

THE DEVELOPMENT STAGES OF SEO AND ITS ANALYSIS AS A PR INSTRUMENT

Dilnoza AMINOVA

Associate Professor, Doctor of Philological Sciences (DSc)
Department of Information Service and Public Relations
Uzbekistan State World Languages University
Tashkent, Uzbekistan

SEONING RIVOJLANISH BOSQICHLARI VA UNING PR INSTRUMENT SIFATIDA TAHLILI

Dilnoza AMINOVA

Dotsent, filologiya fanlari doktori (DSc)
Axborot xizmati va jamoatchilik bilan aloqalar kafedrası
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Toshkent, O'zbekiston

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ SEO И ЕГО АНАЛИЗ КАК PR-ИНСТРУМЕНТА

Дильноза АМИНОВА

Доцент, доктор филологических наук (DSc)
Кафедра информационной службы и связей с общественностью
Узбекский государственный университет мировых языков
Ташкент, Узбекистан nozikdil84@gmail.com

For citation (iqtibos keltirish uchun, для цитирования):

Aminova D. SEOning rivojlanish bosqichlari va uning PR instrument sifatida tahlili // O'zbekistonda xorijiy tillar. — 2025. — 11-jild, № 4. — B.129-139.

<https://doi.org/10.36078/1757949363>

Received: May 14, 2025

Accepted: August 17, 2025

Published: August 20, 2025

Copyright © 2025 by author(s).

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Abstract. This article explores the essence, historical evolution, and contemporary significance of SEO (Search Engine Optimization) as a PR tool in today's highly competitive digital environment. The study reveals that SEO plays a vital role in enhancing the effectiveness of online resources, attracting traffic, and converting visitors into customers. Various definitions of SEO are compared, with an emphasis on its strategic and integrated nature aimed at strengthening a website's position in search engines. The historical trajectory of SEO is analyzed step by step — from the early focus on link building and keyword dominance to the era of “doorway pages,” the introduction of Google's Panda and Penguin algorithms, the rapid growth of mobile search, and the increasing importance of user experience. The paper also examines white, black, and grey SEO techniques, identifying white SEO as a legitimate and sustainable practice, while black and grey approaches are associated with short-term results and significant risks. Ultimately, the research highlights that SEO today functions not only as a technical tool but also as an effective PR instrument that supports brand image, ensures outreach to target audiences, and strengthens market competitiveness. The findings suggest that SEO is an ongoing, multidimensional process whose success relies on high-quality content, enhanced user experience, and the effective application of modern technologies.

Keywords: SEO; search engine; optimization; white SEO; black SEO; grey SEO; PR; brand image; digital marketing.

Annotatsiya. Bu maqolada zamonaviy raqamli axborot makonida tobora ortib borayotgan raqobat sharoitida SEO (Search Engine Optimization — qidiruv tizimlari uchun optimallashtirish)ning mazmun-mohiyati, tarixiy taraqqiyoti, zamonaviy yondashuvlari va PR instrumenti sifatidagi ahamiyati ilmiy tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalarida SEO internetning tijorat segmentida veb-resurslarning samaradorligini oshirish, foydalanuvchilar oqimini jalb etish hamda ularni iste'molchiga aylantirishda muhim vosita ekanligi asoslab berilgan. Maqolada SEOga oid turli ta'riflar taqqoslanib, uning veb-saytlarni qidiruv tizimlarida yuqori natijalarga olib chiqishga xizmat qiluvchi kompleks strategiyalar majmui ekanligi ko'rsatilgan. SEOning shakllanishi bosqichma-bosqich o'rganilib, havolalar davri, kalit so'zlar davri, "doorway pages" davri, Panda va Penguin algoritmlari, mobil qurilmalarning ustuvorligi hamda foydalanuvchi tajribasi kabi omillar ilmiy jihatdan izohlangan. Shuningdek, oq, qora va kulrang SEO usullarining afzalliklari va kamchiliklari tahlil qilingan. Tadqiqotda oq SEO qonuniy va barqaror yondashuv sifatida baholansa, qora va kulrang SEO qisqa muddatli, ammo xavfli usullar sifatida izohlangan. Yakuniy xulosalarda SEOning zamonaviy sharoitda PRning samarali instrumenti sifatida brend imijini shakllantirish, maqsadli auditoriyani qamrab olish hamda raqobatbardoshlikni ta'minlashdagi o'rni alohida ta'kidlangan. Ushbu ilmiy izlanish SEO jarayonining uzluksiz va ko'p qirrali xarakterga ega ekanligini, uning muvaffaqiyati esa sifatli kontent yaratish, foydalanuvchi tajribasini yaxshilash va zamonaviy texnologik vositalardan samarali foydalanishga bevosita bog'liq ekanini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: SEO; qidiruv tizimi; optimallashtirish; oq SEO; qora SEO; kulrang SEO; PR; brend imiji; raqamli marketing.

Аннотация. В статье рассматриваются сущность, историческое развитие и современные подходы к SEO (Search Engine Optimization — оптимизация для поисковых систем) как инструменту PR в условиях растущей конкуренции в цифровом пространстве. Показано, что SEO играет ключевую роль в повышении эффективности интернет-ресурсов, привлечении аудитории и превращении посетителей в потребителей. Сопоставив различные трактовки SEO, автор подчеркивает ее комплексный характер как системы стратегий, направленных на улучшение позиций сайта в поисковой выдаче. Исторический путь SEO представлен поэтапно: от периода ссылок и доминирования ключевых слов до практики *doorway pages*, появления алгоритмов Panda и Penguin, усиления роли мобильного поиска и роста значения пользовательского опыта. Отдельное внимание уделено белому, черному и серому SEO: установлено, что белое SEO является устойчивым и законным методом, тогда как черное и серое дают лишь кратковременный эффект и сопряжены с высокими рисками. В заключение делается вывод, что SEO в современных условиях выступает не только техническим инструментом, но и действенным средством PR, способствующим формированию имиджа бренда, расширению охвата целевой аудитории и укреплению конкурентоспособности. Подчеркивается, что SEO — это непрерывный и многогранный процесс, успех которого напрямую зависит от качества контента, уровня пользовательского опыта и грамотного применения цифровых технологий.

Ключевые слова: SEO; поисковая система; оптимизация; белое

SEO; черное SEO; серое SEO; PR; имидж бренда; цифровой маркетинг.

Kirish

Internetning tijorat segmentida tobora kuchayib borayotgan raqobat sharoitida kompaniyalar va tashkilotlar uchun o'z veb-resurslari orqali foydalanuvchilar oqimini shakllantirish hamda ularni doimiy mijozlarga aylantirish eng muhim vazifalardan biriga aylanib bormoqda. Raqobatning keskinlashuvi, reklama xarajatlarining o'sishi va kontekstli reklama kampaniyalarini muntazam optimallashtirish zarurati natijasida korxonalar hamda PR mutaxassislari muqobil va uzoq muddatli strategiyalarni izlashga majbur bo'lishmoqda. Shu nuqtai nazardan, SEO (Search Engine Optimization — qidiruv tizimlari uchun optimallashtirish) texnologiyalari bugungi kunda global axborot makonida nafaqat texnik vosita, balki samarali kommunikatsion instrument sifatida ham alohida ahamiyat kasb etmoqda [Романенкова 2014: 120].

SEO mohiyatan — qidiruv tizimlarida resursning reytingini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuini anglatadi. Boshqacha aytganda, bu jarayon saytni foydalanuvchilar uchun qulayroq va foydaliroq qilish orqali qidiruv tizimlari algoritmlarida yuqori baho olishni ta'minlaydi. Natijada, saytdagi organik trafik hajmi oshib, mijozlarni jalb etish imkoniyati kengayadi. Bu esa o'z navbatida brendning obro'sini mustahkamlash, maqsadli auditoriyaga tezkor va samarali yetib borish hamda bozordagi raqobatbardoshlikni ta'minlash imkonini beradi.

So'nggi yillarda raqamli transformatsiya jarayonlari, mobil qurilmalarning ustuvorlik kasb etishi, ijtimoiy tarmoqlarning keng ommalashuvi va sun'iy intellekt texnologiyalarining rivojlanishi SEOga bo'lgan talabni keskin oshirdi. Agar dastlabki bosqichlarda SEOning asosiy vazifasi kalit so'zlarni ko'paytirish va havolalar tarmog'ini shakllantirish bo'lgan bo'lsa, bugungi kunda bu jarayon foydalanuvchi tajribasini yaxshilash, interaktiv kontent yaratish, sayt tezligini optimallashtirish, mobil moslashuvchanlik va semantik izlash imkoniyatlarini hisobga olish kabi kompleks yo'nalishlarni qamrab olmoqda [<https://www.ashmanov.com/education/articles/seo/>].

SEOning dolzarbligi shundan iboratki, u nafaqat tijorat kompaniyalari uchun, balki davlat tashkilotlari, ta'lim muassasalari va nodavlat tashkilotlari uchun ham samarali vosita sifatida xizmat qilmoqda. Bugungi kunda foydalanuvchilar internetda ma'lumot qidirishda avvalo Google, Yandex va boshqa qidiruv tizimlariga murojaat qilishadi. Shu bois, mazkur tizimlarda yuqori natijalarni qo'lga kiritish resursning ko'rinuvchanligi va auditoriyaga ta'sirchanligi uchun muhim omil hisoblanadi. Tadqiqotlar ko'rsatishicha, foydalanuvchilarning 70 foizdan ortig'i qidiruv natijalarining faqat birinchi sahifasini ko'rib chiqadi, qolgan qismi esa deyarli e'tiborsiz qoladi. Bu esa SEOning mazmun-mohiyati va ahamiyatini yanada orttiradi [Ипoxopova 2016: 81].

Shuningdek, SEOning nazariy va amaliy jihatdan turlicha talqinlari mavjud. Ayrim tadqiqotchilar uni marketingning bir bo'lagi sifatida izohlasa, boshqalar uni mustaqil kommunikatsiya vositasi sifatida baholaydilar. Uchinchi yondashuv esa SEOni PR jarayonlarining tarkibiy qismi sifatida ko'rib, uning asosiy vazifasi kompaniya yoki tashkilotning

ijobiy imijini shakllantirishdan iboratligini ta'kidlaydi. Mazkur maqola ana shu yondashuvni ilgari surib, SEOni zamonaviy PRning samarali instrumenti sifatida tahlil qilishni maqsad qiladi.

Tadqiqotning dolzarbligi quyidagi omillar bilan belgilanadi:

1. Raqobatning kuchayishi — internetning tijorat segmentida kompaniyalar o'rtasidagi kurash SEO strategiyalarini qo'llashni muqarrar qilmoqda.

2. Reklama xarajatlarning o'sishi — kontekstli va bannerli reklama xarajatlari SEOning uzoq muddatli va iqtisodiy jihatdan tejamli usul ekanini ko'rsatmoqda.

3. Foydalanuvchi odatlarining o'zgarishi — mobil qurilmalar, ovozli qidiruv va sun'iy intellekt asosidagi texnologiyalarning rivojlanishi SEOga yangi talablar qo'ymoqda.

4. PR jarayonlarining raqamlashtirilishi — SEO brend imijini shakllantirish, auditoriyaga yetib borish va kommunikatsion samaradorlikni oshirishda markaziy vosita sifatida qaralmoqda.

Shu asosda, maqolaning asosiy maqsadi — SEOning zamonaviy PR jarayonlaridagi ahamiyatini ochib berish, uning tarixiy shakllanish bosqichlarini, oq, qora va kulrang optimallashtirish usullarini ilmiy tahlil qilish hamda SEOning samaradorlik omillari va istiqbollari ko'rsatib berishdan iboratdir. Tadqiqotning vazifalari sifatida esa quyidagilar belgilandi:

— SEO tushunchasining nazariy asoslarini o'rganish va turli talqinlarni taqqoslash;

— SEOning shakllanishi va rivojlanish xronologiyasini ilmiy tahlil qilish;

— oq, qora va kulrang SEO usullarining afzalliklari va kamchiliklarini aniqlash;

— SEOning zamonaviy PR jarayonlaridagi o'rni va amaliy ahamiyatini baholash;

— SEOning istiqboldagi rivojlanish tendensiyalari va texnologik imkoniyatlarini prognoz qilish.

Mazkur tadqiqotning nazariy ahamiyati shundaki, u SEO konsepsiyasining ilmiy jihatdan tizimlashtirilgan talqinini taqdim etadi va uni PR nazariyasi doirasida tadqiq etishga xizmat qiladi. Amaliy ahamiyati esa shundaki, maqola natijalari PR mutaxassislari, raqamli marketing bo'yicha ekspertlar hamda veb-resurs egalari uchun samarali strategiyalarni ishlab chiqishda qo'llanilishi mumkin.

Asosiy qism

SEO tushunchasi va uning rivojlanish xronologiyasi. SEO — bu veb-saytni targ'ib qilish, qidiruv natijalaridagi ma'lum so'rovlarga moslashishga qaratilgan muayyan tadbirlar zanjiri bo'lib, uning asosiy vazifasi saytga eng ko'p foydalanuvchilarni jalb etishdan iborat [Биленко 2020: 131].

Qidiruv tizimi optimallashtirish (ingl. SEO) — foydalanuvchilarning ma'lum so'rovlari bo'yicha qidiruv tizimi natijalarida sayt o'rmini oshirish orqali potentsial tashrif buyuruvchilarni ko'paytirishga xizmat qiladigan chora-tadbirlar majmuasidir [Крохина 2012: 14].

SEOning hozirgi holatini to'liq anglash uchun uning tarixiy xronologiyasiga to'xtalish maqsadga muvofiq [<https://serptop.ru/blog/kratkaya-istoriya-razvitiya-seo/>]:

- **SEOning shakllanishi (1994-yil):** Internetda ma'lumot qidirishda Aport, Rambler yoki Yahoo'dan foydalanilgan. Biroq yangi saytlarni avtomatik indekslash tizimi hali rivojlanmagan edi.

- **Dastlabki davr (1995–1997-yillar):** Lycos va AltaVista (keyinchalik Shvetsiyada Evreka nomi bilan tanilgan) kabi yangi qidiruv tizimlari paydo bo'ldi. Bu davr saytlarni avtomatik indeksatsiya qilish yoki “skanerlash” jarayonining boshlanishi bilan ajralib turadi.

- **Google davri (1998–1999-yillar):** Google “PageRank” algoritmini ishlab chiqdi. Unga ko'ra, havolalar soni va ularning ta'siri saytdagi sifat ko'rsatkichiga bevosita bog'liq deb hisoblandi.

- **Havolalarning o'sishi (2000–2001-yillar):** Google “instrumentlar paneli”ni ishga tushirib, sahifalarning PageRank darajasini ko'rsatishni yo'lga qo'ydi. Bu saytlar orasida havolalar almashinuvi jarayonini tezlashtirdi.

- **Kalit so'zlar davri (2002–2003-yillar):** Havola sotib olish taqiqlangach, sahifalarni kalit so'zlar bilan ortiqcha to'ldirish keng tarqaldi.

- **“Doorway” texnikasi (2004–2005-yillar):** Qidiruv natijalarida yuqori o'rinlarni egallash uchun “Eshiklar yo'li” deb nomlangan texnologiya ommalashdi.

- **BMW ishi (2005–2006-yillar):** Google tomonidan saytlarni qidiruvdan butunlay olib tashlash tajribasi yuzaga keldi. Bu “bir xil kontentni qidiruv tizimiga, boshqasini foydalanuvchiga ko'rsatish” muammosini yuzaga chiqardi.

- **Ijtimoiy tarmoqlar (2008–2010-yillar):** Facebook tez orada MySpace'dan o'zib ketib, 140 milliondan ortiq foydalanuvchini qamrab oldi. SEO ijtimoiy tarmoqlar orqali ko'proq trafik va brend imijini oshirish vositasiga aylandi.

- **Sifatli kontent, Panda va Pingvin (2011–2012-yillar):** Google algoritmilarini takomillashtirish orqali sifatli kontent ustuvor ahamiyat kasb eta boshladi.

- **Kalit so'zlarni yashirish va mobil qurilmalarning ustuvorligi (2013–2017-yillar):** Google foydalanuvchi so'rovlarini shifrlashni joriy etdi. 2018-yildan boshlab esa mobil qurilmalar reyting omiliga aylandi, sahifa tezligi mobil qidiruv uchun muhim ko'rsatkich sifatida baholandi.

Mobil telefondan tashqari, uzun va batafsil qidiruv so'rovlaridan samarali foydalanish tendentsiyasi kuzatilmoqda.

Sun'iy intellekt — bugungi kunda qidiruv so'rovlarining 50 foizi to'rt yoki undan ortiq so'zdan iborat bo'lib, bu ko'rsatkich yildan yilga oshib bormoqda. Sun'iy intellektning rivojlanishi tufayli 2024-yildan boshlab barcha qidiruv so'rovlarining qariyb 50 foizi ovoz orqali amalga oshirilmoqda.

SEO bosqichlari:

— **Birinchi bosqich — tayyorgarlik.** Ushbu bosqichda veb-master sayt tuzilishini reklama qilishga tayyorlaydi: shablon dizaynini tahrirlash, HTML kodining haqiqiylikini tekshirish, indekslash faylini sozlash va sahifa yuklanish tezligini optimallashtirish.

— **Resursning semantik yadrosini aniqlash.** Internet-resurs mavzusini aniq ifodalovchi kalit soʻzlarni toʻgʻri tanlash va shakllantirish.

— **Ichki optimallashtirish.** Tanlangan kalit soʻzlar asosida maqolalar va boshqa matnlarni yaratish. Toʻgʻri yozilgan SEO matni saytni ilgari surishning eng muhim omillaridan biridir.

— **Bogʻlanish.** Resurs ichidagi boshqa sahifalarga havolalarni joylashtirish orqali qidiruv tizimi robotlari uchun indekslash jarayonini yengillashtirish.

— **Yakuniy bosqich — tashqi targʻibot.** Uchinchi tomon manbalaridan veb-saytga havolalarni joylashtirish yoki sotib olish orqali tashqi optimallashtirish [Калмыков 2022: 283].

SEOga ilmiy yondashuv. SEO samaradorligini oshirishda doimiy monitoring va maʼlumotlarni tahlil qilish zarur. Buning uchun **Google Analytics** va **Ahrefs** kabi vositalar yordamida quyidagi koʻrsatkichlarni oʻrganish tavsiya etiladi [<http://litcult.ru/news2.news3/16193>]:

- Rad etish darajasi
- Saytdagi vaqt
- Organik trafik
- Konversiyalar.

2024-yildagi SEO trendlari:

sunʼiy intellekt va texnik taʼlim. Googlening BERT va RankBrain kabi algoritmlari tobora takomillashmoqda;

ovozli qidiruvning ortishi kalit soʻzlarni optimallashtirish ahamiyatini yanada oshirmoqda;

HubSpot maʼlumotlariga koʻra, barcha qidiruvlarning 46 foizi mahalliy xususiyatga ega [<http://litcult.ru/news2.news3/16193>].

SEO usullarining uchta guruhi:

1. **Oq optimallashtirish** — qidiruv algoritmlariga taʼsir qilmasdan, foydalanuvchilar uchun sifatli kontent va qulaylik yaratish orqali amalga oshiriladigan usullar:

— Qiziqarli va foydali kontent (foto, video, podkast, PDF, infografika) yaratish

— Qulay navigatsiya va menyu

— Meta-teglar va sarlavhalarni optimallashtirish

— Kataloglarda roʻyxatdan oʻtish

— Pullik va bepul press-revizlar chop etish

— Mehmon postlari va maqolalarni joylashtirish [Бабаев 2013: 272].

2. **Qora optimallashtirish** — qidiruv tizimlari qoidalarini buzadigan usullar. Xususiyatlari: tezkorlik, yuqori xavf, qisqa muddatli taʼsir.

— Spam (forumlar, sharhlar, ijtimoiy tarmoqlar va h.k.)

— Koʻrinmas matn va havolalar joylashtirish

— Avtomatik matn yoki kontent yaratish

— Sunʼiy blog va yoʻldosh saytlar tashkil etish

— Havolalarni avtomatik almashish [http://www.sbup.com/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/].

3. Kulrang optimallashtirish — rasmiy taqiqlanmagan, biroq sayt mashhurligini g'ayritabiiy ravishda oshirish vositasi sifatida baholanadigan usullar. Xususiyatlari: o'rtacha tezlik, o'rtacha xavf, uzoq muddatli ta'sir.

- Pullik havolalarni joylashtirish
- Havolalar bilan maqolalar joylashtirish
- Ijtimoiy xizmatlarga sayt sahifalarini qo'shish
- Pullik/bepul press-relizlar chop etish
- Mehmon postlari va maqolalarni joylashtirish.

Bundan ko'rinib turibdiki, oq va kulrang SEOning qo'shma usullaridan foydalanish samarali natija berishi mumkin. Biroq kulrang SEO usullarining faqat foydali jihatlaridan foydalanish maqsadga muvofiq.

Rossiyalik tadqiqotchilar I. Xarlamova va N. Tereninalar ham SEO optimallashtirishning uchta yondashuvini e'tirof etadilar [Харламова 2024: 8].

Oq SEO — qidiruv tizimlari algoritmlarining barcha mezonlariga javob beradigan qonuniy optimallashtirish usuli. U veb-sayt dizaynini yaxshilash, sifatli kontent yaratish (jumladan, videolar, fotosuratlar, ko'rsatmalar) va texnik muammolarni bartaraf etishga qaratilgan.

Bu usulning asosiy xususiyati — xavfsizlik va uzoq muddatli barqarorlik. Shu bilan birga, natija ko'rsatishi uchun ko'proq vaqt talab qilishi mumkin. Optimallashtirish jarayoni bir martalik emas, balki doimiy monitoring, test va takomillashtirishni o'z ichiga oladi.

Oq SEOning asosiy usullari:

- Ichki optimallashtirish — sayt tuzilishini o'zgartirish, sayt xaritasini optimallashtirish, ichki havolalar yaratish, URL manzillarini tartibga solish va sahifa yuklanish tezligini oshirish.

- Tashqi optimallashtirish — saytning ko'rinishini oshirish uchun havolalar yaratish, maqolalar chop etish, ijtimoiy tarmoqlarda faol ishtirok etish.

- Sifatli kontent yaratish — kontentning o'ziga xosligi va dolzarbligini ta'minlash, chunki u SEO strategiyasining eng asosiy tarkibiy qismi hisoblanadi.

Qora SEO — oq SEOga qarama-qarshi bo'lib, qidiruv tizimlari tomonidan noqonuniy deb hisoblanadigan usullarni qo'llaydi. Bunda sayt kalit so'zlar bilan haddan tashqari to'ldiriladi, yashirin matnlar joylashtiriladi yoki havolalar manipulyatsiya qilinadi.

Qora SEO usullariga misollar:

- Foydalanuvchi ko'rmaydigan, faqat qidiruv tizimi uchun mo'ljallangan yashirin matnlardan foydalanish.

- Shaffof havolalarni joriy etish — boshqa saytga havolalarni tugma yoki emotikonlar ichiga yashirish.

- Botlar yoki pullik foydalanuvchilar orqali sayt faolligini sun'iy ravishda oshirish.

Qora SEO tezkor natija berishi mumkin, ammo qisqa muddatli bo'ladi va saytning butunlay bloklanishiga olib kelishi ehtimoldan xoli emas.

Kulrang SEO — oq va qora usullar orasidagi yondashuv bo'lib, ayrim qoidabuzarliklarga yo'l qo'yadi, biroq u rasmiy ravishda taqiqlanmagan. Shu sababli sayt reytingda yuqori natija ko'rsatishi

mumkin, ammo qidiruv tizimlari tomonidan vaqtincha yoki doimiy bloklanish xavfi ham mavjud.

Kulrang SEOning asosiy usullari:

— Blog spam — forum va bloglarda faol ishtirok etish, sharhlar orqali havolalarni joylashtirish.

— Tashqi havolalarni ekspluatatsiya qilish — tashqi resurslarga haddan tashqari ko'p havola joylashtirish orqali reytingni oshirish [<https://russia-dropshipping.ru/raznoe/beloe-seo-beloe-seo-legalnye-metody-optimizaczii-sajta.html>].

Xulosa

SEO (Search Engine Optimization — qidiruv tizimlari uchun optimallashtirish) zamonaviy raqamli kommunikatsiya va PR jarayonlarining ajralmas tarkibiy qismiga aylanganini ushbu tadqiqot aniq ko'rsatib berdi. Internetning tijorat segmentida kuchayib borayotgan raqobat sharoitida SEO nafaqat texnik yondashuv, balki brend imijini shakllantirish, maqsadli auditoriyani qamrab olish hamda uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta'minlashning eng muhim strategik vositasi sifatida namoyon bo'lmoqda.

Tadqiqot jarayonida SEO konsepsiyasi turli ta'riflar va yondashuvlar asosida ko'rib chiqildi. Shu asosda SEO faqatgina texnik ko'rsatkichlarni yaxshilash jarayoni emas, balki marketing, PR va kommunikatsiya elementlarini o'z ichiga oluvchi kompleks strategiya ekanligi aniqlangan. Boshqacha aytganda, SEO bugungi kunda “faqat qidiruv tizimlari uchun optimallashtirish” tushunchasidan chiqib, foydalanuvchi tajribasini oshirish, kontent sifatini yaxshilash va interaktivlikni kuchaytirishga qaratilgan keng qamrovli kommunikatsion mexanizmga aylangan.

Tarixiy xronologiya tahlili shuni ko'rsatdiki, SEOning shakllanishi 1990-yillar boshlaridan hozirgi davrgacha bir necha muhim bosqichlarni bosib o'tgan. Dastlabki bosqichlarda havola almashinuvi va kalit so'zlardan ortiqcha foydalanish asosiy rol o'ynagan bo'lsa, keyingi yillarda Google'ning Panda va Penguin algoritmlarini joriy etishi, mobil qurilmalarning ustuvorlik kasb etishi va foydalanuvchi tajribasining asosiy mezonga aylanishi SEO jarayonining sifat jihatidan yangi bosqichga ko'tarilganini ko'rsatadi. Bugungi kunda esa sun'iy intellekt, ovozli qidiruv va semantik qidiruv tizimlari SEOni yanada murakkab va ko'p qirrali jarayonga aylantirmoqda.

Tadqiqotda oq, qora va kulrang SEO usullarining afzalliklari va kamchiliklari tahlil qilindi. Oq SEO qonuniy, barqaror va uzoq muddatli yondashuv sifatida foydalanuvchilarga yuqori sifatli kontent taqdim etish va saytning texnik ko'rsatkichlarini yaxshilashga qaratilgan. Qora SEO esa qisqa muddatli natijalar berishi mumkin, biroq qidiruv tizimlari tomonidan bloklanish xavfi yuqori bo'lib, bu brend obro'siga salbiy ta'sir ko'rsatishi ehtimoldan xoli emas. Kulrang SEO esa ma'lum darajada samarali bo'lishi mumkin, ammo uning xavf darajasi yuqoriligicha qolmoqda. Ushbu tahlil natijasida, oq SEO strategiyasini kulrang SEOning ayrim ijobiy jihatlari bilan uyg'unlashtirish eng maqbul yondashuv ekanligi ilmiy asoslandi.

SEOning samaradorligi, avvalo, kontent sifati va foydalanuvchi tajribasiga bevosita bog'liqdir. Shunday ekan, saytlarni optimallashtirish

jarayonida texnik ko'rsatkichlar, tezlik, mobil moslik va havola tizimi bilan bir qatorda foydalanuvchi uchun qulay interfeys, mazmunan boy va interaktiv kontent yaratish dolzarb ahamiyat kasb etadi. Bunda SEOni nafaqat qidiruv tizimlari uchun, balki inson omiliga yo'naltirilgan jarayon sifatida talqin qilish zarur.

2024–2025 yillarga xos SEO trendlaridan biri — sun'iy intellekt va ovozli qidiruv texnologiyalarining keng qo'llanilishi. Qidiruv so'rovlarining murakkablashuvi va foydalanuvchilarning ko'p so'zli iboralar orqali ma'lumot izlash tendensiyasi SEO mutaxassislaridan yanada yuqori darajadagi strategik yondashuvni talab qilmoqda. Shuningdek, mahalliy qidiruv tizimlarining ahamiyati ortib borayotgani global va lokal SEO yondashuvlarini uyg'unlashtirish zarurligini ko'rsatmoqda.

Mazkur tadqiqotning nazariy va amaliy ahamiyati shundaki, SEO bugungi kunda zamonaviy PR jarayonlarida samaradorlik omili sifatida kompaniyalar va tashkilotlarning brend siyosatini shakllantirish, raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish va iste'molchilar bilan samarali muloqotni yo'lga qo'yishda muhim vosita ekanligini ko'rsatdi. Natijada, SEOni PRning kompleks instrumenti sifatida qarash zamonaviy kommunikatsiya tizimining eng muhim xususiyatlaridan biri hisoblanadi.

Umumiy xulosalar sifatida quyidagilarni alohida ta'kidlash mumkin:

— SEO jarayoni uzluksiz va ko'p qirrali bo'lib, nafaqat texnik, balki kommunikativ va kreativ yondashuvlarni ham talab etadi.

— Oq SEO strategiyasi eng barqaror va samarali yo'l bo'lib, uni kulrang SEOning ayrim foydali usullari bilan uyg'unlashtirish amaliyotda yaxshi natija beradi.

— Kontent sifati va foydalanuvchi tajribasi SEO muvaffaqiyatining asosiy mezonlari sifatida e'tirof etiladi.

— Zamonaviy SEO trendlarida sun'iy intellekt, ovozli qidiruv va mobil moslik hal qiluvchi rol o'ynamoqda.

— SEOni PR instrumenti sifatida qo'llash brend imijini mustahkamlash, auditoriya qamrovini kengaytirish va raqobatbardoshlikni oshirish imkonini beradi.

Shunday qilib, SEO zamonaviy raqamli kommunikatsiyalar tizimida nafaqat texnologik, balki ijtimoiy va kommunikativ ahamiyatga ega bo'lgan ko'p funktsiyali jarayon sifatida shakllangan. Uning muvaffaqiyati, avvalo, zamonaviy texnologiyalar bilan uyg'unlashgan holda inson omiliga yo'naltirilgan yondashuvga asoslangan. Shu bois SEOni PRning ilmiy asoslangan va amaliyotda sinovdan o'tgan samarali instrumenti sifatida baholash mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar

Бабаев А., Евдокимов Н., Боде М., Костин Е., Штарев А. Раскрытие. Секреты эффективного продвижения сайтов. — СПб.: Питер, 2013. — 272 с.

Белое SEO — легальные методы оптимизации сайта // Russia-dropshipping.ru. — 2024. — URL: <https://russia-dropshipping.ru/raznoe/beloe-seo-beloe-seo-legalnye-metody-optimizaczii-sajta.html> (дата обращения: 28.10.2024).

- Биленко А.В., Медникова О.В. Цифровизация на транспорте: обеспечение возможностей для развития // Вестник Московской международной академии. — Москва, 2020. — С. 128–135.
- Иванов И.И. SEO: Поисковая оптимизация от А до Я. — URL: http://www.sbp.com/seo-forum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/ (дата обращения: 20.09.2016).
- Калмыков М.А., Медникова О.В. Основы и секреты SEO-продвижения // Научные известия. — 2022. — № 28. — С. 283.
- Крохина О.И., Полосина М.Н., Рубель А.В., Сахно О.И., Селин Е.В., Ханина М.С. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей. — М.: Инфра-Инженерия, 2012. — 216 с.
- Методы SEO: черное, белое, серое // Dzen.ru. — 2024. — URL: <https://dzen.ru/away?> (дата обращения: 28.10.2024).
- Никишина В. Краткая история развития SEO // Serptop.ru. — URL: <https://serptop.ru/blog/kratkaya-istoriya-razvitiya-seo/> (дата обращения: 27.08.2025).
- Прохорова А.М. SEO-оптимизация // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). — 2016. — № 30. — Экономические науки. — С. 80–81.
- Романенкова О.Н. SEO-продвижение как эффективный инструмент интернет-маркетинга // Стратегии бизнеса. Электронный научно-экономический журнал. — 2014. — № 1 (3). — С. 120.
- Харламова И.Ю., Теренина Н.Л. Проблемы SEO-оптимизации сайтов компаний // Международный научно-исследовательский журнал. — 2024. — № 12 (150). — С. 7–8.
- Что такое SEO продвижение сайтов? // Ashmanov.com. — URL: <https://www.ashmanov.com/education/articles/seo/> (дата обращения: 27.08.2025).
- SEO: цели, преимущества, основные принципы // Stik.pro. — 2024. — URL: <https://stik.pro/blog/seo-tsieli/> (дата обращения: 28.10.2024).
- SEO-продвижение сайта: научный подход к успеху в сети // Litcult.ru. — URL: <http://litcult.ru/news2.news3/16193> (дата обращения: 21.12.2024).
- SEO-продвижение сайта: научный подход к успеху в сети // Litcult.ru. — URL: <http://litcult.ru/news2.news3/16193> (дата обращения: 21.12.2024).

References

- Babaev, A., Evdokimov, N., Bode, M., Kostin, E., & Shtarev, A. (2013). *Raskrutka: Sekrety effektivnogo prodvizheniya saytov*. Sankt-Peterburg: Piter.
- Beloe SEO — legal'nye metody optimizatsii sayta. (2024). *Russia-dropshipping.ru*. Retrieved October 28, 2024, from <https://russia-dropshipping.ru/raznoe/beloe-seo-beloe-seo-legalnye-metody-optimizaczi-sajta.html>
- Bilenko, A. V., & Mednikova, O. V. (2020). Tsifrovizatsiya na transporte: obespechenie vozmozhnostey dlya razvitiya. *Vestnik Moskovskoy mezhdunarodnoy akademii*, 128–135.

- Ivanov, I. I. (2016). SEO: Poiskovaya optimizatsiya ot A do Ya. *Sbup.com*. Retrieved September 20, 2016, from http://www.sbup.com/seoforum/poiskovaya_optimizaciya_v_obshih_chertah/seo_poiskovaya_optimizaciya_ot_a_do_ya/
- Kalmykov, M. A., & Mednikova, O. V. (2022). Osnovy i sekrety SEO-prodvizheniya. *Nauchnye izvestiya*, 28, 283.
- Krokhina, O. I., Polosina, M. N., Rubel, A. V., Sakhno, O. I., Selin, E. V., & Khanina, M. S. (2012). *Pervaya kniga SEO-kopiraytera: Kak napisat' tekst dlya poiskovykh mashin i pol'zovateley*. Moskva: Infra-Inzheneriya.
- Metody SEO: chernoe, beloe, seroe. (2024). *Dzen.ru*. Retrieved October 28, 2024, from <https://dzen.ru/away?>
- Nikishina, V. (n.d.). Kratkaya istoriya razvitiya SEO. *Serptop.ru*. Retrieved August 27, 2025, from <https://serptop.ru/blog/kratkaya-istoriya-razvitiya-seo/>
- Prokhorova, A. M. (2016). SEO-optimizatsiya. *Evrasiyskiy Soyuz Uchenykh (ESU)*, 30, 80–81.
- Romanenkova, O. N. (2014). SEO-prodvizhenie kak effektivnyy instrument internet-marketinga. *Strategii biznesa. Elektronnyy nauchno-ekonomicheskiy zhurnal*, 1(3), 120.
- Kharlamova, I. Yu., & Terenina, N. L. (2024). Problemy SEO-optimizatsii saytov kompaniy. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal*, 12(150), 7–8.
- Chto takoe SEO prodvizhenie saytov? (n.d.). *Ashmanov.com*. Retrieved August 27, 2025, from <https://www.ashmanov.com/education/articles/seo/>
- SEO: tseli, preimushchestva, osnovnye printsipy. (2024). *Stik.pro*. Retrieved October 28, 2024, from <https://stik.pro/blog/seo-tseli/>
- SEO-prodvizhenie sayta: nauchnyy podkhod k uspekhu v seti. (2024). *Litcult.ru*. Retrieved December 21, 2024, from <http://litcult.ru/news2.news3/16193>