

KOPERAYTER VA KOPERAYTINGNING BUGUNGI KUNDAGI AHAMIYATI

Mamanazarova Gulzoda

*Termiz davlat universiteti O'zbek filologiyasi fakulteti
Amaliy filologiya yo'nalishi 3- kurs 222- guruh talabasi*

Annotatsiya: Buguning kunda XXI asr "texnologiyalar asri" deya nomlangani bejiz emas. Sababi inson o'z qo'li bilan bajarishi mumkin bo'lgan ishlarni, asta-sekinlik bilan texnologiyalar bajarmoqda. Bundan ko'rinib turibdiki, oddiy qo'lyozma qog'ozlarni ham kompyuter dasturlari bajarmoqda. Bunga yorqin misol koperayterlikdir.

Kalit so'zlar: Kompyuter, Kopirayter va Kopiraytinglar, xattotlik, Ijtimoiy tarmoq postlari, Yemail-tarqatmalar, Internet-do'konlari, Lending matnlar

Kopirayterlik bilan tanish bo'lmagan odamlarda savol tug'ilishi mumkin. "Kopirayter - u kim va u nima qiladi" degan savol hammani ham qiynashi mumkin. Unga quyidagi ma'lumotlar bilan javob berish maqsadga muvofiqdir.

Kopirayter—bu haqiqiy yozish bilan hech qanday aloqasi bo'lmagan internet- yozuvi. U o'quvchilar va internetga tashrif buyuruvchilar tomonidan talab qilinadigan veb-saytlar uchun maqolalar yaratadi. U har bir matnda ma'lum bir vazifaga javob beradi, bizga kerakli matnni veb-sahifa orqali muammoni hal qilishga yordam beradi, yangi ma'lumotlarni kiritadi.

Hozirda kopirayterlik bilan shug'ullanadiganlarni Kopirayterlar deb atashadi. Kopirayter mijoz buyurtmasini qabul qilishda uning asosiy talablarini to'g'ri tushunishi va muammoni to'liq hal etishi lozim. Buning uchun kopirayter mijozning texnik topshiriqlari (TT) ni qabul qilgach, bir nechta savolga javob olishi maqsadga muvofiq:

Nima haqida yozamiz?

Kim uchun yozyapmiz?

Nima uchun yozyapmiz?

Qanday yozamiz?

Mahsulot yoki xizmat turining nima uchun odamlarga kerakligi, uning yaxshi va yomon tomonlari, foydali jihatlari o'rganiladi. Agar buyurtma ob'yekti biron bir shaxs bo'lsa, u kimligi, odamlarga qanday foydasi tegishini, o'quvchiga qaysi jihatlari qiziqarli ekanligini bilib olish kopirayterga nima haqida yozishi kerakligini hal qilishda yordam beradi.

Koperayterlar deyiladi:

Muallif yoki internet mualliflari

Matnlarni yaratuvchilar, ijrochilar (ular
koperayter birjalarida bunday
nomlanadi)

Yozuvchilar, veb-yozuvchilar, frirayterlar

Buyurtmachidan maqsadli auditoriyani aniqlashtirib olish materialni qaysi formatda tayyorlash, matnni qanday yozish, qanday triggerlar qo'llash kerakligini belgilab beradi. Maqsadli auditoriyani aniqlash masalasi "kim uchun yozamiz?" savoliga javob bo'ladi.

Har qanday matnning maqsadi bo'lishi kerak. Masalan, kopirayting matni foydali ma'lumot berish, brendga bo'lgan ishonchni mustahkamlash, mahsulotni sotish va boshqa shu kabi tijorat maqsadlari asosida tuziladi. Maqsadni aniqlashtirib olish "nima uchun yozaymiz", degan savolga javob bo'ladi.

Matn uslubi materialning yana bir muhim jihatlaridan biri. Misol uchun, maqsadli auditoriya maktab yoshidagi o'smir qizlar bo'lsa ularga yaqin va tanish so'zlarni qo'llash, gaplarni ta'sirli so'zlar asosida tuzish, go'yo mehribon ona rolga kirishgan (qalbakilashishdan ehtiyot bo'lgan) holda matn shakllantirish, ya'ni matn uslubi "qanday yozamiz?" masalasini hal qiladi.

Kopirayter mutahassisga kerak bo'ladigan tajriba va malaka:

1. Savodxonlik;
2. Faktcheking;
3. Kontentni keng tarqata bilish;
4. Tahlil qilish;
5. Konmenda tarkibida ishlash;
6. Buyurtmachini diqqat bilan tinglash;
7. Mas'uliyatli bo'lish;
8. Taym-menejment ko'nikmasi (ko'plab buyurtmalarni o'z vaqtida sifatli bajarish);
9. Empatiya (buyurtmachini yaxshi anglash uchun psixolog darajasida bo'lish)

10. SEO-tajriba (Search Engine Optimization).

Hamma ham kopireyterlik bilan shug'ullana olmaydi. Sabab, nima uchun? deyishingiz mumkin. Birinchidan, sizda kompyuter savodxonligi bo'lishi shart zarur bu eng katta talablardan biridir. Matnni qayta yozish, tahrirlash, to'g'irlash, mavzu bo'yicha ma'lumot topa olish ko'nikmasi shakillangan bo'lishi zarur. Agar siz murojatchini talablarini qobdira olmasangiz, ya'ni to'la qonli javob bera olmasangiz siz haqiqiy kopirayter emassiz.

Atama "kopirayterlik" inglizcha so'zdan kelib chiqqan, bu so'zma-so'z ma'nosi "matn yozish"ni anglatadi. Ammo shuni ta'kidlash kerakki, ushbu kasbning har bir vakili kopirayterlik haqida o'z tushunchasiga ega. Ko'p qo'llanmalarda ta'kidlanishicha bu kopirayterlik avvaldan mavjud bo'lgan. Bu yo'nalish avval kopirayter emas "Xattotlik san'ati" deb yuritilgan. Bunda matnlarni ko'chirish, kitob yozish kabi ko'plab ishlar amalga oshirilgan. Bu san'at qadimgi O'rta Osiyoda rivojlangan. Saroylarda, ayrim amaldorlar huzurida xattotlik jamoalari tashkil etilgan. Masalan, Mirzo Boysung'ur o'z saroyida 40 xattotdan iborat guruhni to'plagan edi. Shunday xattotlardan biri Sultonali Mashhadiy bo'lib, u 1432-yilda tug'ilib, 1520-yilda vafot etgan. U "Qiblatul kuttob" (Kitoblar qiblasi) va "Sutonul-xattotayn" (Xattotlar sultoni) kabi faxriy laqablar bilan mashhur bo'lgan. Unda shoirlik zavqi ham begona bo'lmagan. Bunda anglash mumkinki, internet bo'lmagan davrda ham bu ish keng rivojlangan. Hozirda esa bu ish, ya'ni yo'nalish kopirayterlik deb yangi nomga o'zgartirilgan. Bu jarayon nermingga ham qisman aloqador. Sababi bu matnga qo'yiladigan sarlavha Neyming nazariyasiga tegishlidir.

Kopirayterlikda matn tayyor holga kelgach belgilangan pul miqdori mijoz tomonida to'lanilishi kerak. Chunki bu to'lov kopireyterlarga maosh vazifasini o'taydi. Ba'zi jarayonlarda 50% ustama yoki ish qabul qilingach yarim puli to'lanishi shart. Ish jarayoni tamomlangandan so'ng qolgan summa to'lanadi.

Formatiga ko'ra:

Blog maqolalari o'quvchilarga foydali ma'lumotlarni, axborotni beradi va yangiliklarni o'rgatadi. Ushbu maqolalar bir necha turlarga bo'linadi – longridlar, yo'riqnomalar, chek-listlar, keyslar, intervyular, so'rovnomalar va boshqalar.

Ijtimoiy tarmoq postlari – o'quvchini qiziqtirib muloqotga undovchi, mahsulot yoki xizmat turlari haqida xabar beruvchi qisqa xabarlar.

Yemail-tarqatmalar – sayt obunachilarining elektron pochta-siga keluvchi kichik materiallar. Mazkur materiallar axboriy, tijoriy, ko'ngilochar mavzularda bo'ladi. Odatda, bu xatlar to'plami sifatida obunachiga ketma-ketlikda yuboriladi.

Internet-do'konlarning mahsulot kartochkalari – mijoz uchun foydali bo'lgan xabar (mahsulot haqidagi ma'lumotlar)ning qisqa izohi.

Lending matnlar – xizmat turlari yoki mahsulot savdosiga bag‘ishlangan bo‘lib, maqsadiga ko‘ra turli strukturaviy asosda tuziladi.

Yuqorida keltirilgan formatlarning barchasini baravariga bajarish buyurtmasi asosida ishlansa, bu **kopirayting emas, kontent-marketingi** deb atalib, bu xizmat turi kontent yordamida biznesni rivojlantirishga qaratilgan **kompleks strategiya** deyiladi. Kopirayting bilan Kontent-marketingi bir- biridan farqini bilishimiz kerak. Ular o‘rtasida tafovut bor.

Hozirgi kunda kopirayterlarga ehtiyoj bag‘oyatta katta, mislo uchun, kopirayter zarur bo‘lganili uchun quyidagi e‘lonlar ham nazardan chetta qolmaydi.

Kreativ kopirayter kerak; oyligi ish stajiga ko‘ra 3 mlndan 10 mlngacha. (Toshkent chilonzor)

Kopirayterlarga ehtiyoj organining yorqin misoli deb shuni ko‘rsatish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. <https://azkurs.org>
2. <https://lady-ya.ru>
3. <https://glotr.uz>
4. <https://telegra.ph>
5. <https://t.me>
6. <https://xabar.uz>
7. <https://uzinterbiz.com>
8. <https://uz.m.wikipedia.org>