

## MILLIY MEDIKONTENTNI RIVOJLANTIRISH OMILLARI

**Bektashev Eldorbek Muhammadazizovich**

*O'zbekiston Milliy universiteti mustaqil-izlanuvchi PhD.*

**Annotatsiya:** Mazkur tezisda milliy mediakontent tushunchasi, uning ahamiyati, hozirgi davrdagi holati va uni rivojlantirishga ta'sir qiluvchi omillar tahlil qilinadi. Shu bilan birga, milliy identitetni saqlash, madaniy merosni targ'ib qilish va zamonaviy texnologiyalar yordamida yuqori sifatli mediaproduktlar yaratishning metodologik asoslari yoritiladi. Tadqiqotda mavjud adabiyotlar tahlili asosida ilmiy yondashuvlar va amaliy tajribalarga tayaniladi. Natijada milliy mediakontentni rivojlantirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqiladi.

**Kalit so'zlar:** milliy mediakontent, raqamli platforma, madaniy identitet, ommaviy axborot vositalari, media strategiya, axborot makoni, kontent yaratuvchilari.

### KIRISH

Globalashuv jarayoni va raqamli axborot texnologiyalarining keskin rivojlanishi ommaviy axborot vositalarini yangi bosqichga olib chiqdi. Bugungi kunda milliy mediakontent nafaqat ichki auditoriyani, balki xalqaro auditoriyani ham o'ziga jalb etishi zarur. Bu esa uni ishlab chiqish va rivojlantirishda chuqur ilmiy-metodik yondashuvni talab qiladi. Milliy kontent nafaqat axborot vositasi, balki ijtimoiy ong, madaniy xotira va tarbiya vositasi sifatida ham muhim o'rin tutadi.

Milliy mediakontentni rivojlantirish omillari bir qator ijtimoiy, iqtisodiy, madaniy va texnologik jihatlarni o'z ichiga oladi. Quyida asosiy omillarni keltiraman:

Madaniy o'ziga xoslik va identifikatsiya





- Milliy mediakontent milliy madaniyat, tarix, til va an'analarni aks ettirishi kerak. Bu auditoriyaning o'ziga xosligini his qilishiga yordam beradi va kontentni jozibador qiladi.

- Misol: Mahalliy dostonlar, folklor yoki tarixiy voqealarga asoslangan seriallar va filmlar.

Sifatli kontent ishlab chiqarish

- Professional kadrlar (сценаристlar, rejissyorlar, operatorlar) va zamonaviy texnologiyalardan foydalanish.

- Ssenariylar va syujetlarning dolzarbligi, ijodiy yondashuv va xalqaro standartlarga mosligi.

Davlat va xususiy sektor qo'llab-quvvatlashi

- Davlat tomonidan kino, televideniye va onlayn platformalar uchun moliyaviy yordam, grantlar va imtiyozlar.

- Xususiy investitsiyalarni jalb qilish orqali mahalliy kontent ishlab chiqarishni kengaytirish.

Texnologik infratuzilma

- Zamonaviy studiyalar, montaj uskunalari va raqamli platformalarni rivojlantirish.

- Internet va striming xizmatlarining keng tarqalishi (masalan, Netflix yoki mahalliy analoglar).

Auditoriya talablarini o'rganish

- Mahalliy va xalqaro bozor talablarini tahlil qilish, tomoshabinlarning qiziqishlariga mos kontent yaratish.

- Yoshlar, oilalar yoki muayyan ijtimoiy guruhlar uchun maxsus kontent ishlab chiqarish.

Ta'lim va kadrlar tayyorlash

- Media sohasida malakali mutaxassislar tayyorlash uchun maxsus ta'lim dasturlari va treninglar.

- Xalqaro tajriba almashish orqali mahalliy ijodkorlarning malakasini oshirish.



Xalqaro hamkorlik va raqobat

- Xorijiy media kompaniyalari bilan hamkorlik orqali tajriba va resurslarni olish.

- Milliy kontentni xalqaro bozorga chiqarish (masalan, filmlarni xalqaro festivallarga yuborish).

Huquqiy va axloqiy me'yorlar

- Mualliflik huquqlarini himoya qilish va piratlikka qarshi kurash.

- Kontentda milliy qadriyatlar va axloqiy me'yorlarga rioya qilish.

Raqamli platformalarni rivojlantirish

- YouTube, mahalliy striming xizmatlari yoki ijtimoiy tarmoqlar orqali kontentni ommalashtirish.

- Mobil ilovalar va interaktiv media formatlaridan foydalanish.

Reklama va marketing strategiyalari

- Mahalliy kontentni targ'ib qilish uchun samarali reklama kampaniyalari.

- Ijtimoiy tarmoqlarda faol ishtirok etish va influencerlar bilan hamkorlik.

Yuqoridagi omillar milliy mediakontentning sifatini oshirish, uni global miqyosda raqobatbardosh qilish va mahalliy auditoriyani jalb qilishda muhim rol o'ynaydi.

Natijalar shuni ko'rsatadiki, milliy mediakontentni rivojlantirish birgina texnologik yutuqlarga asoslanmasligi kerak. Bu jarayon madaniy ong, xalqning ehtiyojlari va kreativlik bilan chambarchas bog'liq. Masalan, milliy qadriyatlarni aks ettirgan serial yoki hujjatli filmlar auditoriyada katta qiziqish uyg'otmoqda. Biroq ularning soni va sifati global miqyosda raqobatlashish darajasida emas. Bundan tashqari, yoshlar auditoriyasi orasida xorijiy kontentning ustunligi milliy axborot xavfsizligi masalasini ham yuzaga keltiradi. Shuningdek, kontent sifati ustida ishlashda ijtimoiy tarmoqlarning algoritmlarini tushunish va ulardan samarali foydalanish muhim ahamiyatga ega.

**XULOSA**





Xulosa: Milliy mediakontentni rivojlantirish zamonaviy axborot muhitida milliy o'zlikni saqlash, madaniyatni targ'ib qilish va yosh avlodda ongli iste'mol madaniyatini shakllantirish uchun muhim vositadir. Bu borada kompleks yondashuv talab etiladi.

Oliy ta'lim muassasalarida mediakontent yaratuvchilari uchun alohida yo'nalishlar ochish.

Milliy kontent ishlab chiqaruvchilarga davlat granti va soliq imtiyozlarini joriy etish.

Raqamli platformalarda milliy kontentlar bazasini shakllantirish va ular uchun reyting tizimini joriy etish.

Yosh ijodkorlar uchun tanlov va festivallar tashkil etish orqali kreativlikni rag'batlantirish.

Mediama'lumot savodxonligini oshirish orqali milliy kontent iste'molchilari auditoriyasini kengaytirish.

#### **Adabiyotlar.**

1. Bode, L (2012) Facebooking it to the polls: A study in online social networking and political behavior. Journal of Information Technology & Politics 9(4): 352–369.
2. Stefanone, Michael A.; Lackaff, Derek; Rosen, Devan (2010). "The Relationship between Traditional Mass Media and "Social Media": Reality Television as a Model for Social Network Site
3. Li, Jian Ping (2006). Proceedings of the International Computer Conference 2006 on Wavelet Active Media Technology and Information Processing: Chongqing, China, 29-31 August 2006. World Scientific. p. 847. ISBN 9789812709998
4. Pagani, M. & Mirabello, A. (2011). "The Influence of Personal and Social-Interactive Engagement in Social TV Web Sites". International Journal of Electronic Commerce. 16 (2): 41–68. doi:10.2753/JEC1086- 4415160203. S2CID 2186601.



5. Lin, J.; Sung, Y. & Chen, K. (2016). "Social Television: Examining the antecedents and consequences of connected TV viewing". Computers in Human Behavior. 58: 171–178. doi:10.1016/j.chb.2015.12.025.
6. Fossen, Beth L.; Schweidel, David A. (2017). "How Social Media Activity Interacts with TV Advertising". GFK Marketing Intelligence Review. 8 (2): 30–35. doi:10.1515/gfkmir-2017-0015. S2CID 168990052 – via NIM.
7. Selva, D. (2016). "Social Television: Audience and Political Engagement". Television & New Media. 17 (2): 159–173. doi:10.1177/1527476415616192. S2CID 148488564.