



RAQAMLI TA'LIM TEXNOLOGIYALARI ORQALI MUSTAQIL O'RGANISHNI RIVOJLANTIRISH

Yo'ldosheva Shoxsanam Abdusaf o qizi

IRPDD SPEO, Ta'limda menejment kafedrasi mustaqil tadqiqotchisi

Like'dan Foydagacha: Ijtimoiy Tarmoqlarda Mediabiznes Qanday Ishlaydi?

Annotatsiya

Ushbu tezisda ijtimoiy tarmoqlarning mediabiznes sifatidagi o'rni va ahamiyati yoritiladi. Instagram, YouTube va TikTok kabi platformalar orqali kontent yaratish, auditoriyani jalb qilish va daromad olish usullari tahlil qilinadi. Shuningdek, mediabiznesda muvaffaqiyatga erishish omillari va zamonaviy tendensiyalar ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: *mediabiznes, ijtimoiy tarmoqlar, kontent, auditoriya, reklama, daromad, blogger, algoritm*

Kirish

Bugungi kunda axborot texnologiyalarining jadal rivojlanishi natijasida ijtimoiy tarmoqlar hayotimizning ajralmas qismiga aylanib bormoqda. Ular nafaqat muloqot vositasi, balki mediabiznes uchun muhim platforma sifatida ham xizmat qilmoqda. An'anaviy OAVdan farqli ravishda, ijtimoiy tarmoqlar har bir foydalanuvchiga kontent yaratish va uni keng auditoriyaga yetkazish imkonini beradi.

Asosiy qism

Mediabiznes — bu kontent yaratish, uni auditoriyaga taqdim etish va undan daromad olish jarayonidir. Ijtimoiy tarmoqlar bu jarayonni ancha soddalashtirib, kam mablag' bilan ham faoliyat boshlash imkonini yaratdi. Foydalanuvchilar turli yo'nalishlarda — vlog, ta'limiy, ko'ngilochar yoki maslahat beruvchi kontentlar orqali auditoriya to'plashlari mumkin.

Daromad olishning asosiy usullari quyidagilardan iborat:

reklama (platforma ichidagi va to'g'ridan-to'g'ri reklama),

brendlar bilan hamkorlik,

pullik obuna va eksklyuziv kontent,

hamkorlik marketingi (affiliate),

donatlar (qo'llab-quvvatlash mablag'lari).

Muvaffaqiyatli mediabiznes uchun faqat kontent yaratish yetarli emas. Auditoriyani to'g'ri aniqlash, ularning qiziqishlarini hisobga olish va muntazam ravishda sifatli materiallar taqdim etish muhim hisoblanadi. Shuningdek, obunachilar bilan muloqot qilish va ishonchli aloqa o'rnatish ham katta ahamiyatga ega.





Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlarda algoritmlar muhim rol o'ynaydi. Kontentning ommalashuvi like, izoh va ulashishlar soniga bog'liq bo'lib, bu ko'rsatkichlar qanchalik yuqori bo'lsa, kontent shunchalik keng tarqaladi. Shu sababli kontent yaratuvchilar trendlarni doimiy ravishda kuzatib borishlari zarur.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy tarmoqlar mediabiznes uchun katta imkoniyatlar yaratmoqda. To'g'ri strategiya, sifatli kontent va auditoriyani chuqur tushunish orqali ushbu sohada muvaffaqiyatga erishish mumkin. Kelajakda mediabiznes yangi texnologiyalar bilan yanada rivojlanib, keng imkoniyatlar yaratishi kutilmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
2. Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
3. Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2020). *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage Publications.
4. Cunningham, S., & Craig, D. (2019). *Social Media Entertainment: The New Intersection of Hollywood and Silicon Valley*. New York: NYU Press.
5. Instagram. (2024). Rasmiy sayt: <https://www.instagram.com>
6. YouTube. (2024). Rasmiy sayt: <https://www.youtube.com>
7. TikTok. (2024). Rasmiy sayt: <https://www.tiktok.com>
8. O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi. (2023). *Raqamli iqtisodiyot va ijtimoiy tarmoqlar rivoji bo'yicha hisobot*.
9. Karimov, I. (2021). Ijtimoiy tarmoqlarning jamiyatdagi o'rni va roli. *Axborot texnologiyalari jurnali*, 4(2), 45–50.