

## SMM SOHASIGA MOBILOGRAFIYANING O'RNI VA IMKONIYATLARI

*Farg'ona ICHSHUI kasb-hunar maktabi*

*Ishlab chiqarish ta'lim ustasi*

**Homidova Shaxnoza Toxirovna**

**Annotatsiya.** *SMM sohasiga mobilografiyaning o'rni va imkoniyatlari xaqida ma'lumotlar berilgan.*

**Kalit so'zlar:** *SMM, mobilografiya, TikTok reels, Instagram Storieslar mobil.*

Mobilografiya, ya'ni mobil qurilmalar yordamida suratga olish va video yaratish, so'nggi yillarda juda ommalashib ketdi. Ayniqsa, SMM (Social Media Marketing) sohasida mobilografiyaning o'rni va imkoniyatlari nihoyatda muhim ahamiyat kasb etadi.

2024-yilga kelib media sohasida mobil texnologiyalar va mobil dasturlarning o'rni yanada mustahkamlanib bormoqda. Xususan, SMM (Social Media Marketing) sohasida mobil dasturlar va ilovalar quyidagi imkoniyatlari bilan alohida ahamiyat kasb etmoqda:

1. Mobil platformalarga moslashuvchan kontentlar yaratish:

- Qisqa video, TikTok reels, Instagram Storieslar mobil foydalanuvchilarga mo'ljallangan.

- Mobil ilovalar uchun maxsus dizayn va interfeyslar.

2. Real tahlillar va hisobotlar:

- Mobil ilovalar orqali foydalanuvchilarning harakat va faolligini real vaqtda kuzatish imkoni.

- Postlar, reklama kampaniyalar, erishim va ko'rinishlar haqida tezkor tahlillar.

3. Mobil to'lovlar va e-tijorat integratsiyasi:

- Mobil ilovalar orqali to'g'ridan-to'g'ri mahsulot va xizmatlar sotish.

- Mobil to'lov shlyuzlarini qo'llash, foydalanuvchilarning qulayligini oshirish.

4. Geolokatsiya va manzilga yaqinlik asosidagi marketing:

- Foydalanuvchilarning joylashuv ma'lumotlaridan foydalanish.

- Yaqin atrofdagi kompaniyalar, so'ralgan joylarga maqsadli reklamalar chiqarish.

5. Mobil messengerlarda va kichik formatdagi platforma-platformalarda faollik:

- WhatsApp, Telegram kabi mobil messengerlarda yangiliklar, e'lonlar tarqatish.

- TikTok, Snapchat kabi kichik video formatli platformalarda mavjudlik.

2024-yilga kelib SMM sohasi uchun mobil dasturlar va ilovalar mutlaqo muhim bo'lgan vosita va kanal hisoblanadi. Ulardan samarali foydalanish SMM ekspertlarining asosiy vazifasi.

Social Media Marketing (SMM; tarjimasi: "Ijtimoiy tarmoqlarda marketing"), mahsulotlar, tovarlar va xizmatlarni ijtimoiy tarmoqlarda tanitish, uni yurgizish. Social Media Marketing bevosita har xil jamoalar, jamiyatlar, foydalanuvchilar guruhlar bilan ishlash ham hisoblanadi. SMM hozirda nafaqat katta kompaniyalar, o'z bozorlari faollari, balkim, o'rta va kichik biznes vakillari ham keng miqyosida foydalanishmoqda. Uning yordamida ular, o'z mijozlari bilan qayta aloqani yo'lga qo'yishmoqda.

SMM yordami bilan hal qilish mumkin bo'lgan vazifalar:

- brand yaratish va uni yurgizish/tanitish;
- brandni mashhur qilish, unga bo'lgan qiziqishni oshirish;
- kompaniya saytiga tashrif buyuruvchilar sonini oshirish;
- mijozlar, foydalanuvchilarda xizmat, tovar va mahsulot yuzasidan paydo bo'lgan savollar tezkor javob berish, xizmat ko'rsatish.

SMM hozirda bajaradigan vazifasiga ko'ra noan'anaviy qurollardan biri hisoblandi. Shunga qaramay, hozirda ko'pchilik mutaxassislar juda katta qiziqish va uning kelajagiga katta ishonch bilan qarashayotgan vosita hisoblanadi.

SMM O'zbekistonda

Hozirgi kunda O'zbekistonda ham SMM rivojlanmoqda. Foydalanuvchilar 2019-yilga nisbatan 49% oshdi. 18 milliondan oshiq Internet foydalanuvchilar Telegram ijtimoiy tarmog'idan foydalanib kelmoqda. Bu raqamga asoslanib aytish mumkinki, Telegram O'zbekistonda eng ommabop ijtimoiy tarmoq deb hisoblash mumkin. Hozirgi kunda telegram, instagram, YouTube va Tik tok ijtimoiy tarmoqlari orqali aktiv holatda foydalanib kelinmoqda

SMM mutaxassisi nima bilan shug'ullanadi?

1. Publikatsiya qilish uchun postlarni tayyorlaydi, kontent reja tuzadi.
2. Kontent yaratish jarayonlarini nazorat qiladi: matnlarni yozish, dizaynini yaratish, video roliklar yaratish.
3. Infopovodlarni kuzatib yuradi va ularga kompaniya nomidan fikr bildiradi.
4. Potensial mijozlarning savollariga javob beradi.
5. Sharhlarga izoh qoldiradi.
6. Ijtimoiy tarmoqlarda pullik reklamani yoqadi.
7. SMMning samaradorligini kuzatadi va tahlil qiladi.

## MOBILOGRAFIYA

Mobilografiya-fotografiya san'atining yangi janri

Zamonaviy dunyoda fotografiya allaqachon kuchli DSLR kameralar bilan qurollangan va ajoyib mahoratga ega bo'lgan mutaxassislarning taqdiri bo'lishni to'xtatdi. Bugungi kunda hamma fotografiya san'atiga qo'shilishi mumkin. Bunga nisbatan yaqinda paydo bo'lgan mobilografiya deb nomlangan mutlaqo yangi fotografiya janri misol bo'la oladi.

Mobilografiyada rasmlar turli xil mobil qurilmalarga o'rnatilgan raqamli kameralar yordamida olinadi. Xususan, ichida uyali telefonlar, smartfonlar va planshetlar. Bizning kundalik hayotimiz ko'plab o'tkinchi voqealar, yashirin vaqt lahzalaridan iborat bo'lib, ularni uyali telefon kamerasida suratga olish va keyin olingan fotosuratlar taassurotlarini do'stlaringiz bilan baham ko'rish mumkin. Mobilografiya nima va uni haqiqatan ham XXI asr foto san'ati deb atash mumkinmi?

Mobilografiya tarixi va janr xususiyatlari

Mobilografiya janri qayerda va qachon boshlanganini aytish qiyin. Bu, albatta, turli xil maishiy texnika va o'rnatilgan raqamli kameralarga ega mobil qurilmalarning keng tarqalishi boshlanishi bilan sodir bo'ldi. Ehtimol, fotosuratga ishtiyoqli odamlardan biri uyali telefonni sotib olgan, u erda kamera qo'shimcha xususiyat sifatida e'lon qilingan. Bunday kamera raqamli suratga olish uchun minimal texnik jihozlarga ega edi, buning natijasida mobil telefon yordamida olingan kadrlar noaniq va sifatsiz bo'lib chiqdi.

Biroq, telefon bilan suratga olgan fotosuratchi tasvirning sifatli kamchiliklarida ko‘proq narsani ko‘rishga muvaffaq bo‘ldi-fotosuratlariga olingan hissiyot va kayfiyat. Ehtimol, bu unga pora bergan va u tez-tez uyali telefonda suratga olishni boshlagan, keyin do‘stlari bilan qiziqarli fotosuratlarini baham ko‘rgan. Shunday qilib, afsonaga ko‘ra, fotografiya san'atining yangi janri – mobilografiya paydo bo‘ldi.

Mobilografiya bilan SMM ni qanday bog‘likligi bor?

Mobilografiyada har hil roliklar yoki suratlar olish uchun kerak SMM esa uni ijtimoiy tarmoqlarga o‘g‘ri joylash uchun kerak SMM sohasi joylangan surat yoki videoni ko‘proq odam ko‘rishi va ko‘proq insolarga yoqishini ta‘minlaydi. Mobilografiya sohasi O‘zbekistonga yaqinda kirib kelgan soha hisoblanib bu soha endi rivojlanyapdi.

"Mobilografiya" tushunchasi 2004 yilda dunyo bo‘ylab mobilografiyani ommalashtirish vazifasini qo‘ygan Butunjahon mobilograflar jamiyatini tashkil etgan rus rassomi Dmitriy Rezvan tomonidan kiritilgan. Filologiya fanlari doktori Valeriy Berezinning so‘zlariga ko‘ra, "o‘z rivojlanishining birinchi bosqichida mobilografiya tasvirli o‘yin, ko‘rinadigan tasvirni yaratish vositasi, tomoshabinlarning o‘ziga xos media-pataji sifatida harakat qildi", chunki media-madaniyat "birinchi navbatda sof o‘yin, shov-shuvli noyob va bema'ni narsalarni ochib beradi. oddiy qarash va tushunish uchun texnologiya imkoniyatlari". Shu bilan birga, boshidanoq mobilografiya fotografiya san'atining bir turi sifatida yangi texnologiya reportaj va maishiy fotografiyada ishlab chiqarishi kerak bo‘lgan inqilob kontekstida ko‘rib chiqildi.

2005 yilda Moskvada mobilografiyani ommalashtirish uchun u yoki bu tarzda fotografiya san'ati bilan bog‘liq bo‘lgan etakchi zamonaviy rassomlar — Semyon Faybisovich, Frantsisko Infante, Vladislav Mamishev-Monro, Andrey Bartenev, Sergey Shutov, Vladimir Dubosarskiy, Igor Makarevich va boshqalar ishtirokida ikkita "haqiqiy mobilografiya" ko‘rgazmasi bo‘lib o‘tdi. uyali telefon kamerasi bilan suratga olingan, galereyada namoyish qilish uchun katta formatda chop etilgan. Tanqidchilarning ta'kidlashicha, dastlabki mobil telefonlarning texnologik jihatdan nomukammal kameralari badiiy effektga to‘la buzilishlarni keltirib chiqargan va bu ta'sir bir qator rassomlar bilan uyg‘unlashgan. "Rasmlarning sifati va vaznini oshirishga intilish ko‘pincha ijodiy iktidarsizlikni qoplaydigan narsalardir. Mobilografiya — bu biz boradigan yo‘l, — u ortiqcha narsalarni olib tashlaydi", dedi ko‘rgazmalardan biri ishtirokchisi Oleg Kulik. Keyinchalik mobilografiya ko‘rgazmalari boshqa shaharlarda ham o‘tkazildi.

Ijtimoiy tarmoqlarda marketing (ingl. Ijtimoiy media marketing, SMM) - bu turli xil ijtimoiy platformalarga birlashtirilgan marketing . Ijtimoiy media akkauntlarini yuritish marketing va aloqa strategiyasining bir qismidir.

Bu ijtimoiy mediadan kompaniyalar yoki brendni targ‘ib qilish va boshqa biznes muammolarini hal qilish uchun kanal sifatida foydalanish bo‘yicha chora-tadbirlar majmui. Marketing qisqartmada etarlicha aniq so‘z emas, chunki bu marketing aralashmasining bir qismi bo‘lgan reklama degan ma'noni anglatadi. Ya'ni, aniqroq nom — ingliz tilidan ijtimoiy tarmoqlarda reklama. Social media promotion (SMP). Oddiy qilib aytganda, bu kelajakdagi iste'molchi bilan ijtimoiy tarmoqlar orqali aloqa qilishdir.

Asosiy e'tibor odamlar ijtimoiy tarmoqlar orqali mustaqil ravishda, tashkilotchining ishtirokisiz tarqatadigan xabarni (matnli yoki vizual) yaratishga qaratilgan. Ijtimoiy tarmoqlar

orqali uzatiladigan xabarlar tovar yoki xizmatning potentsial iste'molchilari uchun ko'proq ishonchni kuchaytiradi deb o'ylashadi. Bu o'zaro ta'sirning asosi bo'lgan ijtimoiy aloqalar orqali ijtimoiy ommaviy axborot vositalarida tarqatishning tavsuya sxemasi bilan bog'liq.

Ijtimoiy tarmoqlarda reklama sizga maqsadli auditoriyaga aniq ta'sir ko'rsatishga, ushbu auditoriya ko'proq namoyish etiladigan joylarni va u bilan aloqa qilishning eng mos usullarini tanlashga imkon beradi, shu bilan birga ushbu reklamaga qiziqmaydigan odamlarga eng kam ta'sir qiladi.

Ijtimoiy tarmoqlarda reklama nafaqat tovarlar va xizmatlarda qo'llaniladi. Ushbu texnologiyadan ommaviy axborot vositalari faol foydalanmoqda. Ular o'zlarining ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlarini yaratadilar, tarkiblarini joylashtiradilar va shu bilan izdoshlarini (o'z mahsulotlarini o'qiydiganlarni) to'playdilar.

Ijtimoiy media marketingining asosiy vazifalari Brendlash (brendni targ'ib qilish), auditoriya sadoqati va shon-shuhratini oshirish, PR va turli kompaniyalarning sayt trafigini oshirish hisoblanadi.

SMM vositalari-bu ijtimoiy media bloglari, turli jamoalardagi axborot xabarlarini, sharhlardagi aloqa, forumlar bilan ishlash, yashirin marketing, to'g'ridan-to'g'ri reklama va virusli marketing, ijobiy va salbiy fonlarni kuzatish, media makonini optimallashtirish

Mobilografiyaning o'rnini

1. Qulaylik va tezkorlik:

• Mobil qurilmalar har doim qo'l ostida bo'lganligi sababli, kontent yaratish jarayoni ancha tezlashadi.

• Har qanday vaqtda va joyda suratga olish imkoniyati mavjud bo'ladi, bu esa dolzarb va aktual kontent yaratishga imkon beradi.

2. Arzonlik:

• Professional suratga olish uskunalari va xizmatlari ancha qimmat bo'lishi mumkin.

Mobilografiya esa nisbatan arzonroq yechimdir.

• Qo'shimcha uskunalarga ehtiyoj sezilmaydi, oddiy smartfon yetarli bo'ladi.

3. Shaxsiylashtirish:

• Mobilografiya yordamida yaratilgan kontent shaxsiy va tabiiy ko'rinadi, bu esa auditoriya bilan yaqinroq bog'lanishga yordam beradi.

• Kundalik hayotiy lavhalar orqali brendning insoniy qiyofasini namoyish etish imkoniyati mavjud.

Mobilografiyaning imkoniyatlari

1. Yuqori sifatli kontent yaratish:

• Hozirgi zamonaviy smartfonlar yuqori aniqlikdagi kamera va ilg'or tasvir texnologiyalari bilan jihozlangan.

• Professional darajadagi fotosurat va videolarni yaratish imkoniyati mavjud.

2. Live translyatsiyalar va qisqa videolar:

• Instagram, TikTok, va YouTube kabi platformalarda live translyatsiyalar va qisqa videolar yaratish va ularni tezkor tarqatish mumkin.

• Ushbu formatdagi kontent foydalanuvchilar orasida katta qiziqish uyg'otadi va ko'proq jalb qilish imkonini beradi.

### 3. Interaktivlik:

• Mobilografiya yordamida interaktiv kontent yaratish osonroq. Masalan, savol-javob sessiyalari, foydalanuvchi tajribalarini ulashish va boshqalar.

• Foydalanuvchilarning fikr-mulohazalari va taassurotlarini tezkor olish imkoni mavjud.

### 4. Kreativlik:

• Mobilografiya ijodiy kontent yaratish uchun cheksiz imkoniyatlar taqdim etadi. Filtrlar, effektlar va boshqa ilovalar yordamida kontentni yanada qiziqarli va jozibador qilish mumkin.

• Eksperiment qilish va yangiliklar joriy etish imkoniyati katta.

Mobilografiya SMM sohasida katta afzalliklarga ega va u marketing strategiyalarini yanada samarali qilishda muhim rol o'ynaydi. Tezkorlik, qulaylik, yuqori sifatli kontent yaratish va kreativ imkoniyatlar kabi xususiyatlar tufayli mobilografiya zamonaviy marketingda ajralmas vositaga aylanib bormoqda. Shu sababli, SMM mutaxassislari mobilografiyadan to'liq foydalanishni o'rganishlari va uni o'z strategiyalariga qo'shishlari lozim.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. SMM Nima ? SMM bilan qanday shug'ullanish mumkin? - Eson
2. SMM - nima? - Texnoman.uz
3. SMM Nima: SMM Marketing haqida Tushuncha [2023]- OQILA
4. Nima uchun SMM sohasini o'rganish kerak? (najottalim.uz)
5. Hamidullo o'g'li, T. H. (2024). RAQAMLI AXBOROTLARNI QAYTA ISHLASHDA BULUTLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHDA CLOUD-ANDROID, I-CLOUD-APPLE IMKONIYATLARI VA FARQLARI. Scientific Impulse, 2(20), 189-193.
6. Hamidullo o'g'li, T. H. (2022). HOZIRGI KUNNING DOLZARB IMKONIYATLARI. JAWS VA NVDA DASTURLARI. Scientific Impulse, 1(2), 535-537.
7. Tursunov, H. H., & Hoshimov, U. S. (2022). Ta'lim tizimida ko'zi ojiz o'quvchilarni informatika va axborot texnologiyalari fanida o'qitish texnologiyalar. Новости образования: исследование в XXI веке, 1(5), 990-993.
8. Gorovik, A. A., & Tursunov, H. H. U. (2020). Scratch misolida bolalarni dasturlashni o'rgatish uchun vizual dasturlarni ishlab chiqish vositalaridan foydalanish. Universum: texnik fanlar, (8-1 (77)), 27-29.
9. Raimkulova, C. A., Aronbayev, S. D., & Aronbayev, D. M. (2020). Ekshalatsiyalangan havoda ammiakni ko'rsatishning vizual-rangli usuli va uni amalga oshirish uchun moslama. Universum: kimyo va biologiya, (7 (73)), 40-42.
10. Raimkulova, C. A., Narbayev, K. M., Aronbayev, D. M., & Aronbayev, S. D. (2022). AMMONIY IONLARINI SPEKTROFOTOMETRIK ANIQLASH UCHUN INDOFENOL KOMPLEKSINING HOSIL BO'LISH SHAROITLARINI OPTIMALLASHTIRISH. Norwegian Journal of Development of the International Science, (77-1), 3-9.

11. Raimkulova, C. A., Aronbayev, S. D., & Aronbayev, D. M. (2022). POTANSIYOMETRIK OQIM-IN'EKTSIYA SENSORI YORDAMIDA ARALASH TUPURIKNING PH QIYMATINI O'LCHASH. *Universum: kimyo va biologiya*, (6-2 (96)), 5-12.

12. Raimkulova, C. A., & Xolmurodova, D. K. (2022). BA'ZI KLINIK AHAMIYATGA EGA BIOMARKERLARNI INVAZIV BO'LMAGAN NAZORAT QILISH USULLARI VA QURILMALARINI ISHLAB CHIQISH. *GEPATO-GASTROENTEROLOGIK TADQIQOTLAR JURNALI*, (SI-2).

13. Narbayev, K., & Raimkulova, Ch.A. (2022, February). INDOFENOL USULI BILAN AMMONIY IONLARINI SPEKTROFOTOMETRIK ANIQLASH SHARTLARINI TANLASH. In *The 7 th International scientific and practical conference "Science, innovations and education: problems and prospects"* (February 9-11, 2022) CPN Publishing Group, Tokyo, Japan. 2022. 842 p. (p. 161).

14. Aronbayev, S. D., Aronbayev, D. M., Ismoilov, E. X., Islomov, L. B., Raimkulova, Ch.A., & Juraeva, S. B. (2020). Screen-printed elektrodleri og'ir metallarning inversion-voltammetrik ta'rifida. *Universum: kimyo va biologiya*, (5 (71)), 22-34.

15. Aronbayev, D. M., Aronbayev, S. D., Raimkulova, Ch.A., Isakova, D. T., & Shertaeva, A. A. (2021). Suv "tirik" va " o'lik". elektroaktiv suvning antioksidant va gevşeme xususiyatlari haqida yangi faktlar. *Universum: kimyo va biologiya*, (2 (80)), 26-31.

16. Raimkulova, C. A., Aronbayev, S. D., & Aronbayev, D. M. (2020). Ekshalatsiyalangan havoni tahlil qilish invaziv bo'lmagan diagnostika usuli sifatida. *International scientific journal «Global science and innovations*, 56-58.

17. Kuvatovna, K. D., & Rakhmanovich, K. A. (2022). STUDY OF THE QUALITATIVE CHARACTERISTICS OF THE DEVELOPED COAL BRIQUETT FROM LOCAL RAW MATERIALS AND PRODUCTION WASTE. *ijtimoiy fanlarda innovasiya onlayn ilmiy jurnali*, 2(12), 46-50.

18. Раимкулова, Ч. А., Аронбаев, С. Д., & Аронбаев, Д. М. (2022). Биомаркеры и оценка рисков. *Universum: химия и биология*, (1 (91)), 77-83.

26. Kamolovich, B. E., & Hamidullo o'g'li, T. H. (2024). RAQAMLI TEXNOLOGIYALARI DAVRIDA SOHA MUTAXASSISLIK FANI BO'YICHA IQTIDORLI O'QUVCHILAR BILAN ISHLASH. *Scientific Impulse*, 2(18), 125-131.