnatish, reklama samaradorligini oshirish, kontent orqali faol jamoa shakllantirish imkoniyatlarini yaratayotgani ilmiy tadqiqotlar tomonidan ham tasdiqlanadi. Umuman, raqamli transformatsiya axborot-kutubxona muassasalarining xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, jamoatchilik bilan samarali muloqot qilish, axborot madaniyatini rivojlantirish va aholi o'rtasida o'qish madaniyatini targ'ib etish imkoniyatlarini kengaytirmoqda.

Yuqorida keltirilgan tahlillardan kelib chiqib, axborot-kutubxona muassasalari faoliyatini raqamli sharoitda takomillashtirish bo'yicha quyidagi takliflarni ilmiy asoslangan holda bayon etish mumkin.

Birinchi, kutubxonalarda yagona raqamli ekotizimni shakllantirish zarur. Bu maqsadda modulli elektron kutubxona platformasini ishlab chiqish, barcha kutubxonalarni yagona ma'lumotlar bazasiga integratsiyalash, elektron kataloglar, raqamli arxiv va mobil ilovani o'zaro uyg'un holda ishlatish muhim ahamiyatga ega.

Ikkinchi, kutubxonalarning ijtimoiy tarmoqlardagi faoliyatini tartibga soluvchi milliy mezonlarni ishlab chiqish talab etiladi. Jumladan, kontent strategiyasi, axborot xavfsizligi siyosati, media-etika qoidalari va ijtimoiy tarmoqlarda xizmat ko'rsatish standartlarini ishlab chiqish, shuningdek ALA (American Library Association) tajribasini milliy sharoitga moslash maqsadga muvofiqdir.

Uchinchi, kutubxonalarda raqamli marketing bo'limlarini tashkil etish, SMM-mutaxassis, tarmoq analitigi va kontent-marketolog kabi lavozimlarni joriy etish, tarmoqlarda maqsadli reklama kampaniyalarini amalga oshirish kutubxonalarning raqamli maydondagi raqobatbardoshligini oshiradi.

To'rtinchi, aholi qatlamlarining axborot ehtiyojlarini ilmiy asosda o'rganish muhimdir. Onlayn so'rovnoma, analitik platformalar va foydalanuvchi profillari asosida xizmatlarni

individuallashtirish, shuningdek yarim yillik “aqli monitoring” tizimini joriy etish kutubxona xizmatlarining samaradorligini oshiradi.

Beshinchidan, kutubxona xodimlarining raqamli kompetensiyalarini rivojlantirish bo'yicha kompleks o'quv dasturini tashkil etish zarur. Bu dastur ijtimoiy media marketingi, raqamli kontent yaratish, veb-analitika va kiberxavfsizlik bo'yicha muntazam seminarlar hamda xalqaro sertifikat dasturlarini qamrab olishi lozim.

Oltinchidan, kutubxonalarning ijtimoiy tarmoqlardagi faolligini analitik baholash tizimini yo'lga qo'yish maqsadga muvofiq. KPI ko'rsatkichlari layklar, sherlar, foydalanuvchilar ishtirokchiligi, kontent samaradorligi va konversiya darajasi asosida tahlil amalga oshirilishi, shuningdek mashinaviy o'rganish texnologiyalariga asoslangan kontent tavsiya tizimini joriy etish kutubxona xizmatlarining raqamli samaradorligini oshiradi.

Nihoyat, o'qish madaniyatini rivojlantirish bo'yicha “onlayn o'qish madaniyatini rivojlantirish loyihalari”ni tashkil etish zarur. Blogerlar, talabalar klublari va ta'lim muassasalari bilan hamkorlikda onlayn fleshmoblar, marafonlar, shuningdek “Hafta kitoblari” va “Kutubxona reytinglari” kabi interaktiv rubrikalarni joriy qilish aholining kitob o'qishga bo'lgan qiziqishini kuchaytiradi.

Mazkur takliflar axborot-kutubxona muassasalarining raqamli transformatsiyasini takomillashtirish, innovatsion axborot xizmatlarini joriy etish hamda foydalanuvchiga yo'naltirilgan zamonaviy axborot infratuzilmasini shakllantirishga qaratilgan ilmiy-amaliy konsepsiya sifatida ahamiyat kasb etadi.

#### ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 7 iyundagi “O'zbekiston Respublikasi aholisiga axborot-kutubxona xizmati ko'rsatishni yanada takomillashtirish to'g'risida”gi PQ-4354-son Qarori
2. How libraries are applying social media // Taylor & Francis Group: website. URL: <https://librarianresources.taylorandfrancis.com/insights/library-advocacy/how-libraries-are-applying-social-media/>
3. Social media guidelines for public and academic libraries // American Library Association: website. URL: <https://www.ala.org/advocacy/intfreedom/socialmediaguidelines> (accessed 24.11.2025)
4. [ala.org](http://ala.org)
5. Chore N. Use of social media in academic library // IP Indian Journal of Library Science and Information Technology. 2023. Vol. 8, no. 1. P. 37–46. DOI: <https://doi.org/10.18231/j.ijlsit.2023.007>

#### REZYUME

Maqolada axborot-kutubxona muassasalari faoliyatining raqamli transformatsiyasi tahlil qilinib, elektron resurslar, interaktiv va masofaviy xizmatlar hamda ijtimoiy tarmoqlar orqali raqamli marketing imkoniyatlari ko'rib chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** axborot-kutubxona muassasalari, raqamli transformatsiya, elektron resurslar, interaktiv xizmatlar.

#### РЕЗЮМЕ

В статье анализируется цифровая трансформация деятельности информационно-библиотечных учреждений, рассматриваются возможности цифрового маркетинга через электронные ресурсы, интерактивные и дистанционные услуги, а также социальные сети.

**Ключевые слова:** информационно-библиотечные учреждения, цифровая трансформация, электронные ресурсы, интерактивные услуги.

#### RESUME

The article examines the digital transformation of information and library institutions, focusing on the potential of digital marketing through electronic resources, interactive and remote services, and social media platforms.

**Keywords:** information and library institutions, digital transformation, electronic resources, interactive services.