

АХБОРОТ-КУТУБХОНА МУАССАСАЛАРИНИНГ ИЖТИМОЙ ТАРМОҚЛАРДАГИ ФАОЛИЯТИ



Умида Тешабоева,
Ўзбекистон Миллий
кутубхонаси
директори
ўринбосари

«Республикамызда ахборот-кутубхона муассасалари томонидан замонавий юқори самарали ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланган ҳолда ахборот олишнинг янги мезонлари шаклланмоқда. Аҳолининг, айниқса, ёшларнинг интеллектуал, билим, маънавий-ахлоқий ва маданий эҳтиёжларини ҳар томонлама қондириш учун қулай шарт-шароитлар ва кенг ахборот ресурслари базасини яратиш ишлари жадаллик билан олиб борилмоқда. Ахборот-кутубхона муассасаларида хизмат кўрсатиш даражаси доимий равишда такомиллашиб, янгидан-янги лойиҳалар амалиётга жорий этилмоқда.

Ҳозирда ахборот-кутубхона муассасалари ўз фаолиятлари диапазонини кенгайтириш мақсадида ишнинг турли шаклларида фойдаланмоқда. Бунда анъанавий ва виртуал амалиётни бирлаштира оладиган креатив ёндашувларга катта эътибор берилмоқда. Интернет тармоғини ҳаётнинг барча жабҳа-

ларига кенг тарқалиши, кутубхоналар фаолиятини глобал тармоқда сайтлар, блоглар, ижтимоий тармоқлар орқали ёритилиши заруратини келтириб чиқармоқда. Бу ҳақда кўплаб кутубхоначи мутахассислар конференцияларда, касбий журналларда ўз фикрларини билдиришмоқда.

Россия давлат илмий-техника кутубхонаси директори Я. Шрайбергнинг таъкидлашича, ижтимоий тармоқлардаги аккаунтлар ва кутубхоначилик блоглари «кутубхоначилик сайтларига қатновлар ва ахборот алмашиш интерактивлилик фаолиятини кескин оширади, умуман олганда эса, кутубхонага унинг мавжуд ва потенциал фойдаланувчилари қатновларини кўпайтиради». Шунингдек, Н. Беляева ва В. Корееваларнинг фикрича, ижтимоий медиа – бу фойдаланувчилар билан мулоқот қилиш маркази, «улар инсонлар ўртасида алоқа ўрнатишга кўмаклашади, саволларга тезкор жавоб олишда ёрдам беради, янги алоқаларни ўрнатади, географик жиҳатдан масофани енгиб ўтади». Бироқ юқоридаги фикрларга қарши фикрлар ҳам мавжуд. Хусусан, Е.Н. Бейлинанинг ижтимоий тармоқларда ёритилаётган кутубхоналар фаолияти самарадорлиги ҳақидаги саволи ўринли: «Ҳақиқатан ҳам, ижтимоий медиа китобни, брендни, тавсиявий хизматларни олдинга силжитишнинг жиддий воситасими ёки бу иштироки фойдали, ундан бошқаси эмас бўлган муҳитми?». У шахсий тажрибасига таянган ҳолда, ижтимоий тармоқларда ишончли ва ноёб ахборотларни жойлаштиригандан сўнг биринчи дақиқаларда ўқувчилар томонидан жавоблар бўлиши ҳамда асосли ва саводли мулоҳазаларнинг йўқлигини таъкидлайди. Бунда Е.Н. Бейлина жойлаштирилган материалларнинг ярми ҳам фойдаланувчилар томонидан ҳатто ўқилмаслигига ишонади.

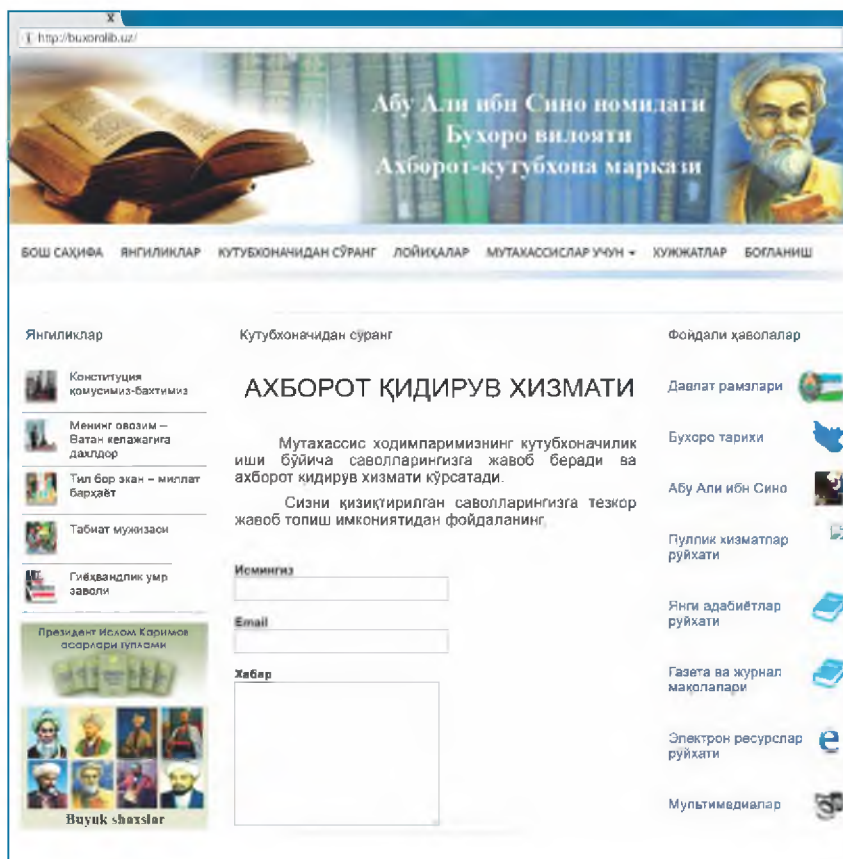
Бироқ ҳар қандай қарашлардан қатъий



назар, кутубхоналар томонидан бундай ишланмаларнинг олиб борилиши, ишнинг анъанавий шакллар билан янги технологиялардан уйғунлашгани, фойдаланишдаги оптимал ечимларни топишга бўлган интилишлари қувонарли.

Киши қанча кўп Интернетда кутубхоналар фаолияти билан танишиб турса, у қанча қизиқарли ва долзарб бўлса, ўқувчи ўша кутубхонанинг фойдаланувчиси ёки блоглар, ижтимоий медианинг аъзоси бўлиш эҳтимоли кўпроқ туғилади. Бунинг зарурий шarti – кутубхона сайти, ижтимоий тармоқдаги блоглар ва саҳифаларни, тадқиқотлар натижаларини акс эттирган мақолалар, бошқа ресурсларга ҳаволалар, танловлар, викториналар, видео ва фотоматериаллардан иборат қизиқарли контент билан тўлдирилиши талаб этилади. Буларнинг барчаси кутубхонага фойдаланувчиларни жалб қилиш, унинг имиджини кўтариш, мутолаани тарғиб қилишда кучли восита ҳисобланади.

Ахборот-кутубхона муассасалари фаолиятининг веб-сайтларда ёритилиши кенг тарқалган бўлиб, бугунги кун китобхона кутубхона сайтлари орқали ўзини қизиқтирган, керакли бўлган маълумотларни масофадан туриб олишни хоҳламоқда. Бундан 3-4 йил олдин кутубхона сайтларида кутубхона янгиликлари, ташкил қилинган тадбирлар, кутубхона фаолиятига боғлиқ бўлган масалалар, кутубхона ресурслари ҳақидаги ахборотлар бериб бориладди. Ҳозир эса кутубхона сайтларида фойдаланувчилар учун бир қанча янги хизматлар ҳам амалга оширилмоқда. Масалан, Самарқанд (libsamarkand.uz), Бухоро (buxorolib.uz), Фарғона (ferlibrary.uz), Тошкент (turonlib.uz) вилоятлари ахборот-кутубхона марказлари сайтнинг Виртуал маълумот хизмати бўлимида «Кутубхоначидан сўранг» ва «Библиографдан сўранг» хизматларини йўлга қўйган. Виртуал маълумот хизмати фойдаланувчи буюртмасини у кутубхонанинг китобхона бўлиши ёки бўлмаслигидан қатъий назар, бажаради. Хизмат фойдаланувчиларни Web-муҳитда мустақил ишлашга йўналтиради ва кутубхона фондларида муайян ресурсларнинг мавжудлиги, шунингдек, аниқ мавзуга оид ахборотдан иборат тармоқ ресурслари ҳақида малакали хизматни таъминлайди. Виртуал маълумот хизмати мурожаат фойдаланувчига керакли ресурс кутубхонанинг қайси бўлимида сақланиши; нашр ҳақидаги маълумотларни аниқлаш; қизиқтираётган мавзу бўйича матбуотда чоп этилган нашрлар рўйхатини сўраш имконини беради.



Сўралаётган ахборотни излашда кутубхоначи-библиографлар фақатгина электрон ресурслардан фойдаланибгина қолмай, заруриятдан келиб чиқиб, анъанавий каталог ва картотекалардан, маълумот-библиография фондидан ҳам фойдаланадилар. Шунинг учун сўровга жавоб 1-3 кун давомда амалга оширилади.

Шу билан бирга, кутубхона сайтлари орқали фойдаланувчи учун зарур бўлган ресурсларнинг электрон шакли ҳужжатларни масофага етказиб бериш хизмати орқали ҳам амалга оширилиши оммалашди. Ушбу хизмат дунёнинг хоҳлаган нуқтасидан, масофавий якка ва жамоавий фойдаланувчиларга, шунингдек, кутубхоналарнинг фойдаланувчиларига хизмат кўрсатишни амалга оширади. Электрон нусха олишга бўлган буюртмалар, албатта, муаллифлик ҳуқуқи тўғрисидаги қонун доирасида амалга оширилади. Фойдаланувчи томонидан шартноманинг барча талаблари қабул қилинса, буюртма 1-2 кун ичида бажарилади. Ҳужжатларни масофадан етказиб бериш (ЭДД – электронная доставка документов) хизматини кутубхоналараро абонемент (МБА – межбиблиотечный абонемент) хизмати билан адаштиришади. Чунки кутубхоналараро абонемент – қайтарилиб бериладиган ҳужжатларни тақдим этади. Ҳужжат-

Самарқанд (libsamarkand.uz),
Бухоро (buxorolib.uz),
Фарғона (ferlibrary.uz),
Тошкент (turonlib.uz)
вилоятлари ахборот-кутубхона марказлари сайтнинг Виртуал маълумот хизмати бўлимида «Кутубхоначидан сўранг» ва «Библиографдан сўранг» хизматларини йўлга қўйган

Биринчи
Интернет-блоглари
АҚШда 1993 йили
ташкил топган.
Кутубхоначилик
соҳасида эса
1995 йили ташкил
топган ва
1999 йилгача
фаолият кўрсатган
Дженни Левайннинг
Librarians Site du
Jour jennyscybrary.
lishost.org блогидир

Яқин хорижий
давлатларида
кутубхоначилик
соҳасида блоглар
орқали
фойдаланувчиларга
хизмат кўрсатиш
яхшигина
жадаллашиб кетган.
www.library.ru
сайтнинг
«кутубхоначилик
сайтлари каталоги»
саҳифасида
«кутубхоначилик
блоглари» рукнида
204 та блогнинг
манзиллари
берилган

ларни масофадан етказиб бериш – нусхаларни, яъни, қайтариб берилмайдиган материалларни электрон шаклдаги нусхаларини, кўп ҳолларда бу нашрлардан мақолалар ва баъзи боблар, парчалар, қисмлар электрон алоқа каналлари орқали тақдим этади.

Ахборот-кутубхона муассасалари олдида турган вазифалардан бири, бу – кишилар Интернетда шунчаки «сайр» қилиб юрмасин, балки тармоқдаги кутубхоначилик билан боғлиқ сайтлар, блоглар, саҳифалардан фойдали, қизиқарли, ишончли ахборотларни олсин, кутубхоначи-мутахассислар, кутубхонанинг доимий фойдаланувчилари ва тармоқдаги оддий фойдаланувчилар билан мулоқотга киришсин, фикр алмашсин, унда ёритилган турли масалаларни муҳокама қилсин, ўз шарҳларини қолдирсинлар.

Ахборот-кутубхона муассасаси тармоқдаги фаолиятини, яъни фойдаланувчи билан реал мулоқоти жараёнини қанча кўп реклама қилса, кутубхонанинг тармоқдаги ресурсларидан фойдаланиш мотивацияси юқори бўлади. Фойдаланувчи эса кутубхоналарнинг фондлари, танловлар, тақдимотлар ва бошқа турли тадбирлар ҳақидаги қизиқарли ахборотни кўпроқ кўриб турса, унда кутубхонага ташриф буюриш истаги кучаяверади.

Биз кўпинча ёшларимизни ўз фикрларини хоҳ ёзма, хоҳ оғзаки шаклда бўлсин, тўғри ифодала олишмайди деган гапларни эшитамиз. Кутубхоначилик блогларида ёзиб қолдириладиган шарҳлар ўргатиш, таълим бериш инструменти бўлиб хизмат қилиши мумкин. Шу ўринда кутубхоначилик блоглари ҳақида: блог – web 2.0 нинг машҳур технологияларидан бири ҳисобланади, ваҳоланки, улар юзга келган пайтда web 2.0 концепциясининг ўзи бўлмаган. Биринчи Интернет-блоглари АҚШда 1993 йили ташкил топган. Кутубхоначилик соҳасида эса 1995 йили ташкил топган ва 1999 йилгача фаолият кўрсатган Дженни Левайннинг Librarians Site du Jour jennyscybrary.lishost.org блогидир.

«Блог» – дегани нима ўзи? Блог сўзи «weblog» инглизча сўздан олинган бўлиб, «тармок ёзуви, тармок журнали» маъносини билдиради. Блог – шахсий кундалик. Кундалик чиқишлар учун майдон. Ҳамкорлик соҳаси. Охирги янгиликлар ва шахсий фикрни ифода этувчи майдон. Ҳаволалар мажмуи.

Агар фойдаланувчилар дўстлари билан турли ижтимоий тармоқларда мулоқоти чоғида хатоликларга йўл қўйса ва бунда шахсий ёзишмалари деб ўзини оқлашга ҳаракат қилса, кутубхоначилик блогларида у ўз фикрини

саводли, тўғри билдирилишига ҳаракат қилади. Бунга мисол қилиб, кутубхоначи мутахассислар томонидан эълон қилинган фикрлар, шарҳларни айтиш мумкин. Кутубхоначилик блогларини икки гуруҳга бўлиш мумкин: кутубхоналарнинг расмий блоглари ва кутубхоначиларнинг шахсий блоглари.

Яқин хорижий давлатларида (Россия, Белоруссия, Украина) кутубхоначилик соҳасида блоглар орқали фойдаланувчиларга хизмат кўрсатиш яхшигина жадаллашиб кетган. www.library.ru сайтнинг «кутубхоначилик сайтлари каталоги» саҳифасида «кутубхоначилик блоглари» рукнида 204 та блогнинг манзиллари берилган. Бизда ҳам бу йўналишдаги ишларимиз сезиларли даражада бўлмаса ҳам, лекин интилишлар, ҳаракатлар бор. 2015 йил «Кутубхоначи-программист» oydin007.blogspot.nl блоги кутубхоначи-мутахассис Ойдин Рустамова томонидан яратилган. Ушбу блогда ахборот-кутубхона соҳасига АКТни жорий қилиш масалалари бўйича муаллифнинг фикр-мулоҳазалари бир неча қисмда ёритилган бўлиб, фойдаланувчиларнинг мавзу бўйича шарҳлари берилган.

Интернетда китоблар рекламаси ҳам бугунги кунда ахборот-кутубхона муассасаларининг хизмат кўрсатиш фаолиятидаги зарурий йўналишлардан бири ҳисобланади. Глобал тармоқнинг пайдо бўлгунига қадар, биз китоб мутолаа қилишимиз учун дўстларимиз, яқинларимиз, кутубхоначилар фикрларига таянардик. Ҳозир ҳам атрофимиздагиларнинг қимматли фикрлари бизга зарур, албатта. 2016 йилда www.facebook.com ижтимоий тармоғида Аҳмад Фарғоний номидаги Фарғона вилояти ахборот-кутубхона марказининг <https://www.facebook.com/ferlibrary.uz/?fref=ts> саҳифаси юритила бошланди. Унда ўзбек ва жаҳон адабиёти намуналарини ижтимоий тармоқлар орқали ёшлар ўртасида тарғиб қилишга қаратилган «Ўқишни тавсия қиламиз» лойиҳаси амалга оширилиб келинмоқда. Шунингдек, ёшлар ўртасида китобхонликни тарғиб қилиш, бадий адабиётга бўлган қизиқишларини ошириш ҳамда уларнинг онгу тафаккурларини юксалтириш мақсадида бу йўналишда кутубхона томонидан «Мен ҳам китоб ўқийман!» шиори остида ўтказилаётган акция ҳам китобхонларда катта қизиқиш уйғотаётганини ундаги хавола қилинаётган фотосуратлардан кўриш мумкин.

Шунинг учун китобни танлашда ўқиб чиқилган китоблар ҳақидаги суҳбатлар, баҳслар, кутубхоначиларнинг тавсиялари, буктрейлерларни яратиш ва жойлаштириш,

асарлардан цитаталар, электрон кутубхоналарга ҳаволалар ва ҳар хил хизмат турлари ижтимоий медидаги кутубхона саҳифаларининг зарурий белгиси ҳисобланади.

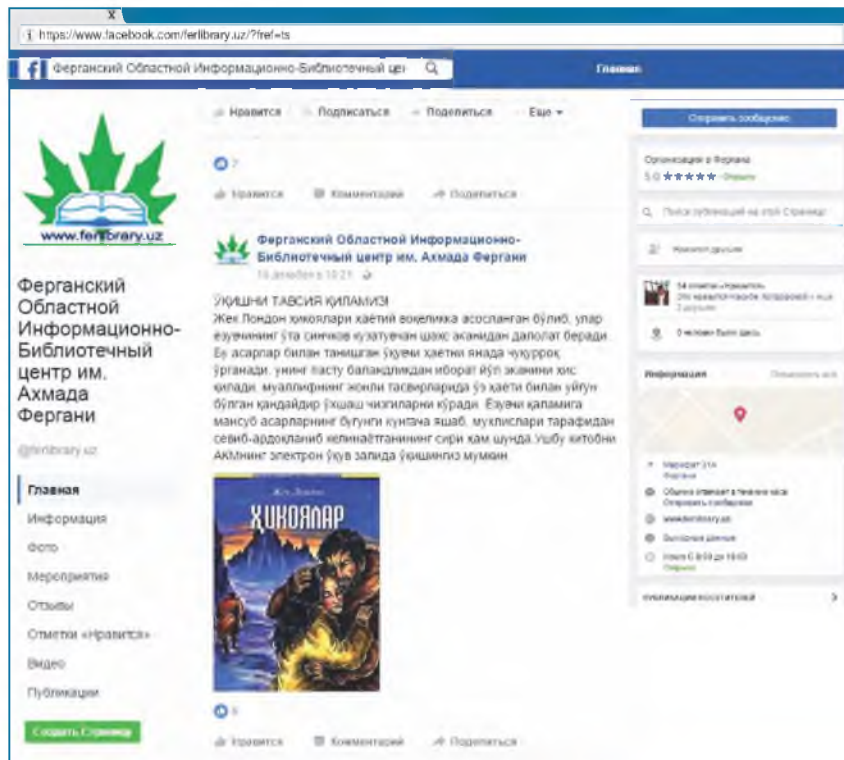
Кутубхона сайтлари ёки интернетдаги саҳифалари эгаси (блоггерга)га ахборотлари таркиби унинг фаолияти ҳолисона ёритилишини таъминлаши керак, жамият учун зарар етказадиган ахборотларни тарқатмаслик ва барча соҳалар фаолиятини Ўзбекистон Республикаси қонунчилиги доирасида ёритиш мажбуриятлари юкланади.

Вазирлар Маҳкамасининг 2013 йил 31 декабрдаги 355-сон қарорининг 3-иловасида давлат ва ҳўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг расмий веб-сайтига қўйиладиган асосий талаблар аниқ белгилаб қўйилган.

Давлат органларининг расмий веб-сайти Алоқа, ахборотлаштириш ва телекоммуникация технологиялари соҳасидаги назорат бўйича Давлат инспекцияси томонидан назорат қилинади ва «Электрон ҳукумат» тизимини ривожлантириш маркази Давлат муассасаси томонидан баҳолаб борилади.

Бироқ ижтимоий медиа тармоқларида ахборот-кутубхона фаолиятини (саҳифа ва блоглар орқали) тартибини белгиловчи бошқа меъёрий ҳужжатлар йўқ. Ҳозирда кутубхоналар бу фаолият билан ўз билганларича шўғулланишмоқда. Шундан келиб чиқиб, кўпгина, масалан:

- турли даражадаги ахборот-кутубхона муассасаларининг ижтимоий медидаги фаолияти тартибини белгиловчи қандай ҳужжатлар бўлиши керак;
- кутубхонанинг ижтимоий медидаги фаолияти қандай мақсадларни кўзлаши;
- жойлаштириладиган контент қандай бўлиши ва қанча муддатда янгилашиб турилиши;
- ижтимоий медида саҳифа ва блогларни юритаётган мутахассиснинг малака даражаси қандай бўлиши;
- бу ишларни олиб бориш учун махсус штат бирлиги ажратилиши керакми ёки бирон-бир ходимга қўшимча мажбуриятлар юклаш керакми;
- бу ходимлар фаолиятини режалашти-



ришни қандай амалга ошириш керак;

– олиб бориладиган ишлар самарадорлигини баҳолаш мезонларини қандай амалга ошириш зарур каби саволларга жавоб берувчи ҳужжатларни ишлаб чиқиш жуда муҳимдир.

Ахборот-кутубхона муассасалари ва фойдаланувчиларни тармоқ кутубхоначилиқ фаолиятига қўшиш, жалб қилиш узоқ муддатли жараёндир. Бу фаолият ижобий натижаларни бериши учун у аниқ бир мақсадга йўналтирилган ва тартибли бўлиши керак. Маълум бир муддатда ижобий натижаларга эришилмаган бўлса ҳам, кўзланган мақсаддан чекиниш керак эмас. Бугунги кунда Интернет инсоният ҳаётида муҳим ўринни эгалламоқда. Шундан келиб чиққан ҳолда, ахборот-кутубхона муассасалари барча имкониятларидан фойдаланган ҳолда, кўплаб фойдаланувчиларни ўзига жалб қилиши, алоқа ўрнатиш ва уни мустаҳкамлаш учун «блог соҳаси» ва ижтимоий медиа маҳсулотларидан самарали ва мақсадли фойдаланиш зарурий омиллардан бири, деб биламиз.

[1] Шрайберг Я.Л. Библиотеки и Интернет: единство и борьба противоположностей и загадочные перспективы в изменяющейся социокультурной и информационной среде. Ежегодный доклад Конференции «Крым». Год 2014// Науч. и техн. 6-ки. -2014. -№10. -С.5-51.

[2] Беляева Н.Е. Библиотеки в социальных медиа: технология продвижения и поддержки чтения / Н.Е.Беляева, В.Ю.Корева // Денисовское чтение (Электронный ресурс): материалы межрегион. Науч.практ. конф. по проблемам истории, теории и практики библиодел, библиогр. и книговедения, 30-31 окт. 2014 г.

Умида Тешабоева, заместитель директора Национальной библиотеки Узбекистана

В статье рассмотрены вопросы целесообразности и эффективности информирования о деятельности информационно-библиотечных учреждений в социальных сетях. Чтобы эта деятельность принесла положительные результаты, она должна быть целенаправленной и систематической. Исходя из этого, в статье обоснована необходимость разработки законодательных актов, регламентирующих данное направления работы. ■