

TELEGRAM IJTIMOY TARMOG'I IMKONIYATLARI VA TAHLILI

Baymuratov Erkin Komolovich

Farg'ona ICHSHUI kasb-hunar maktabi

Maxsus fan o'qituvchisi

Annotatsiya. *Telegram ijtimoiy tarmog'i imkoniyatlari va tahlili haqida ma'lumotlar berilgan.*

Kalit so'zlar: *ishtimoiy tarmoq, telegram, premium, Stickerlar, Secret Chat, Bot platformasi, Dark Mode, Telegram Premium.*

KIRISH

Hozirgi kunda ish faoliyati va kundalik xayotda ma'lumotlar almashishda ishtimoiy tarmoqlarsiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Ushbu ishtimoiy tarmoqlardan biri bu –telegramdandir.

Telegram 2013-yilda aka-uka Nikolay va Pavel Durovlar tomonidan ishlab chiqilgan. 2013-yilning oktabr oyida Telegramda kunlik 100,000 foydalanuvchi bor edi. 2014-yil 24-martda esa Telegram o'zida 35 million oylik va 15 million kunlik foydalanuvchisi borligini e'lon qildi. 2014-yil dekabr oyida Telegram kunlik 1 milliard xabar yuboradigan 50 million foydalanuvchisi borligini va auditoriyasi haftasiga bir millionga ko'payayotganini e'lon qildi.

2018-yil martida Telegram 200 millionlik oylik faol foydalanuvchiga erishdi. O'tgan yili, 2020-yil aprel oyida 400 million faol foydalanuvchiga erishganligini ma'lum qildi. 2021-yil yanvar oyi esa bu ko'rsatkich 500 milliondan oshdi.

2013-yil 14-avgustda iOS kompaniyasi Apple foydalanuvchilariga „Telegram“ dasturini taqdim qildi. Shu yili 22-avgustda esa Android foydalanuvchilari bu dasturda foydalana boshlashdi.

Telegram dasturi MTPROTO protokoli asosida ishlaydi.

Telegram messenjeri obligasiyalar sotish orqali 1 milliard dollarlik sarmoya jalb qildi. Durovning ma'lum qilishicha, Telegramning asosiy maqsadi kelajakda o'nlab yillar yoki asrlar davomida insoniyatga xizmat qilishi mumkin bo'lgan moliyaviy barqaror loyihaga aylanish bo'lib, 1 milliard dollar sarmoyaning jalb qilingani ushbu maqsadga erishish yo'lidagi yana bir qadam bo'lgan.

ADABIYOTLAR TAHLILI

A.T. Karimov. "Ijtimoiy tarmoqlar va ularning jamiyatdagi roli" nomli adabiyotida Telegram ijtimoiy tarmog'i, uning imkoniyatlari va tarmoqlarni rivojlantirishdagi roli tahlil qilinadi Telegramning boshqa ijtimoiy tarmoqlardan farqi, uning xavfsizlik va shaxsiy hayotni himoya qilishdagi imkoniyatlarini ko'rib chiqadi. Telegramning O'zbekistondagi ijtimoiy-siyosiy jarayonlarga ta'siri, ayniqsa, siyosiy kampaniyalar va ommaviy axborot vositalarining roli tahlil qilinadi. Shuningdek, Telegramda amalga oshirilgan marketing strategiyalariga e'tibor qaratilgan.

N.G. Tursunov. "Telegram va uning jamiyatga ta'siri" nomli adabiyotida telegram ijtimoiy tarmog'i, uning imkoniyatlari va tarmoqlarni rivojlantirishdagi roli tahlil qilinadi. Muallif Telegramning boshqa ijtimoiy tarmoqlardan farqi, uning xavfsizlik va shaxsiy hayotni himoya qilishdagi imkoniyatlarini ko'rib chiqadi.

M.X. Rahmonov. "Digital marketing va ijtimoiy tarmoqlarda reklama: Telegram imkoniyatlari" nomli adabiyotida telegram platformasining digital marketingda qo'llanilishi tahlil qilinadi. Muallif, Telegramning biznes va brendlarni rivojlantirishda qanday qo'llanilishi, reklama va marketingning samarali usullari haqida ma'lumot beradi.

Sh.M. Zaynullayev. "Telegram: ijtimoiy tarmoqdan biznes tarmog'igacha" o'z adabiyotida Telegramning ijtimoiy tarmoq sifatida boshlanib, qanday qilib biznesni rivojlantirish, mahsulotlarni sotish va mijozlar bilan aloqalarni o'rnatish uchun kuchli platformaga aylanganini ko'rsatadi.

Natija va muxokalar tahlili

A.T. Karimov o'z ilmiy ishlarida telegramning tez tarqalishi va foydalanuvchilar orasida keng ko'lamdagi ijtimoiy tarmoqlar va guruhlar yaratish imkoniyatlari haqida tahlil qiladi. Shuningdek, u Telegramning jamiyatda axborot tarqatish, siyosiy kampaniyalar va ta'lim sohasida qo'llanilishidagi foydali tomonlarni yoritadi.

N.G.Tursunov ilmiy ishlarida telegramning boshqa ijtimoiy tarmoqlardan farqi va uning ijtimoiy, siyosiy va iqtisodiy sohalarda qanday ta'sir ko'rsatishi tahlil qilinadi. Telegramning tez tarqalishida uning xavfsizligi, anonimlik va interaktivlik imkoniyatlari katta rol o'ynaydi. Biroq, unda noto'g'ri axborot tarqatish va manipulyatsiya qilish kabi salbiy tomonlar ham mavjud.

M.X.Rahmonov ilmiy ishlarida Telegramda reklama kampaniyalarining qanday tashkil etilishi, uning o'ziga xos xususiyatlari, masalan, reklamani nishonlangan auditoriyaga yetib borishi, kanal va guruhlarining samarali ishlatilishi tahlil qilinadi. Telegramda foydalanuvchilarni jalb qilish va brendni tanitish usullari ko'rsatilgan.

Sh.M.Zaynullayev o'z ilmiy ishlarida Telegramning biznesda qanday foydalanganligini, qanday qilib korxonalar mijozlarni jalb qilish va marketing qilish uchun foydalanayotganini tahlil qiladi. Telegramning biznes va ta'lim sohasidagi samaradorligi, shuningdek, uning reklama va marketingdagi o'рни haqida so'z yuritadi.

2013-yil. Telegram dastlab xavfsiz va tezkor xabar almashish platformasi sifatida iOS uchun 14-avgustda, Android uchun esa 20-oktabrda ishga tushirildi.

Funksiyalar. Xabar yuborish, rasmlar almashish, bulut saqlovi, va cheklanmagan chatlar uchun kuchli shifrlash.

2014-yil. Guruh chatlari. 200 kishigacha bo'lgan guruhlar yaratish imkoniyati paydo bo'ldi.

Multimedia funksiyalari. Rasmlar, hujjatlar va videolarni almashish imkoniyati.

Secret Chat. O'z-o'zidan o'chib ketadigan xabarlar uchun maxsus suhbatlar qo'shildi.

2015-yil. Stickerlar. Telegram birinchi bo'lib juda katta va turli mavzulardagi stikerlarni qo'llab-quvvatladi. Xabarlarini va chatlarni global qidirish funksiyasi joriy etildi. Bot platformasi ishga tushirildi ishlab chiquvchilar maxsus botlar yaratishi mumkin bo'ldi.

2016-yil. Media tahrirlash. Foydalanuvchilar rasmlarga niqoblar, stikerlar va yozuvlar qo'sha olishdi. GIF qidirish va yuborish funksiyasi. Animatsion kontentning ommaviylashuviga sabab bo'ldi.

Super Groups. Guruhlar cheklanmagan ishtirokchilarga ega bo'lishi va maxsus funksiyalardan foydalanish imkoniyatiga ega bo'ldi.

2017-yil. Ovozli qo'ng'iroqlar. Ular Telegram foydalanuvchilari orasida juda katta qiziqish uyg'otdi. Qo'ng'iroqlarda xavfsizlik shifrlash kodlarini avtomatik tarzda tekshirish bilan kuchaytirildi.

2018-yil. Telegram Passport. Onlayn xizmatlarga xavfsiz tarzda ro'yxatdan o'tish vositasi joriy qilindi. Media fayllarini streaming qilish. Endi foydalanuvchilar media fayllarni yuklab olishni kutmay, ular bilan ishlashni boshlay olishdi.

Yangi bot funksiyalari. Tugmalar, menyular, ichki buyruqlar uchun imkoniyatlar kengaytirildi.

2019-yil. Fayl hajmi. Har bir fayl uchun ruxsat etilgan maksimal hajm 2 GB gacha oshirildi. Chatlarni arxivlash. Kam ishlatiladigan chatlar arxivga joylashtirilib, asosiy ekrandagi joyni tejashga yordam berdi.

2020-yil. Qorong'i rejim (Dark Mode). iOS va Android uchun ishlab chiqildi.

Qo'shma chat funksiyalari. Cheklanmagan xabarlar o'lchami va media integratsiyasi. Avtomatik o'chadigan xabarlar. Ma'lum vaqt o'tib o'z-o'zidan o'chadigan xabarlarni sozlash imkoni.

2021-yil. Ovozli chatlar 2.0. Kanallar va guruhlarda cheklanmagan qatnashchilar soni bilan ovozli chatlar joriy etildi.

Videokonferensiyalar. 30 kishigacha video muloqot va ekran almashish imkoni.

Chat tarjimai: Xabarlarni tezkor tarjima qilish uchun yangi vosita joriy etildi.

Animatsion stikerlar va QR-kodlar orqali profil ulashish.

2022-yil. Telegram Premium. A'zolikka asoslangan xizmat joriy etilib, quyidagi xususiyatlarni qo'llab-quvvatladi:

- Fayllarni 4 GB gacha bo'lgan hajmda yuklash;
- Eksklyuziv stikerlar va reaksiya imkoniyatlari;
- Interaktiv stikerlar. Profilda animatsiyalangan avatlardan foydalanish imkoni;
- Reaksiya funksiyasi. Har bir xabarga animatsion javoblar berish.

2023-yil. Avtomatik chat kategoriyalari. Chatlarni turli bo'limlarga bo'lib boshqarish qulayligi. Profil avatlarni guruhlar uchun sozlash: Guruhlarda odamlarga maxsus rasmlar biriktirish.

2024-yil. Botlarga sun'iy intellekt integratsiyasi. Hozirda Telegram botlari foydalanuvchi bilan AI yordamida muloqot qilishi mumkin.

Profil va chat statistikasi. Chatlarning faoliyatiga oid ma'lumotlar (xabarlar soni, foydalanuvchi ishtiroki). Murakkab media boshqaruvi. Foydalanuvchilar bir nechta media fayllarni boshqarish uchun keng imkoniyatlardan foydalanadi. Bu bilan Telegram o'z foydalanuvchilari uchun xavfsiz, funksional va qulay platforma bo'lib kelmoqda.

Messenger asoschisi Pavel Durovga ko'ra, 2024 yilda Telegram ilk marta daromadga chiqib, kripto-aktivlarni hisobga olmaganda yilni 500 mln dollardan ortiq naqd pul zaxirasi bilan yakunlamoqda. Kompaniya oxirgi 4 yilda 2 milliard dollarga yaqin qarzlarini yopgan. Bundan ko'rinib turibdiki, ishtimoiy tarmoqga bo'lgan extiyoj kundan-kunga oshmoqda.

Xulosa.

Hozirgi kunda Telegramning axborot almashishdagi samaradorligi, yangiliklarni tez tarqatish imkoniyatlari, shuningdek, ta'lim va biznes sohalarida foydalanuvchilarga yordam berishdagi afzalliklari ko'rish mumkin.

Telegramda o'zaro fikr almashish, tezkor axborot almashish va jamiyatni birlashtirish imkoniyatlari oshiradi. Shuningdek, ta'limda, biznesda va jamoat ishlari sohasida uning foydalari aytib o'tilgan. Telegramda reklama qilishning samaradorligi, brendlarni rivojlantirishdagi yangi imkoniyatlar, shuningdek, reklama byudjetini samarali taqsimlash imkoniyatlari ta'kidlangan. Telegramning ijtimoiy va biznes sohasidagi foydalari, yangi mahsulotlar va xizmatlarni tanitishdagi rolini, shuningdek, mijozlar bilan interaktiv aloqalarni mustahkamlashdagi afzalliklarini ko'rsatadi.

Telegram platformasi o'zining shaxsiylik, xavfsizlik, va tezkor axborot almashish imkoniyatlari bilan jamiyatga katta foyda keltiradi. U faqat ijtimoiy aloqalar uchun emas, balki biznes, ta'lim, va siyosiy jarayonlarda ham samarali qo'llanilmoqda. O'zbek adabiyotlarida Telegramning ijtimoiy tarmoq sifatida ahamiyati, shuningdek, uning biznesda va marketingda qo'llanilishi haqida keng tahlil va ilmiy yangiliklar keltirilgan. Telegramning foydalari orasida axborotning tez tarqalishi, o'zaro fikr almashish va interaktiv muloqot o'rin oladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLLAR:

1. A.T. Karimov. "Ijtimoiy tarmoqlar va ularning jamiyatdagi roli". "Iqtisodiyot va ta'lim". Toshkent .2020
2. N.G. Tursunov. "Telegram va uning jamiyatga ta'siri". "Ijtimoiy fikr". Samarqand.2021.
3. M.X. Rahmonov. "Digital marketing va ijtimoiy tarmoqlarda reklama: Telegram imkoniyatlari". "Iqtisodiyot va marketing". Toshkent.2022.
4. Sh.M. Zaynullayev. "Telegram: ijtimoiy tarmoqdan biznes tarmog'igacha". "Innovatsion iqtisodiyot". Farg'ona.2023.
5. Khudoikulovna, M. F. (2021). The role of heredity in the development of creativity. In Euro-Asia Conferences (Vol. 4, No. 1, pp. 5-6).
6. Hudaykulovna, M. F., & Qosimov, P. S. U. (2019). Formation of a Conscious Attitude to Study and Work, Ensuring Business Skills for Mental and Physical Development. European Journal of Research and Reflection in Educational Sciences Vol, 7(12), 6.
7. Мукумова, Ф. Х. (2021). МИЛЛИЙ ХУНАРМАНДЧИЛИК ТАРИХИНИ ЎРГАНИШДА ЎҚУВЧИЛАРНИ ИЖОДКОРЛИККА ҚИЗИҚТИРИШНИНГ ДИДАКТИК ИМКОНИЯТЛАРИ: DOI: <https://doi.org/10.53885/edinres.2021.77.73.052> Мукумова Феруза Худойкуловна Термиз давлат университети, технологик таълим кафедраси катта ўқитувчиси.

Образование и инновационные исследования международный научно-методический журнал, (1-Махсус сон), 154-159.

8. Мукумова, Ф. Х. (2021). ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ ПОДГОТОВКИ УЧИТЕЛЯ К УЧЕБНОМУ ПРОЦЕССУ: DOI: <https://doi.org/10.53885/edinres.2021.83.90.053> Мукумова Феруза Худайкуловна, Преподавательница Термезского государственного университета. Образование и инновационные исследования международный научно-методический журнал, (1-Махсус сон), 150-153.

9. Khudoikulovna, M. F. (2021, March). THINKING MOTIVES THAT ENCOURAGE STUDENTS TO BE CREATIVE. In E-Conference Globe (pp. 65-66).

10. Hamidullo o'g'li, T. H. (2024). IJTIMOIIY TARMOQLARDAN MAQSADLI FOYDALANISH IMKONIYATLARI. Научный Фокус, 2(17), 125-130.

11. Hamidullo o'g'li, T. H. (2022). HOZIRGI KUNNING DOLZARB IMKONIYATLARI. JAWS VA NVDA DASTURLARI. Scientific Impulse, 1(2), 535-537.

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

Артикова Ш. МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ОЦЕНКЕ ВЕЖЛИВОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ И ИНТЕРПРЕТАЦИИ ТЕКСТОВ //Академические исследования в современной науке. – 2024. – Т. 3. – №. 44. – С. 109-111.

Артикова Ш. МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ОЦЕНКЕ ВЕЖЛИВОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ И ИНТЕРПРЕТАЦИИ ТЕКСТОВ //Академические исследования в современной науке. – 2024. – Т. 3. – №. 44. – С. 109-111.

Артикова, Ш. (2024). МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ОЦЕНКЕ ВЕЖЛИВОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ И ИНТЕРПРЕТАЦИИ ТЕКСТОВ. Академические исследования в современной науке, 3(44), 109-111.

Артикова, Ш. (2024). МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В ОЦЕНКЕ ВЕЖЛИВОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ И ИНТЕРПРЕТАЦИИ ТЕКСТОВ. Академические исследования в современной науке, 3(44), 109-111.

Артикова Ш. М. Вежливость В Семейной Риторике Узбекистана И Англии: Культурные Различия //International Conference on Linguistics, Literature And Translation (London). – 2024. – Т. 8. – С. 98-101.

Артикова, Ш. М. (2024, October). Вежливость В Семейной Риторике Узбекистана И Англии: Культурные Различия. In International Conference on Linguistics, Literature And Translation (London) (Vol. 8, pp. 98-101).

Артикова, Ш. М. (2024, October). Вежливость В Семейной Риторике Узбекистана И Англии: Культурные Различия. In International Conference on Linguistics, Literature And Translation (London) (Vol. 8, pp. 98-101).

Shaxnoza A. PROSODIC FEATURES OF SPEECH FORMS OF ADDRESS IN ENGLISH DISCOURSE IN COMPARISON WITH RUSSIAN //Journal of Modern Educational Achievements. – 2022. – Т. 1. – С. 33-38.

Shaxnoza, Artikova. "PROSODIC FEATURES OF SPEECH FORMS OF ADDRESS IN ENGLISH DISCOURSE IN COMPARISON WITH RUSSIAN." Journal of Modern Educational Achievements 1 (2022): 33-38.

Shaxnoza, A. (2022). PROSODIC FEATURES OF SPEECH FORMS OF ADDRESS IN ENGLISH DISCOURSE IN COMPARISON WITH RUSSIAN. Journal of Modern Educational Achievements, 1, 33-38.

Artikova, Shaxnoza Maxamadovna. "О НЕОБХОДИМОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН." Theoretical & Applied Science 5 (2020): 79-83.

Artikova, S. M. (2020). О НЕОБХОДИМОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН. Theoretical & Applied Science, (5), 79-83.

Artikova S. M. О НЕОБХОДИМОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН //Theoretical & Applied Science. – 2020. – №. 5. – С. 79-83.