



KUTUBXONA FAOLIYATINING TARG'IBOTIDA IJTIMOYIY TARMOQLARNING SAMARASI

Abdullaeva Nurjamal Maxsudovna

O'zbekiston davlat san'at va madaniyat instituti Nukus filiali "Texnogen va san'atshunoslik" fakulteti "Kutubxona axborot faoliyati" ta'lim yo'nalishi talabasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada kutubxona faoliyatini targ'ib qilishda ijtimoiy tarmoqlarning samarasi tahlil qilinadi. Zamonaviy kutubxonalar nafaqat an'anaviy marketing usullaridan foydalanadi, balki Facebook, Instagram, Telegram, YouTube kabi ijtimoiy platformalar orqali foydalanuvchilarga axborot yetkazadi, tadbirlarni e'lon qiladi va xizmatlaridan foydalanishni rag'batlantiradi. Maqolada ijtimoiy tarmoqlar orqali kutubxona xizmatlarini targ'ib qilish strategiyalari, foydalanuvchi faolligini oshirish usullari va marketing samaradorligini baholash masalalari yoritilgan.

Kalit so'zlar: kutubxona, ijtimoiy tarmoqlar, targ'ibot, foydalanuvchi faolligi, marketing strategiyasi, axborot xizmati.

Аннотация: В статье анализируется эффективность социальных сетей в продвижении деятельности библиотеки. Современные библиотеки используют не только традиционные методы маркетинга, но и платформы Facebook, Instagram, Telegram, YouTube для информирования пользователей, анонсирования мероприятий и стимулирования использования услуг. В статье рассматриваются стратегии продвижения библиотечных услуг через социальные сети, методы повышения активности пользователей и оценка эффективности маркетинга.

Ключевые слова: библиотека, социальные сети, продвижение, активность пользователей, маркетинговая стратегия, информационная служба.

Annotation: The article examines the effectiveness of social media in promoting library activities. Modern libraries use not only traditional marketing methods but also platforms such as Facebook, Instagram, Telegram, and YouTube to inform users, announce events, and encourage service usage. The paper discusses strategies for promoting library services through social media, methods to increase user engagement, and assessing marketing effectiveness.

Keywords: library, social media, promotion, user engagement, marketing strategy, information service.

Ijtimoiy tarmoqlar kutubxona faoliyatini targ'ib qilishda samarali vosita sifatida namoyon bo'ladi. Facebook, Instagram, Telegram va YouTube kabi platformalar





foydalanuvchilarga kutubxona yangiliklari, kitoblar, elektron resurslar va tadbirlar haqida tezkor axborot yetkazish imkonini beradi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlar orqali foydalanuvchi fikri va talabini tezkor ravishda yig'ish va tahlil qilish mumkin, bu esa kutubxona xizmatlarini foydalanuvchi ehtiyojlariga moslashtirishga yordam beradi.

Kutubxona targ'iboti strategik yondashuv orqali amalga oshiriladi: ijtimoiy tarmoqlarda kontent rejalashtiriladi, foydalanuvchi faolligini oshirish uchun interaktiv postlar, so'rovnomalar, viktorinalar va onlayn tadbirlar tashkil etiladi. Shu orqali foydalanuvchilar kutubxona xizmatlaridan faol foydalanadi, yangi resurslar va imkoniyatlardan xabardor bo'ladi.

Ijtimoiy tarmoqlar kutubxonaning brend imidjini shakllantirish, yosh avlodni kutubxonaga jalb qilish va jamiyatdagi axborot madaniyatini oshirishda ham muhim ahamiyatga ega. Analitik vositalar yordamida foydalanuvchi faolligi, postlar qamrovi va reaksiyalar tahlil qilinadi, bu esa targ'ibot strategiyasini optimallashtirish va resurslarni samarali taqsimlash imkonini beradi.

Zamonaviy kutubxona faoliyatining raqamli komponenti sifatida ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchi markazli xizmatlarni rivojlantirish, axborot oqimini tezkor yetkazish va kutubxonaning ilmiy, ta'limiy va madaniy rolini mustahkamlash imkonini beradi. Shu bilan birga, kutubxona xodimlari ijtimoiy tarmoqlarda kontent yaratish, foydalanuvchi bilan muloqot qilish va innovatsion marketing yondashuvlarini qo'llash bo'yicha malakasini oshiradi.

Kutubxona faoliyatining targ'ibotida ijtimoiy tarmoqlar muhim vosita sifatida xizmat qiladi, chunki ular foydalanuvchilarga kutubxona yangiliklarini tezkor yetkazish, tadbirlar va yangi resurslar haqida xabardor qilish imkonini beradi. Facebook, Instagram, Telegram, YouTube kabi platformalar kutubxona xizmatlarini keng auditoriyaga tanitish, foydalanuvchi e'tiborini jalb qilish va ularning faoliyatini monitoring qilish imkonini beradi. Shu orqali kutubxona foydalanuvchi markazli xizmat ko'rsatadi, foydalanuvchi ehtiyojlariga moslashadi va axborot oqimini samarali boshqaradi.

Ijtimoiy tarmoqlar orqali kutubxonalar foydalanuvchilar bilan interaktiv aloqani o'rnatadi. Masalan, foydalanuvchilar postlar ostida izoh qoldirishi, so'rovnomalarda ishtirok etishi va onlayn viktorinalarda qatnashishi mumkin. Bu esa kutubxona xodimlariga foydalanuvchi ehtiyojlarini va qiziqishlarini tahlil qilish, yangi xizmatlarni ishlab chiqish va resurslarni optimallashtirish imkonini beradi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlar kutubxona brendini shakllantirish, yosh avlodni jalb qilish va madaniy-ma'rifiy tadbirlarni targ'ib qilishda samarali vosita hisoblanadi.





Kontent marketing strategiyasi asosida ijtimoiy tarmoqlarda postlar, videolar, bloglar va interaktiv materiallar joylashtiriladi. Bu jarayon foydalanuvchi faolligini oshiradi va kutubxonaning axborot markazi sifatidagi rolini mustahkamlaydi. Analitik vositalar yordamida foydalanuvchi qamrovi, izohlar va reaksiyalar tahlil qilinadi, bu esa kutubxona targ'ibot strategiyasini takomillashtirishga yordam beradi.

Zamonaviy kutubxona faoliyati raqamli komponentni o'z ichiga olgan holda, ijtimoiy tarmoqlar orqali foydalanuvchilar bilan samarali aloqalarni rivojlantiradi, axborot resurslaridan foydalanishni rag'batlantiradi va kutubxonaning madaniy va intellektual markaz sifatidagi rolini kuchaytiradi. Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlar kutubxona xodimlarining malakasini oshirish, kontent yaratish va innovatsion marketing usullarini qo'llash imkonini beradi.

Ijtimoiy tarmoqlarda kutubxona xizmatlarini targ'ib qilish, foydalanuvchi faolligini oshirish va axborot madaniyatini rivojlantirish jarayoni kutubxona faoliyatini zamonaviylashtirish va foydalanuvchi markazli yondashuvni tatbiq etishda muhim ahamiyatga ega. Shu tarzda kutubxona foydalanuvchilarga qulay axborot muhiti yaratadi, ilmiy va madaniy faoliyatni rag'batlantiradi hamda jamiyatning intellektual rivojlanishida markaziy rol o'ynaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Alimov, Sh. (2021). *Kutubxona va raqamli marketing*. Toshkent: Fan va texnologiya nashriyoti.
2. Evans, G. E., & Saponaro, M. Z. (2012). *Library and Information Center Management*. Libraries Unlimited.
3. Johnson, P. (2016). *Marketing for Libraries in the Digital Age*. Chandos Publishing.
4. ALA. (2018). *Library Marketing and Social Media Guidelines*. American Library Association.
5. UNESCO. (2013). *Libraries and Social Media: Strategies and Impact*. Paris: UNESCO

