



**MEDIA KONTENT YARATISH VA TAHRIRIYAT: ZAMONAVIY MEDIA
MUVAFFAQIYATINING ASOSLARI**

Musurmonov Ilhom

TDSHJurnalistikamutaxassisligi1-kurs magistranti, Toshkent, O'zbekiston

Tel: +998974623303; e-mail: musulmonovilhom681@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada zamonaviy media makondagi kontent yaratish va tahririyat ishini tashkil qilish bosqichlari o'rganiladi. Media muvaffaqiyatning asoslari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar: media, kontent, brend, Google, formatlar, reels, Tik-Tok, jonli efir, audio, shrift, interfeys.

Аннотация: В статье рассматриваются этапы создания контента и редакционной работы в современном медианпространстве. Анализируются основы успеха медиа.

Ключевые слова: медиа, контент, бренд, Google, форматы, ролики, Tik-Tok, прямая трансляция, аудио, шрифт, интерфейс.

Abstract: This article examines the stages of content creation and editorial work in the modern media space. The foundations of media success are analyzed.

Keywords: media, content, brand, Google, formats, reels, Tik-Tok, live broadcast, audio, font, interface.

Media kontent yaratish va uni tahrir qilish (muharrirlik) – bugungi raqamli dunyoda brending, marketing va axborot tarqatishning asosiy qismidir. Bu jarayon nafaqat ijodni, balki strategik fikrlash, texnik mahorat va chuqur tushunchalarni talab qiladi. Bu sohaning barcha qirralarini batafsil quyidagicha tasniflash hamda guruhlariga ajratish mumkin:

I. Media kontent yaratish: jarayon, elementlar va amaliyot. Strategik asos: Rejalashtirish va Tadqiqot (Bosqich 0)

Auditoriya personasini yaratish: kontent kim uchun? "Umumiy auditoriya" – muvaffaqiyatsizlik formulasi. Yoshi, jinsi, geolokatsiyasi, qiziqishlari, qiyinchiliklari, media iste'mol odatlari, sevimli platformalari aniq bo'lgan 3-5 ta persona yaratish kerak.

Raqobat Tahlili: to'g'ridan-to'g'ri va bilvosita raqobatchilarning kontent strategiyasi, kuchli va zaif tomonlari, "bo'shliqlar" (ular qamrab olmagan mavzular/formatlar) tahlili.

Trendlar va platforma algoritmlari: TikTok/Snapchat-da qisqa formati, YouTube-da chuqur qidiruv kontenti, LinkedIn-da professional kontent, Instagram-da vizual aksent. Google, Meta, TikTok algoritmlarining yangilanishlarini doimiy kuzatish.

Maqsadlar va KPI-lar: Kontent nima uchun? (Masalan: Brend obro'si, saytga trafik, liderlikni namoyish etish, konvertatsiya (sotuv/obuna), hamjamiyat qurish). KPI-lar: Ko'rishlar, muloqot (layklar, sharhlar, ulashish), CTR, vaqt sarfi, konvertatsiya darajasi, SEO pozitsiyasi. [1]



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIY TAFAKKUR VA INNOVATION G'OYALAR



Kontent Kalendari: Mavzular, formatlar, platformalar, nashr sanalari, javobgar shaxslar, holatni ko'rsatuvchi batafsil reja. (Misol: Trello, Asana, Notion, Google Sheets).

Ijodiy Jarayon: G'oya generatsiyasi va dizayn (Bosqich 1)

Hikoya Qurish (Storytelling): auditoriyaga emotsional jihatdan ta'sir o'tkazadigan struktur: Qahramon (auditoriya) -> Muammo (ularning ehtiyoji) -> Yordamchi (siz/brendingiz) -> Yechim -> Chaqiruv (CTA). "3 Qoidasi": Qiziqarli, Foydali, Emotsional.

Formatlar sinergiyasi:

Matn: bloglar, maqolalar, elektron kitoblar, ijtimoiy tarmoq postlari, skriptlar.

Vizual: infografika, fotosurat, karikatura, memlar, dizayn maketlari.

Video: Qisqa format (Reels/TikTok), vebinar, intervyu, animatsiya, unboxing, "qanday qilish" (tutorial), jonli efir (live).

Audio: podcast, audiokitob, ovoqli xabarlar.

Interaktiv: pollar, testlar, kvizlar, kalkulyatorlar, AR/VR tajriba, chatbotlar.

Brend identifikatsiyasi: rangsxema, shriftlar, ohang, ovoz, visual stil (maska) - barcha kontentda izchillik.

Ishlab Chiqarish (Production) - bosqich

Professional uskuna va dasturlar:

Video: kamera (DSLR/mirrorless/smartfon), mikrofon (lapel, shotgun), yorug'lik, stabilizator, dastur (Adobe Premiere Pro, Final Cut Pro, DaVinci Resolve, CapCut).

Audio: sifatli mikrofon, audio interfeys, dastur (Audacity, Adobe Audition, GarageBand).

Grafika/Dizayn: Adobe Photoshop (raster), Adobe Illustrator (vektor), Figma (UI/UX, prototiplar), Canva (oddiy dizayn).

Kodlash/Interaktivlik: asosiy HTML/CSS/JS, interaktiv vositalar (Apester, Outgrow), no-code platformalar. [2]

Platformaga Optimallashtirish: O'lchamlar: instagram posti vs story va reels. YouTube banneri va qisqa video. LinkedIn maqola vs post.

Formati: vertikal (TikTok/Reels) va gorizontal (YouTube) vs kvadrat (Instagram post).

Davomiylik: platforma va kontent turiga qarab (TikTok: <60s, Instagram Reels: 90s gacha, YouTube: 8-12 daqiqa optimall).

Xeshteglar va kalit so'zlar: platforma va auditoriya qidiruviga mos.

SEO (Matnli Kontent): sarlavha (H1), meta tavsif, sarlavhalar (H2-H6), kalit so'zlar, semantik yadro, ichki/tashqi havolalar, tezlik, mobil optimallashtirish.

II. Tahririyat (muhammadlik): kontentning sifati va samaradorligi kafeli

1. Texnik tahrir:

Grammatika, imlo, sintaksis: til xatolarini bartaraf etish (Grammarly, LanguageTool).

Faktlarni tekshirish (Fact-Checking): sanalar, statistik ma'lumotlar, nomlar, manbalar ishonchliligini tekshirish.

Plagiatni tekshirish: o'zlashtirish va mualliflik huquqini buzishning oldini olish (Copyscape, Unicheck).



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIY TAFAKKUR VA INNOVATION G'OYALAR



Qonuniylik va etika: mualliflik huquqi, shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish (GDPR, CCPA), reklama etikasi (masalan, #reklama).

Kontent tahriri:

Aniqlik va tushunarlik: murakkab g'oyalarni soddalashtirish, jargonlardan qochish, tushunarsiz iboralarni yo'q qilish.

Izchillik: ovoz, uslub, terminologiya, vaqt shakli bo'yicha birlik.

Struktura va oqim: mantiqiy tuzilma (kirish, asosiy qism, xulosa), paragraflar, sarlavhalar, o'tish iboralari. Videoda: ketma-ketlik, ritm, montaj.

Brend ovoziga moslik: kontent brendning shaxsiyati, qadriyatlari va auditoriya bilan muloqot uslubiga mos kelishi kerak.

Qisqartirish va kuchlantirish: "Keraksiz" so'zlar, takrorlanish, zaif iboralarni olib tashlash. Asosiy fikrlarni aniqroq ifodalash (Hemingway Editor).

3.Jamoaviy jarayon va boshqaruv:

Kollaboratsiya: Copywriter, dizayner, videograf, SMM menejer, SEO mutaxassislar o'rtasidagi muvofiqlashtirish (Google Docs, Microsoft 365, Confluence).

Versiya boshqaruvi: o'zgarishlarni kuzatish, oldingi versiyalarga qaytish imkoniyati (GitHub - kod uchun, Google Docs tarixi, maxsus DAM tizimlar).

Workflow va vaqt jadvali: vazifalarni taqsimlash, kutilayotgan muddatlar, jarayon bosqichlari (masalan: g'oya -> loyihalash -> yaratish -> tahrir -> tasdiqlash -> nashr). (Trello, Asana, Jira).

Chiqishdan oldingi yakuniy tekshiruv: Barcha tahrir bosqichlari tugagach, platformada oldindan ko'rish, havolalar tekshiruvi, vizual elementlarning to'g'ri ishlashi.

III. Nashrdan keyingi bosqich: baholash va optimallashtirish

1.Monitoring va analitika:

Platforma analitikasi: Instagram/Facebook Analytics, YouTube Studio, TikTok Analytics, Twitter Analytics, LinkedIn Analytics.

Veb-Analitika: Google Analytics 4 (GA4) - trafik manbai, foydalanuvchi xatti-harakati, konvertatsiya yo'llari, kontent samaradorligi.

SEO Monitoring: Google Search Console - pozitsiyalar, impresnlar, CTR, texnik xatolar. SEMrush/Ahrefs - kalit so'zlar, raqobatbardoshlik.

Jamoa muloqoti: sharhlar, baholar, to'g'ridan-to'g'ri xabarlar, murojaatlar.

2.Ma'lumotlarni Tahlil Qilish va Qayta Ishlash:

Eng yaxshi/uyushmaydigan kontentni Aniqlash: qaysi mavzular/formatsiyalar/platformalar eng ko'p muloqot/konvertatsiyani keltiradi?

Auditoriya tavsifini takomillashtirish: Ma'lumotlar yangi qiziqishlarni yoki o'zgarishlarni ko'rsatadimi?

ROI (Investitsiya Qaytimi) hisoblash: kontent yaratish/tarqatish xarajatlari va erishilgan natijalar (moliyaviy yoki maqsadlar bo'yicha).

A/B Testlash: sarlavhalar, tasvirlar, CTA tugmalari, hatto kontent formati bo'yicha test o'tkazish.



IV. Zamonaviy media mutaxassisining portreti

Muvaffaqiyatli media menejeri/kontent mutaxassisi quyidagi ko'nikma va fazilatlarga ega bo'lishi kerak:

Chuqur bilim: marketing asoslari, SEO, SMM, brending, ma'lumotlar tahlili asoslari.

Yuqori ijodiyat: yangi g'oyalar, original yondashuvlar, trendlarni oldindan sezish.

Texnik savodxonlik: asosiy media ishlab chiqarish dasturlari, analitika vositalari, CMS (Content Management System), office dasturlar.

Ajoyib kommunikatsiya: jamoaviy ish, auditoriya bilan muloqot, g'oyalarni aniq ifodalash.

Tashkilotchilik: vaqtni boshqarish, loyihalarni boshqarish, ko'p vazifalarni uddalash.

Adaptivlik va o'rganishga tayyorgarlik: Media landshafti tez o'zgaradi. Yangi platformalar, formatlar, algoritmlar, vositalarni doim o'rganish kerak.

Analitik fikrlash: ma'lumotlarni tahlil qilish, natijalarni talqin qilish, strategiyani moslashtirish.

Strategik fikrlash: uzoq muddatli maqsadlar, auditoriya rivojlanishini bashorat qilish.

V. Muhim vositalar: texnologik yordamchilar

Yaratish: Adobe Creative Cloud (Photoshop, Illustrator, Premiere Pro, After Effects), Figma, Canva, CapCut, Descript (audio/video transkripsiya va tahrir), Midjourney/DALL-E (AI tasvir yaratish - ehtiyotkorlik bilan!).

Tahririyat: Grammarly, Hemingway Editor, Google Docs/Microsoft Word (versiya tarixi va s), LanguageTool, Copyscape.

Loyiha va jamoa boshqaruvi: Trello, Asana, ClickUp, Notion, Microsoft Teams, Slack.

Analitika: google analytics 4 (GA4), Google Search Console, platforma ichki analitikasi (Instagram, TikTok, YouTube), SEMrush, Ahrefs, Socialbakers, Hootsuite Analytics.

SEO Optimallashtirish: yoast SEO (WordPress), SurferSEO, Clearscope.

Kontentni rejalashtirish va nashr qilish: Hootsuite, Buffer, Later, Sprout Social, WordPress, HubSpot CMS.

Xulosa: doimiy o'zgaruvchan jarayon

Media kontent yaratish va tahririyat - bu bir martalik kompaniya emas, balki doimiy sikl (Reja -> Yarat -> Tahrir -> Nashr Et -> Bahola -> Optimallashtir -> Takrorla). Muvaffaqiyatning kaliti:

1. Auditoriyani markazga qo'yish: doimo ularning ehtiyojlari, qiyinchiliklari va qiziqishlari haqida o'ylang.

2. Sifat va qiymatga e'tibor: ko'p miqdordagi past sifatli kontentdan kam miqdordagi yuqori sifatli, qimmatli kontent afzal.

3. Ma'lumotlarga asoslangan qarorlar: g'oyalaringizni analitika bilan tasdiqlang va yo'naltiring.

4. Moslashuvchan likopchaga: platformalar, algoritmlar, auditoriya didi o'zgarganda, siz ham o'zgarishingiz kerak.



TANQIDIY NAZAR, TAHLILIY TAFAKKUR VA INNOVATION G'OYALAR



5. Tizim va aniqlik: jarayonlarni standartlashtirish, rejalashtirish va hujjatlashtirish samaradorlikni oshiradi.

Media muhiti qiyin, lekin ayni paytda juda qiziqarli va katta imkoniyatlar beruvchi soha. Ustunlik qilish uchun ijodkorlikni texnologiya va strategiya bilan uyg'unlashtirish, doim o'rganish va yangi narsalarni sinashga tayyor bo'lish kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar :

1. Pier Paolo Perrine. Propaganda, Persuasion and the Great War: Heredity in the Modern Sale of Products and Political Ideas. – New-York.: by Routledge. 2018.
2. Nevzat Tarhan. Psikolojik Savaş, Gri Propaganda, Timaş Yayınları. İstanbul.: Kitabyurdu.com. 2003.
3. George Orwell. All Art Is Propaganda: Critical Essays. – New-York.: Foreward copyright. 2008.

