

RAQAMLI TEXNOLOGIYALARI DAVRIDA FACEBOOK VA INSTAGRAMNING IMKONIYATLARI VA FARQLARI

Akbarova Yoqutxon Ravshanbek qizi

O'zbekiston tuman 1-son kasb-hunar maktabi Maxsus fan o'qituvchisi

Annotatsiya: *Raqamli texnologiyalari davrida Facebook va Instagramning imkoniyatlari va farqlari haqida ma'lumotlar berilgan.*

Kalit so'zlar: *Raqamli texnologiyalari, Facebook, Instagram, ijtimoiy tarmoq, Meta Platforms.*

Hozirgi kunda Facebook va Instagramning egasi Meta Platforms nomli Amerika kompaniyasi hisoblanadi.

Facebook asosan bir xabardorlik va ijtimoiy tarmoq sifatida ishlaydi, Instagram esa asosan foto va video almashish va ijtimoiy tarmoq sifatida mashhur bo'lgan xizmat hisoblanadi.

Facebook, 2012 yilning aprel oyida Instagram xizmatini yakunlagan va unga 1-milliard dollarlik (2021 yiliga teng) narxda sotib oldi.

Facebook va Instagramning asosiy farqlari funksiyalari bo'lib, Facebook asosan do'stlar bilan aloqada bo'lish, xabarlar yuborish, foto va video almashish, o'yinlar o'ynash va boshqalar bilan aloqada bo'lish imkoniyatlarini taqdim etadi. Instagram esa asosan foto va video almashish, filtrlar qo'llash, joylashuvlar orqali tartibga solish, o'yinlar o'ynash, qo'shimcha funksiyalar sifatida Stories va Reels ni taqdim etadi.

Facebookning foydalanuvchilar soni 2021 yilning ikkinchi chorakida 2.8 milliardga yetgan, Instagramning esa 2021 yilning ikkinchi chorakida 1.2 milliardga yetgan ekanligi ma'lum. Kompaniya aloqasi: Facebook va Instagramning egasi Meta Platforms kompaniyasi oldida Mark Zuckerberg ishlaydi. (<https://onezero.medium.com/the-inside-story-of-how-facebook-acquired-instagram-318f244f1283>).

Instagramning foydalanuvchilar soni haqida ma'lumotlar 2023-yilning oktyabr oyiga oid. Meta kompaniyasi, Instagramning faol foydalanuvchilari sonining 2 milliardga yetganligini aytgan. Bu son, 2018-yilning ortalarida 1 milliarddan oshib, Instagramning o'zining o'zgarishlari va yangiliklari bilan birga oshganini ko'rsatadi.

Instagram, ijtimoiy tarmoq Facebook tomonidan 2012-yilda sotib olingan. Ushbu platforma, rasm va videolarni ulashish uchun mo'ljallangan ijtimoiy tarmoq sifatida ishlaydi. Instagram, foydalanuvchilarga rasmlar va videolar uchun raqamli filtrlar qo'llash imkonini beradi.

Instagramning foydalanuvchilari soni 2 milliardga yetganligi, bu platformaning katta ommaviy ahamiyatga ega bo'lganligini ko'rsatadi. Ushbu tarmoq orqali insonlar o'z rasmlarini va videolarini ulashish, do'stlari bilan aloqada bo'lish va o'zlarining hayotlarini ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Instagramning faol foydalanuvchilari soni 2 milliarddan oshdi, biroq kompaniya buni oshkor etmoqchi emas.

Meta kompaniyasining Xitoy, Mo'g'uliston va Markaziy Osiyo davlatlaridagi vakili Jorj Chen jurnalist va blogerlar uchun trening o'tkazdi. Uning qayd etishicha, Facebook va Instagram'ning 10 million faol o'zbekistonlik foydalanuvchisi bor. Alohida hisoblanganda esa Instagram foydalanuvchilari ko'proq.

Hozirgi kunda tadbirkorlar Instagram va Facebook platformalariga reklama qilishda bir nechta faktorlarni hisobga olishlari kerak. Bu faktorlar orasida tadbirkorning maqsadi, ahamiyati, target qarorlovchilar, reklam turlari va boshqa ko'rinishlarni o'z ichiga oladi. Quyidagi taqdimotda Instagram va Facebook platformalari orasidagi asosiy farqlarni ko'rib chiqamiz:

1. Instagram, asosan vizual tarkibga ega bo'lgan platforma hisoblanadi. Bu yerda asosiy maqsadlar, brending va tarkibni ko'rsatishdir. Instagram orqali brendingni kuchaytirish, brendni ommaviy tanishlik bilan bog'lash va tarkibni ommaviy tarqatish uchun yaxshi variant bo'ladi.

2. Facebook esa bir nechta maqsadlar uchun yaxshi variant bo'ladi. Bu platforma orqali brending, tarkibni ko'rsatish, mijozlarga yetkazish, mijozlarni qo'llab-quvvatlash va boshqalar kabi maqsadlarni amalga oshirish mumkin.

3. Instagram foydalanuvchilari o'rtacha yoshlari 25-34 yoshgacha to'g'ri keladi. Shu sababli, agar sizning brendingiz yoshdagi obro'ga mos keladigan mahsulot yoki xizmatlarga yo'naltirilgan bo'lsa, Instagram siz uchun yaxshi variant bo'ladi.

4. Facebook foydalanuvchilari esa o'rtacha yoshlari 35-54 yoshgacha to'g'ri keladi. Agar sizning brendingiz yoshdagi va orta yoshdagi obro'ga mos keladigan mahsulotlarga yo'naltirilgan bo'lsa, Facebook siz uchun yaxshi variant bo'ladi.

5. Reklam turlari:

5.1. Instagramda asosiy reklama turlari rasmlar, videolar va hikoyalar bo'lib, bu platformada vizual tarkibga e'tibor berish muhimdir. Shuningdek, Instagramda reklamlar ommaviy tarqatish uchun hammasi bilan bog'liq bo'lgan "call-to-action" tugmalari bilan birga ishlatiladi.

5.2. Facebook esa rasmlar, videolar, karusel va linklar bilan reklam qilish imkoniyatini beradi. Bu platformada reklamalar ommaviy tarqatish, mijozlarga yetkazish, tarkibni ko'rsatish va boshqalar kabi maqsadlarga yo'naltirilishi mumkin.

6. Reklam natijalari va tahlil:

6.1. Instagramda reklamlar ommaviy tarqatish uchun yaxshi natijalar berishi mumkin. Shu bilan birga, Instagramda reklamlar ommaviy tarqatish uchun yaxshi tarkib va vizual tarkibga e'tibor berish kerak.

6.2. Facebook esa reklamlar ommaviy tarqatish, mijozlarga yetkazish va boshqalar kabi maqsadlarga yo'naltirilishi mumkin. Bu platformada reklamalar uchun ma'lumotlarni tahlil qilish va natijalarni ko'rish imkoniyati yuqori darajada mavjud.

Shu sababli, Instagram va Facebook platformalari orasidagi reklama qilishni tanlashda tadbirkorlar maqsadlarini, reklama turlarini va natijalarni ko'rib chiqishlari

kerak. Buning uchun reklama kompaniyalarini test qilish va natijalarni tahlil qilish muhimdir.

Instagram va Facebook ikkala platforma ham Facebook kompaniyasiga tegishli bo'lsa-da, ular o'zaro farq qiladigan platformalar hisoblanadi. Tadbirkorlar uchun, bu farq muhimdir, chunki har bir platforma o'ziga xos xususiyatlarga ega.

Instagram va Facebook platformalarining mavjud demografiyasi va auditoriyasi o'rtasidagi farqni tushuntirish muhimdir. Facebook demografiyasi eng keng tarqalgan platformalardan biri hisoblanadi, Instagram esa yoshroq auditoriyaga ega.

Agar siz yangi obunachilar yoki foydalanuvchilar yig'ishni istasangiz, unda demografiyaga e'tibor bering, chunki sizning maqsadlaringizga mos keladigan auditoriya allaqachon ushbu tarmoqda faol bo'lishi kerak.

Reklama boshqaruv:

- Instagram va Facebook reklamalarini boshqarish uchun Facebook Ads Manager platformasidan foydalanish mumkin. Bu platforma orqali siz bir nechta auditoriyalarni va joylashuvlarni tanlash imkoniyatiga ega bo'lasiz.

- Facebookda kompaniyalar, maqsadlar va reklamalar uchun ko'plab variantlar mavjud bo'lib, siz test qilish uchun bir nechta kombinatsiyalarni tanlash imkoniyatiga ega bo'lasiz.

- Instagram esa oddiy va qulay interfeys bilan ishlaydi. Siz bir necha bosqichli reklamni mavjud post yoki hikoya bilan osonlik bilan sozlash imkoniyatiga ega bo'lasiz.

Tarkib:

- Instagram va Facebook platformalari tarkib turlari va ularga o'tkaziladigan interaktsiyalarda markaziy farq qiladi. Facebookda siz ko'plab tarkib turlari bilan reklama qilishingiz mumkin, Instagram esa in-caption havolalarni bosingizga qo'shish imkoniyatiga ega bo'lmaydi.

- Instagramda tarkibning vizual qismini muhim ahamiyatga ega bo'lishi kerak, shuning uchun avvalo unga mos keladigan qiziqarli rasmlar yoki videolar yaratish kerak. Facebook esa do'stlar va oilalar bilan aloqada bo'lish, qiziqarli havolalar va ma'lumotli postlarni ulashishga yo'naltirilgan.

Maqsadlar:

- Reklamalar uchun maqsadlarizni aniqlash juda muhimdir. Facebook Ad Manager sizga maqsadingizni tanlash imkoniyatini beradi. Instagram orqali reklama qilishda esa sizga maqsadni tanlash imkoniyati berilmaydi.

- Instagramda branding va e'tibor qo'zg'atish maqsadlari yaxshi natijalar berishi mumkin. Facebookda esa veb-saytga kliklar bilan birga maqolalar yoki sharhlar bilan birgalikda maqsadlarni yaxshilash mumkin.

Instagram va Facebook orasidagi reklama qilishni tanlashda sizning sohangiz ham muhim ahamiyatga ega. Ko'p narsalar, masalan, ovqat, modada va yosh iste'molchilar uchun Instagramda kuchliroq bo'lishi mumkin. Agar sizning hisobingiz

ikkala platformada ham mavjud bo'lsa, umumiy ijtimoiy media analitikasiga e'tibor bering va foydalanishda davom eting.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. https://azkurs.org/pars_docs/refs/76/75376/75376.pdf
2. <https://prezi.com/p/xtszxgwtokng/taqdimotlarni-ishab-chiqishning-instrumental-vositalari/>
3. Hamidullo o'g'li, T. H. (2023). RAQAMLI TEXNOLOGIYALARI DAVRIDA CHATGPT VA HOZIRGI KUNDAGI O'RNI. Scientific Impulse, 2(16), 320-325.
4. Горовик, А. А., & Турсунов, Х. Х. У. (2020). Применение средств визуальной разработки программ для обучения детей программированию на примере Scratch. Universum: технические науки, (8-1 (77)), 27-29.
5. 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.
6. Hamidullo o'g'li, T. H. (2022). HOZIRGI KUNNING DOLZARB IMKONIYATLARI. JAWS VA NVDA DASTURLARI. Scientific Impulse, 1(2), 535-537.
7. <https://www.google.com/intl/ru/slides/about/>
8. Hamidullo o'g'li, T. H., & Kamolovich, B. E. (2023). IMKONIYATI CHEKLANGAN O'QUVCHILAR BILAN ISHLASH TAJRIBASI. Scientific Impulse, 1(7), 648-653.
9. Hamidullo o'g'li, T. H. (2023). SHAXSIY KOMPYUTER BILAN O'ZARO ALOQADA BO'LGAN IMKONIYATI CHEKLANGAN SHAXSLARNING ISH JOYI VA O'RNI. Scientific Impulse, 1(11), 394-398.
10. Kamolovich, B. E., & Hamidullo o'g'li, T. H. (2023). SOHADA MICROSOFT OFFICE WORD 2003 VA 2021 DASTURLARI QO'LLANILISHI VA AFZALLIKLARI. Scientific Impulse, 1(11), 376-382.
11. Xolboboyevich, X. J. (2023). TYPES AND PROPERTIES OF WOOD USED IN CARPENTRY. International Multidisciplinary Journal for Research & Development, 10(12).
12. Xolboboyevich, X. J. (2023). "TEXNOLOGIK TA'LIM PRAKTIKUMI" DARSLARIDA TALABALARNING KREATIVLIK SIFATLARINI RIVOJLANTIRISH MAZMUNI. Наука и технологии, 1(2).
13. Xolboboyevich, X. J. (2023). O'QUVCHILARNI DARSDAN TASHQARI VAQTLARIDA KASB HUNARGA YO'NALTIRISH. Innovations in Technology and Science Education, 2(7), 1019-1025.
14. Xayitov, J. (2023). TALABALARDA KREATIVLIK SIFATLARNING RIVOJLANGANLIK DARAJASINI TASHXISLOVCHI METODLAR. Евразийский журнал социальных наук, философии и культуры, 3(1 Part 2), 147-153.

15. Hayitov, J. (2022). TALABALARDA KREATIVLIK SIFATLARINI RIVOJLANTIRISHGA OID XORIJ TAJRIBASI. Евразийский журнал академических исследований, 2(13), 1463-1470.
16. Xolboboyevich, X. J. (2022). Using Innovation and Technology to Accelerate Progress in Education. American Journal of Social and Humanitarian Research, 3(10), 113-116.
17. Hayitov, J. (2022). TEXNOLOGIYA FANI O'QITUVCHILARIDA KREATIVLIKNI RIVOJLANTIRISHNING BA'ZI JIHATLARI. Физико-технологического образование, (3).
18. Hayitov, J. (2022). BO'LAJAK TEXNOLOGIYA FANI O'QITUVCHILARINI KREATIVLIGINI SHAKLLANTIRISH TEXNALOGIYASI. Физико-технологического образование, (3).
19. Xolboboyevich, H. J. (2022). Future Technology Creativity of Teachers Some Aspects of Development. Eurasian Journal of Engineering and Technology, 4, 55-58.
20. KHOLBOBOYEVICH, H. J. (2022, February). SCIENTIFIC AND THEORETICAL FUNDAMENTALS OF DEVELOPING THE CREATIVE QUALITIES OF TEACHERS OF FUTURE TECHNOLOGY. In Next Scientists Conferences (pp. 71-75).
21. Hamidullo o'g'li, T. H. (2023). TA'LIM TIZIMIGA MICROSOFT OFFICE 2003 VA 2020 DASTURLARINI QO'LLANILISHI VA IMKONIYATLARI. Scientific Impulse, 2(13), 353-357.
22. Хўжаназаров, Ў. Э., Рўзимова, Х. К., Есимбетов, Р. М., Алламуратов, Б. Д., Бобокелдиева, Л. А., Наралиева, Н. М., & Халкузиева, М. А. (2022). Қашқадарё ҳавзасининг тоғолди яйловлари мониторинги ва экологик оптималлаштириш. Образование, 8(9), 10.
23. Хужаназаров, У. Э., Рузимова, Х. К., Есимбетов, Р. М., Алламуратов, Б. Д., Бобокелдиева, Л. А., Наралиева, Н. М., & Халкузиева, М. А. (2022). ашқадарё хдвзасининг тоғолди яйловлари мониторинги ва экологик оптималлаштириш. Образование, 8(9), 10.
24. Есимбетов, Р., & Матрасулов, Г. (2022). РЕПРОДУКТИВНАЯ ДИНАМИКА БОЛЬШОЙ ПЕСЧАНКИ (RHOMBOMYS OPIMUS L.) В НУКУССКИХ ПЕСКАХ ПУСТЫНИ КЫЗЫЛКУМ. In НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ (pp. 14-16).
25. Yesimbetov, R. M., Asenov, G. A., Allamuratov, B. D., & Matrasulov, G. J. (2020). Long-term Dynamics of the Midday Gerbil (Meriones meridianus Pall) Population in the Portion of the Kyzylkum Desert in the Nukus Area. International Journal of Scientific and Technology Research, 9(3), 6213-6216.
26. Есимбетов, Р. М., & Асенов, Г. КАТТА ҚУМ СИЧҚОНИ (XENOPSYLLA HIRTIPIES) БУРГАСИНИНГ МОНИТОРИНГ КУЗАТИШ ФЕНОЛОГИЯСИ. МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН КАРАКАЛПАКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ БЕРДАХА ФАКУЛЬТЕТ БИОЛОГИИ, 31.

27. Есимбетов, Р. М., & Асенов, Г. ҚИЗИЛҚУМНИНГ НУКУС ҚУМИ ҲУДУДИДА
ТУШКИ ҚУМСИЧҚОНИ (MERIONES MERIDIANUS) НИНГ ТАРҚАЛИШИ ВА СОН
ДИНАМИКАСИ. МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН КАРАКАЛПАКСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ БЕРДАХА ФАКУЛЬТЕТ БИОЛОГИИ,
29.