

## IJTIMOYIY TARMOQLARDAN MAQSADLI FOYDALANISH IMKONIYATLARI

*Farg'ona imkoniyatlari cheklangan  
shaxslar uchun ixtisoslashtirilgan  
kasb-hunar maktabi  
Maxsus fan o'qituvchisi*

**Tursunov Hojiakbar Hamidullo o'g'li**

**Annotatsiya.** *Ijtimoiy tarmoqlardan maqsadli foydalanish imkoniyatlari haqida ma'lumotlar berilgan.*

**Kalit so'zlar:** *ijtimoiy tarmoq, Instagram, Facebook, LinkedIn, kontent*

### KIRISH

Ijtimoiy tarmoqlar zamonaviy hayotda muhim rol o'ynaydi va ulardan maqsadli foydalanish imkoniyatlari juda keng.

"Ijtimoiy tarmoq" atamasi internetning kelishi va aslida zamonaviy Internet tarmoqlari, 1954-yilda Manneder Maktabining sotsiolog olimi Jeyms Barns tomonidan kiritilgan.

Bugungi kunda aksariyat pedagoglar va ta'lim oluvchilar ijtimoiy tarmoqlar va media tarmoqlar foydalanuvchilari hisoblanadi. Ijtimoiy medianing ijtimoiy madaniyatdagi o'rni va rolini mazkur bobda to'liq yoritish imkoniyati mavjud emas. Lekin ta'lim jarayonida yoki pedagogik faoliyatda ta'lim maqsadlariga erishish uchun ijtimoiy tarmoqlar imkoniyatini to'g'ridan to'g'ri qo'llash yoki ularning imkoniyatlarini jarayonga joriy etish maqsadga muvofiq emas. Ijtimoiy tarmoqlar imkoniyatlarini hisobga olib, ularni ta'lim jarayoniga qo'llash uchun ma'lum qoidalarga rioya etish zarur deb topiladi.

### **Ijtimoiy tarmoqlardan maqsadli foydalanish imkoniyatlari**

Ijtimoiy tarmoqlar yordamida yangiliklar, maqolalar va boshqa axborotlarni tez va keng auditoriyaga tarqatish mumkin. Bizneslar ijtimoiy tarmoqlarda o'z mahsulotlarini yoki xizmatlarini reklama qilib, yangi mijozlarga erishishlari mumkin. Maqsadli reklamalar orqali aniq auditoriyani jalb qilish imkoniyatlari mavjud.

Ijtimoiy tarmoqlardan maqsadli foydalanish bir qancha imkoniyatlarni taqdim etadi:

Shaxsiy brending. Imidj yaratishda o'z qiziqishlaringiz va tajribangizni namoyish etish orqali shaxsiy brendni rivojlantirish.

Tarmoqlarni kengaytirish. Professional aloqalar o'rnatish va ularni mustahkamlash.

Ta'lim va rivojlanish. Ma'lumot almashish. Yangiliklar va soha yangiliklarini kuzatib borish.

O'qitish va o'rganish. Onlayn kurslar va vebinarlar orqali yangi bilimlar olish.

Biznes va marketing. Mahsulot reklama qilish. Maqsadli auditoriyaga mahsulot va xizmatlarni tanitish.

Mijozlar bilan aloqa. Foydalanuvchilar bilan bevosita muloqot qilish va ularning fikrlarini o'rganish.

Ijtimoiy faollikda jamiyatni jalb qilish. Muhim ijtimoiy masalalar bo'yicha xabardorlikni oshirish.

Turli ijtimoiy loyihalarda ishtirok etish va yordam berish.

Yaratilish va ijodkorlikda kontent yaratish. Foto, video va maqolalar orqali ijodkorlikni namoyish etish.

Hamjamiyatlar tuzish: O'xshash qiziqishlarga ega insonlar bilan birlashish.

Ijtimoiy tarmoqlarni maqsadli va samarali foydalanish uchun aniq maqsadlar qo'yish va ularga mos strategiyalarni ishlab chiqish muhimdir.

Ijtimoiy tarmoqlar orqali brendni tanitish, mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash va ularning fikr-mulohazalarini olish mumkin. Kompaniyalar ijtimoiy tarmoqlarda mijozlarga xizmat ko'rsatishda tezkorlikni oshirish uchun savollarga javob berishi yoki muammolarni hal qilishi mumkin. Professional ijtimoiy tarmoqlar (masalan, LinkedIn) orqali yangi aloqalarni o'rnatish, hamkasblar bilan muloqot qilish va karera imkoniyatlarini rivojlantirish mumkin.

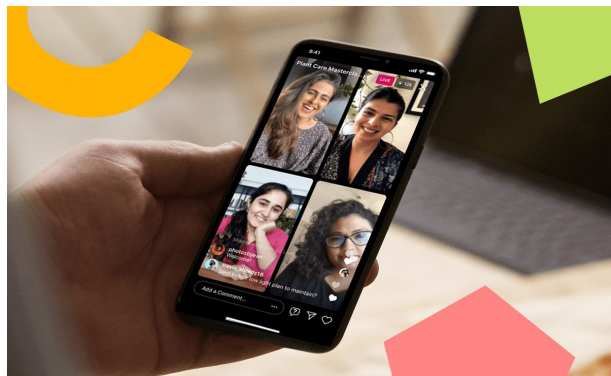
Ta'lim va o'qituvchilar uchun resurslar: O'qituvchilar va talabalar ijtimoiy tarmoqlardan ta'lim resurslarini topish, bilim almashish va munozaralarda ishtirok etishda foydalanishi mumkin. Ommaviy kompaniyalarda ijtimoiy harakatlar yoki xayriya tadbirlari uchun ommaviy kampaniyalar o'tkazib, jamoatchilik e'tiborini jalb qilish imkoniyatlari mavjud.

Ijtimoiy tarmoq platformalari foydalanuvchi ma'lumotlarini to'plab, statistik tahlil o'tkazishga yordam beradi, bu esa jamiyatning qiziqishlari va ehtiyoji haqida ma'lumot olish imkonini yaratadi.

Turli sohalardagi mutaxassislar bir-biri bilan onlayn muloqot qilib, tajriba almashishi va yangi g'oyalarni rivojlantirishi mumkin.

Dastlab, bu ilova nomi „Burbn“ bo'lgan. Keyinchalik, Systrom va Krieger, „instant camera“ („tezkor kamera“) va „telegram“ so'zlarini birlashtirib, ilovaning nomini „Instagram“ga o'zgartirishdi. Bu xizmat qisqa fursatda 2012-yilning aprel oyiga kelib, 100 million faol foydalanuvchilarga ega bo'lganligi ortidan mashhurlik qozondi. Keyinchalik shu yilning o'zida kompaniyani Facebook, Inc. sotib oldi. 2018-yilga kelib esa Instagramda foydalanuvchilar soni 1.1 milliardga yetdi. Mutaxasislarning ta'kidlashicha, Instagramdan tushadigan foyda naqd \$2.8 milliardni tashkil etadi. 2021-yil 1-martdan boshlab Instagramda uch kishi bilan jonli efir qilish funksiyasi (Live Rooms)

qo'shildi. Instagram — Kevin Systrom va Mike Krieger tomonidan yaratilgan .



2021-yil 1-martdan boshlab Instagramda uch kishi bilan jonli efir qilish funksiyasi (Live Rooms) qo'shildi.

2. Facebook - 2004-yilda Harvard universiteti talabasi Mark Zuckerberg tomonidan va qo'shni xonadagi Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz va Chris Hughes tomonidan asos solingan ijtimoiy tarmoq.



Saytning butun dunyoda ommalashib ketgani bois, Mark Zuckerberg 23 yoshida dunyoning eng yosh milliarderi deya tan olindi. Facebookni yaratish fikri Mark Zukerbergga Nyu-Hemshirdagi Philips Academy maktabida o'qib yurgan kezlarida keladi. O'sha vaqtlarda maktabda har yili o'quvchilarning rasmi va manzili qayd etilgan

History

burbn



March 5, 2010

October 6, 2010



qo'llanma chop etilardi. (Tom ma'noda „yuz kitobi“, „yuz sahifasi“, „face book“). Harvard ga o'qishga qabul qilingan Zukerberg oliy ta'lim muassasasi ma'muriyatiga analog tarmoq resursini yaratish g'oyasi bilan chiqadi. Biroq ta'lim muassasasi bu innovatsion g'oyani ba'zi sabablarga ko'ra rad etdi.

Zukerber 2003-yilning 28-oktabr kuni, Facemash internet sahifasi uchun kod yozadi va unda Harvard universiteti kompyuter tarmog'iga kirib ko'chirib olingan, shaxsiy rasmlarni nashr qiladi. Facemashda 450 ta tashrif qayd etiladi va tashrif buyuruvchilar Zukerberg tomonidan qo'yilgan, ikkita rasmni bir biriga qiyoslab, birini tanlash orqali 22 000 marta rasmni ko'rib chiqishadi.

3. Instagram yoshlar va yulduzlar uchun ommabop sayt hisoblanadi. Facebook asosan yangiliklar uchun moljallangan sayt va yoshi kattalar uchun . Hozirgi davrda yoshlar uchun ommabop bo'lib borayotgan ijtimoiy ilova bu- Instagram hisoblanadi. Instagramda ommabop va har xil turdagi video va rasmlar ko'p uchraydi va muloqot vazifasini ham bajaradi. Videoqo'ng'iroq afzalligi ham mavjud Facebookda bu xususiyat yo'q. Facebook asosan yangiliklar va yulduzlar hayotidan iborat.

### Instagramda ro'yxatdan o'tish

The image displays three sequential screens from the Instagram sign-up process:

- Sign-up Form:** Features the Instagram logo, a sign-up prompt, a Facebook login option, and input fields for mobile number/email, full name, username, and password. A 'Sign up' button is at the bottom.
- Add Your Birthday:** Includes a birthday icon, a title, a warning that the birthday is not public, a link to learn more, a date picker (December 22, 2022), and a 'Next' button.
- Just one more step:** Shows a mobile phone icon, a title, a prompt to enter a 6-digit code (947856337), a masked input field, a 'Confirm' button, and links for 'Change Number' and 'Request New Code'.

Sms kod keladi va uni kiritganimizdan so'ng Instagram hisobimiz ochiladi.

**2018-yilga kelib esa Instagramda foydalanuvchilar soni 1.1 milliardga yetdi. Mutaxasislarning ta'kidlashicha, Instagramdan tushadigan foyda naqd \$2.8 milliardni tashkil etadi.**



**2021-yil 1-martdan boshlab Instagramda uch kishi bilan jonli efir qilish funksiyasi (Live Rooms) qo'shildi**



**Instagram yoshlar va Yulduzlar uchun ommabop sayt hisoblanadi**



**Facebook asosan yangiliklar uchun moljallangan sayt va yoshi kattalar uchun**

Xulosa. Ijtimoiy tarmoqlardan maqsadli foydalanishda ehtiyot bo'lish ham muhimdir, chunki noto'g'ri ma'lumot tarqatilishi yoki shaxsiy axborotlarni oshkor qilish xavfi mavjud. Shuning uchun doim xavfsizlik qoidalariga rioya qilish zarur.

Ijtimoiy tarmoqlarning ta'lim sifatini oshirishdagi roli juda katta, agarda biz internetdan to'g'ri foydalana olsak. Agar no'to'g'ri foydalansak bu bizga faqat zarar yetkazadi, xolos. Internetdan foydalanganda muomala madaniyatiga alohida e'tibor berishimiz lozim. Negaki biz ijtimoiy tarmoqlarda suhbat qurayotganimizda virtual suhbatdoshimizning kimligi, yoshi, jinsini va millatini bilmasligimiz mumkin. Shuning uchun, iloji boricha o'zimizni turli xavf-xatarlardan himoyalab, ijtimoiy tarmoqlardan o'rinli foydalanishimiz darkor

#### **FOYDALANGAN ADABIYOTLAR:**

1. «Zamonaviy axboriy makonni yaratishda feyklar va Targ'ibot»: maqola/ G.G. Pocheptsov. – M.: Ukraina Matbuot Akademiyasi, 2020.
2. Barakayevich, Q. S., & Baxtiyorovna, A. S. (2021). Xalqaro dastur talabalari asosida innovatsion ta'lim muhitini yaratish. Integration of science, education and practice. scientific-methodical journal, 1(02), 132-137.
3. «OAV jamiyatga manipulyativ ta'sir ko'rsatishning kanali sifatida»: maqola. // Ya.Polishuk, S.Gnatyuk, N.Seylova. – Ukrainian Scientific Journal of Information Security, 2015.
4. «Axborot turlari va uning jihatlari»: maqola. // Wikidarslik
5. «Axborotning tasnifi»: maqola. // Lug'atlar va ensiklopediyalar. – Akademika, 2020.
6. «Ommaviy axborot va kommunikasiya nazariyasi». // S.V. Partyko. – Lvov: Afisha, 2008.
7. <https://nauchniyimpuls.ru/index.php/ni/article/download/5580/3701/3640>
9. ИЖТИМОЙ ТАРМОQLAR (OAV) DAN TO'G'RI FOYDALANISH – тема научной статьи по Гуманитарные науки читайте бесплатно текст научно-исследовательской работы в электронной библиотеке КиберЛенинка (cyberleninka.ru)