

ШЕРЗОДХОН ҚУДРАТХУЖАЕВ

ИНТЕРНЕТ ВА АХБОРОТ: ХИЗМАТЛАР, ФОЙДАЛАНИШ АСОСЛАРИ



- UZ domeni
- э - почта
- қидирув хизматлари
- RSS
- E - kutubxona
- E - kitoblar
- Internetda video va TV
- Internet va kelajak

32, 043, 202
к-43

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА УРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

МИРЗО УЛУФБЕК НОМИДАГИ
ЎЗБЕКИСТОН МИЛЛИЙ УНИВЕРСИТЕТИ

Шерзодхон Қудратхўжаев

**ИНТЕРНЕТ ВА АХБОРОТ:
ХИЗМАТЛАР,
Фойдаланиш асослари**

(Ўқув қўлланма)

ТОШКЕНТ — «ИСТИҚЛОЛ» — 2013

№ 394 308

УДК: 004.7385(075)

КБК: 32.973.202

Қ 73

Тақризчилар:

Қудрат ИРНАЗАРОВ, тарих фанлари доктори,
Алишер ФАЙЗУЛЛАЕВ, сиёсий фанлар доктори

Масъул муҳаррирлар:

Файзулла МЎМИНОВ, филология фанлари
доктори, профессор

Нозима МУРАТОВА, филология фанлари номзоди

32.973.202 Қудратхўжаев, Шерзодхон.

Қ 73

Интернет ва ахборот: хизматлар, фойдаланиш асослари:
ўқув қўлланма / Ш.Қудратхўжаев; масъул муҳаррирлар
Ф. Мўминов, Н. Муратова; Ўзбекистон Республикаси Олий
ва ўрта махсус таълим вазирлиги, М. Улугбек номидаги Ўзбе-
кистон миллий университети – Тошкент: Istiqlol, 2013. – 104 б.

Ушбу ўқув қўлланма ахборот технологиялари ва Интернетнинг янги комму-
никация ва маърифий имкониятларини кенгроқ очиб беришга мўлжалланган.
Унда Интернетда ахборот воситаларининг ривожланиш йўналишлари ва жара-
ёнлари, Интернетнинг оммавий коммуникация воситаси сифатидаги имкони-
ятлари, амалий фаолиятда Интернетдан фойдаланишда зарур бўлган: э-почта,
форум, электрон кутубхона ва электрон китоблар, қидирув хизматлари ва фой-
даланувчилар учун қулай бўлган бошқа веб-хизматлар ҳамда ОАВнинг тўртин-
чи тури сифатида шаклланаётган веб-журналистика тўғрисида фикр юритилади.

Ўқув қўлланма ахборот коммуникация технологиялари мутахассислари, ин-
форматика ўқитувчилари, гуманитар фанлар бўйича таҳсил олаётган олий ўқув
муассасалари ва касб-ҳунар коллежлари талабалари, магистрлари, амалиётчи-
журналистлар, тадқиқотчилар учун мўлжалланган бўлиб, Ўзбекистон Миллий
университети «Интернет журналистика назарияси ва амалиёти» кафедраси томо-
нидан нашрга тайёрланган.

*Мазкур қўлланма Мирзо Улугбек номидаги Ўзбекистон Миллий университети
Ўқув-услубий кенгаши томонидан куриб чиқилган ва чоп этишга тавсия этилган.
2010 йил 23 ноябрь 3-сонли баённома.*

УЎК: 004.7385(075)

КБК: 32.973.202

ISBN 978-9943-308-70-1

© «ИСТИҚЛОЛ», 2013

Ватанимизнинг келажаги, халқимизнинг эртанги куни, мамлакатимизнинг жаҳон ҳамжамиятидаги обрў-эътибори, авваламбор, фарзандларимизнинг униб-ўсиб, улғайиб, қандай инсон бўлиб ҳаётга кириб боришига боғлиқдир. Биз бундай ўтқир ҳақиқатни ҳеч қачон унутмаслигимиз керак.¹

**Ислом КАРИМОВ,
Ўзбекистон Республикаси Президенти**

КИРИШ

Бугун ахборот технологиялари ниҳоятда жадаллик билан ривожланиб, турмушимизнинг деярли барча жабҳаларига шиддат билан кириб келди ва замонавий воқеликка айланди. Инновацион, яъни янги технологиялар дунёнинг энг ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларида иқтисодиётнинг янги сердаромад соҳасига айланмоқда. Янги ишчи жойлар вужудга келиб, кенг имкониятлар очилмоқда, иқтидорли мутахассислар энг замонавий интеллектуал технологияларни яратяптилар ва уларнинг маҳсулидан фойдаланяптилар.

Хусусан, бу борада ИТ-технологияларни ривожлантиришда илгарилаб кетаётган Ҳиндистоннинг тажрибаси ибратлидир. Мамлакат иқтисодиётида 2008 йилда hi-tech соҳасининг ҳиссаси 5,5%ни, яъни 64 млрд. АҚШ долларини ташкил этди. Бу баъзи кичик ва ўрта давлатларнинг йиллик ялпи ички маҳсулотига (ЯИМ) тенгдир. Ҳиндистонда интеллектуал маҳсулотларни яратиш соҳасида банд бўлган кўп сонли мутахассислар жамоалари мавжуд. Мазкур соҳада, умуман олганда 9 — 10 млн. одам бевосита мамлакатда дастурий таъминотни яратиш билан машғул (бу 2—3 давлатнинг аҳолисига тенг). Бундан ташқари, мазкур сон йилига 500 мингдан зиёд олий ўқув муассасалари битирувчилари эвазига кўпайиб боради. Дастурлаш соҳасида юксак малакага эга минглаб ҳиндистонликлар АҚШнинг Силикон водийси, Япония ва бошқа ривожланган мамлакатларда фаолият кўрсатяптилар.

¹ И.А. Каримов. Юксак маънавият — енгилмас куч. — Т.: «Манавият», 2008.

Ахборот технологиялари инсон фаолиятининг қўлига соҳаларига кириб келмоқда. Хусусан, ахборот-коммуникация технологияларининг (АКТ) ривожланиши ва таъсири натижасида давлат бошқарувида, тadbиркорлик фаолияти ва хизмат кўрсатишда, таълим ва маданият соҳаларида, шунингдек, ахборот маконида бир қанча таркибий ва сифат ўзгаришлари рўй бермоқда. Замонавий тенденциялар таъсирида бугун янги техник, технологик ва интеллектуал ресурсларга эҳтиёж ортиб бормоқда. Ҳар бир соҳада интеллектуал ресурслар, яъни ташкилот раҳбарияти ва ходимларига бўлган касбий талабларнинг ўзгариши, уларда нафақат мутахассислик, балки компьютер саводхонлиги, Интернетдан бохабарлик, дастурлаш ва шу каби кўникмаларга эга бўлиш талаби кучайиб бормоқда.

Яқин-яқингача Ўзбекистон журналистикасининг Интернетда номён бўлишини ўрганиш учун амалий мисоллар етишмасди. Аммо охириги йилларда мамлакатда Интернет оммавий ахборот воситалари (кейинги ўринларда Интернет ОАВ деб юритилади) кескин кўпайди, глобал тармоқда анъанавий оммавий ахборот воситаларининг (қўйида ОАВ деб юритилади) электрон нусхалари пайдо бўлди, Интернет ОАВнинг янги медиа тури вужудга келди, журналистик фаолиятнинг алоҳида йўналиши бўлмиш Интернет журналистикаси фаоллашди.

2013 йил январь ҳолатига кўра Интернетнинг UZ ҳудудида 16,3 мингта веб-сайт мавжуд бўлиб, шулардан 196 таси расман ОАВ сифатида рўйхатдан ўтказилган. Интернет ОАВ миллий ахборот маконининг алоҳида ва мустақил сегменти сифатида шаклланди. Дунё бўйича ва Ўзбекистонда веб-журналистика мислсиз суръатларда ривожланиб бориши муносабати билан, бу масалани ўрганиш, тадқиқ қилиш замон талабига айланди. (Ишонамизки, бу суръатларда 2020 йилларга бориб мамлакатимизда минглаб веб-сайтлар фаолият юритади).

Миллий матбуотимизнинг Интернетда шаклланишининг рамзий хронологияси кўриб чиқилганда, уларнинг глобал тармоқни bosқичма-bosқич забт этганига гувоҳ бўлиш мумкин. Дастлабки bosқичда таҳририятлар томонидан Интернет анъанавий нашрни бойитиш мақсадида қўлланган ва ундан олинган халқаро ҳаёт масалаларига оид маълумотлар газетанинг бош саҳифасида алоҳида рукн остида берилган эди. Миллий телевидение ва радиоканаллар учун эса, у халқаро шарҳловчилар ва хориждаги мухбирларнинг етиш-

маслиги муаммосини ҳал этиш воситаси ҳамда хорижда рўй берган воқеаларни тезкор ёритишга қўмаклашувчи манба бўлиб хизмат қилган.

Интернетга бундай эҳтиёжнинг бир қанча сабаблари бор эди. Биринчидан, Интернетнинг бу каби ахборотларни тақдим этишдаги тезкорлиги ва иқтисодий қулайлиги анъанавий нашрларимизнинг мавзу қўламини кенгайтиришга хизмат қилди. Иккинчидан, бизда Интернетга уланиш эндиgina амалга оширилаётган бир пайтда, хорижий йирик ахборот агентликлари ва ОАВларининг веб-нусхалари сифатли ва тезкор фаолиятини йўлга қўйиб бўлганди. Демак, мамлакат ОАВ учун Интернет улкан ахборот манбаи бўлиб хизмат қилгани тарихда шу аснода муҳрланди.

2002 йилдан бошлаб мамлакат ОАВ бевосита Интернетда ўз веб-сайтларини ташкил эта бошлади. Уларнинг аксарияти кўп жиҳатдан таҳририят ҳақидаги маълумотларнигина тақдим этишга мўлжалланган веб-ваколатхона кўринишида яратилган бўлиб, натижада бизнинг ОАВимиз Интернетда ўзини таништира бошлади. Тўғри, мазкур бочқичда бир қанча камчиликлар ҳам кўзга ташланар эди. Хусусан, тезкорлик ва сифат борасида оқсашлик; веб-саҳифалар Интернетнинг хусусиятларини инобатга олмаган ҳолда, иш фаолияти анъанавий ОАВ сингари тузилишга эга бўлганлиги; Интернет ресурслари соҳасида назарий ва амалий билим ва кўникмаларнинг етишмаслиги; веб-сайтга жойлаштирилган маълумотларнинг ўқиш учун мураккаб ва ноқулай тартибда жойлаштирилгани; журналистлар учун Интернетдан фойдаланиш имкониятларининг чекланганлиги ва шу сабабдан айрим таҳририятларда ахборот вакууми сақланганини келтириб ўтиш мумкин. Мазкур жиҳатларнинг баъзилари ҳозирда ҳам намоён бўлмоқда.

Шу кунларга келиб, таҳририятлар ўз веб-сайтларини ваколатхона кўринишидан ўзгартириб, анъанавий нашрни тўлдирувчи, босма нашр билан баробар янгиланувчи электрон восита сифатида қўллаш бошлади. Эндиликда газета ёки журналлар ўз электрон нусхасини бироз ўзгача кўринишда Интернет саҳифаларига кирита бошлади. Гарчи, бундай ишлаш асосларини ҳали барча ОАВ тўлиқ қўллашга эришмаган бўлса-да, таҳририятлар орасида етакчилар ҳам йўқ эмас. Дунё бўйича Интернет ОАВ ривожланиш суръатларини кузатган ҳолда айтиш мумкинки, кейинги жараёнларда матбуот Интернетни ўзининг асосий наشري учун қўшимча каналгина эмас, балки ОАВ маз-

мунини тўлиқ етказиб бера оладиган тўлақонли ахборот воситаси даражасига кўтарди.

Зеро, мамлакатимизда Интернетни ва Интернет журналистикасини ривожлантириш давлат даражасида қўллаб-қувватланмоқда. Ўтган вақт мобайнида тегишли қонунлар, қарорлар ва бошқа меъёрий ҳужжатлар қабул қилиниб, мустаҳкам ҳуқуқий пойдевор яратилди. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримовнинг 2009 йил матбуот ходимларига юборган табригида таъкидланганидек, «...бугунги кунда ахборот тарқатишнинг тезкор усули бўлмиш Интернет журналистикасини ривожлантириш бўйича ҳам кенг имкониятлар яратилмоқда. Бунинг исботини юртимизда юздан ортиқ оммавий ахборот воситаси Интернетда ўз веб-сайтига эга экани, олий ўқув юртларида Интернет журналистикаси бўйича махсус файллар ўқитилаётгани, шу йўналишда ижод қилаётган журналистлар сони тобора кўнайтиб бораётгани мисолида яққол кўриш мумкин».

Шунингдек, 2012 йил матбуот ходимларига юборилган табрикда ҳам «Юртимизда фаолият кўрсатаётган оммавий ахборот воситаларининг миқдор ва сифат даражаси тубдан ўзгариб, уларнинг умумий сони 1 минг 250 дан ошиб кетгани, рақамли ва мобил телевидение, Интернет-телевидение, Интернет-радио каби замонавий ахборот тармоқларининг улуши ва таъсири тобора ортиб бораётгани, айниқса эътиборлидир. Хусусан, энг тезкор ва таъсирчан ахборот воситаси бўлмиш Интернет журналистикасига, уни ҳар жиҳатдан чуқур эгаллашга бўлган интилишнинг тобора кучайиб бораётгани миллий матбуотимизнинг халқаро медиа майдонда ўз муносиб ўрнини топиши учун муҳим омил бўлиб хизмат қилмоқда», — деб таъкидланган.

Демак, бугунги кунда Интернет, авваламбор, янги ОАВ тури, анъанавий ахборот воситаларининг ўзига хос қоришмаси сифатида босма матбуот, радио ва телевидениенинг устувор ва кучли жиҳатларини жамлаб юзага келган янги ахборот ва коммуникация воситаси экан, у анъанавий ОАВни батамом инкор эта оладими? Бундай мунозарали мулоҳазалар хориж олимлари томонидан ҳам билдирилмоқда. Россиялик олим, МДУ журналистика факультети президенти, профессор Я.Н. Засурский ўз мақолаларида: «Интернет газетани йўқ қилмоқда. Ҳозир ОАВ икки версия: қоғозда ва «рақам»да чиқмоқда. Бу журналистикани йўққа чиқарадими, ёки..?» — деган санолини ўртага ташлади. Албатта, бу вазиятда анъанавий ОАВ ва янги

ОАВ конвергенцияси муаммоси юзага чиқмоқда. Лекин, бу баҳслар қанчалик «қизгинлик» ва «эҳтирос» билан кўтарилмасин, унда охириги нуқтани вақт қўйиши тайин.

Ахборот технологиялари шиддат билан ривожланар экан, инсонлар осонлик, қулайлик, бадастирликка тез қўникади ва мослашади. Кимдир илгари эрталабки нонуштасини қаҳва билан газетасиз тасаввур эта олмаган бўлса, ҳозирги ёшлар вақти келиб нонуштасини қаҳва ва доимий ҳамроҳига айланган ноутбукдаги Интернет газетасиз тасаввур эта олмас... Муҳими, «эскимми», «янгимми», журналистика ўзининг асосий вазифасини ўтасин, яъни инсоний журналистика бўлиб, жамият манфаатларига хизмат қилсин.

Бир қарашда ахборот-коммуникация технологиялари соҳаси, компьютер, Интернет олами киши онги ва тасаввури учун жуда мураккаб, ўта оғирдек туюлади. Лекин бу «ром этувчи сайёра»нинг ичига кирганингиз сари, мураккаб нарсалар жуда оддий ва қулайлигини тушунасиз, билимларингизни янада қўпайтириш, янги-янги қирралар, янгиликлардан бохабар бўлишга интиласиз. Шунинг учун бу қўлланма «мураккаб» тушунчаларни оддий ва равон тилда баён этишни мақсад қилиб қўйган.

1-§. Интернет муҳотида ахборот фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари

Иоганн Гутенберг XVII асрда ихтиро этган биринчи босма полиграфия машинаси том маънодаги журналистиканинг пайдо бўлишига туртки бўлди. Ушбу ҳодиса илк матбуот нашрларига асос солди. Илгари инсонлар бирор-бир воқеа-ҳодиса ҳақида жарчилар ёки махсус тарқатилган қўлёзма варақалардан огоҳ бўлишган, кейинчалик, босма машинада чоп этилган босма манбалар, дастлабки ўзига хос газеталар орқали хабардор қилинганлар.

Аста-секин илм-фан, техника ривожланиб бориб, XX асрнинг ўрталарига келиб радио ва телевидение ихтиро қилинди. Ушбу кашфиёт оламшумул аҳамият ва кўламга эга бўлиб, инсоният ҳаётида катта инқилобий ўзгариш бўлди. Энди инсонлар ўз уйларида, иш жойларида чиқмаган ҳолда тўғридан-тўғри узатиладиган ахборотдан хабардор бўлиш имкониятига эга бўлдилар.

Компьютерлаштириш жараёнига қадар амал қилган газетани ишлаб чиқариш технологияси билан компьютер техникасига асос-



1-расм. Газетани компьютерлаштириш жараёнига қадар мавжуд бўлган ишлаб чиқариш технологияси.

ланган ҳозирги ишлаб чиқаришни қиёслайдиган бўлсак, жараённинг қанчалик осонлашганини кўришимиз мумкин (1- ва 2-расмлар).

Чизмадан кўриниб турибдики, матбуот нашрининг биргина саҳифасини шакллантиришда ижодий жараёндан ташқари, жуда катта вақт ва харажатни техник жараёнлар эгаллар эди. Замонавий газета таҳририятлари эса компьютер билан жиҳозланган бўлиб, тўғридан-тўғри Интернетга уланган ҳолда ишлайди. Газетага материални топшириш учун журналист исталган жойдан, ҳатто воқеа жойидан ҳам



2-расм. Компьютер технологияларига асосланган газета ишлаб чиқариш жараёни.

(конференция, семинар, форумларнинг ўтказилиш вақтидаёқ) ахборот узатиши мумкин. Бунда ахборотни тақдим этишда тезкорлик ва хилма-хилликка эришилади.

Телевидениени ҳам мисол тариқасида олиш мумкин, бирор-бир репортажни «ойнаи жаҳон» орқали намойиш этиш учун, воқеа жойига тасвирга олиш гуруҳи бориши талаб қилинади. Ушбу гуруҳ ҳар бир аъзосининг ўзига хос вазифалари бўлиб, тасвирга олиш жараёнида бутун гуруҳ бирлашган ҳолда ҳаракат қилади. Бир неча дақиқалик лавҳадан тортиб, икки-уч соатлик кўрсатув ёки тўғридан-тўғри эфирга чиқиш учун қатор вазифаларни бажарадиган куйидаги телевизион гуруҳ ишлайди: **ҳайдовчи, видеокамера техниги, тасвирчи, режиссёр, муаллиф, муҳаррир, чироқчи, ёзув машинкасида ёки ЭХМда терувчи**. Ушбу жараён тугагач, видеотасма эфирга узатилгунча, яна бир қанча босқичдан ўтиб, оддий ва мураккаб **видеомонтаж, дубляж муҳандислари, титр устаси** ишидан сўнг, ниҳоят, **эфир режиссёри** меҳнати якунида «ойнаи жаҳон»га узатилади. Рақамли тўлқинларни эфирга узатиш ҳам **бир қанча техник ходимлар** ва техник ускуналар, **телеминора ва алоқа идоралари ходимлари** томонидан амалга оширилади. Яъни, биз уйда телевизор орқали томоша қиладиган маҳсулот бизга етиб келгунча мутахассисларнинг кичик бўлмаган жамоаси меҳнати туфайли вужудга келади.

XX аср охирига келиб, ахборот технологияларининг ривожланиши ва Интернетнинг яратилиши натижасида журналистик маҳсулотнинг тайёрланиш жараёнида мислсиз ўзгаришлар рўй берди. Агар илгари бизнинг тасаввуримизда тележурналист касби кўринишида телевидениенинг кўчма телевизион станцияларини (КТС) жамлаган катта махсус автобуслар, елкада зўр-базўр турадиган оғир видеокамералар, қўпол чироқ ускуналари ёки радиожурналистнинг ўзи билан кўтариб юрадиган ҳайбатли овоз ёзиш ускуналари кўз олдимизга келган бўлса, Интернет журналистика пайдо бўлиши ва ривожланиши билан журналист ижоди маҳсулотини яратишда ишчи кучининг қисқариши, салмоқли маблағ ва вақтнинг тежалишига имконият пайдо бўлди. Демак, веб-жур-



iPad мультимедиа воситаси.

налистлар учун газеталар тахририятига зарур бўлган махсус бинолар зарурияти йўқ. Унинг электр қуввати, юқори ижара ҳақи ва бошқа коммунал тўловлари харажатларисиз эркин равишда фаолият юртиши табиий ва оддий ҳолга айланди.

Агар биз юқорида журналист маҳсулотининг яратилишида меҳнат тақсимланиши тамойилларини баён этган бўлсак, Интернет журналистикада аксинча, журналистнинг универсаллашувини кўришимиз мумкин. Эндиликда веб-журналист воқеа жойига бориш билан чегараланиши, борганда ҳам ёнида замонавий телефон воситаси, хусусан, кўплаб имкониятларни ўзида мужассамлаштирган **iPhone** ёки **iPad** орқали, масалан, қаҳвахонада ўтириб, шу ернинг ўзидаёқ Интернетга видео, фото ёки матнли ахборот жойлаштириши мумкин. Ёки умуман ҳодиса жойига чиқмаган ҳолда, ўз уйида Интернет орқали журналистик маҳсулотни яратиш имкониятига эга.



iPhone телефони.

Бунинг учун журналист қўлида рақамли видеокамера, фотоаппарат, диктофон бўлиб, ишлаш жараёни учун Интернетга кириш имкони бўлса, бас.

Юқорида эътироф этганимиздек, XX асрнинг охирларида ахборот технологияларининг ривожланиши маҳсули сифатида инсоният ҳаётига Интернет деб номланмиш глобал ахборот тармоғи кириб келди. Ушбу ҳодиса бутун инсоният ҳаётида, хусусан журналистик фаолиятда жуда катта ўзгаришларга

сабаб бўлди.

— Интернет пайдо бўлиши билан бирга вужудга келган **on-line журналистикаси** бугунги кунда қандай мақом ва мавқеда фаолият юритяпти?

У мустақил **оммавий ахборот воситасими ёки анъанавий ОАВнинг Интернет тизимидаги технологик жиҳатдан янгиланган нусхасими?**

«ЎЗМУ хабарлари» илмий журналининг 2010 йил 1-сонида «**Интернет: благо или зло? Предпосылки создания, история и тенденции развития, схожесть оценок, инструмент в чьих руках...**»¹ номли ма-

¹ *Кудратходжаев Ш.Т.* Интернет: благо или зло? Предпосылки создания, история и тенденции развития, схожесть оценок, инструмент в чьих руках... ЎЗМУ хабарлари.— Т.: 2010, № 1.

қола чоп этилганидан сўнг, олимлар орасида Интернет ОАВнинг янги турими ёки уларнинг мазмунини тарқатишга кўмаклашувчи коммуникация воситасими, деган баҳслар кўтарилди. Айрим олимларнинг айтишича, ОАВ (матбуот, радио, телевидение) тарихан босиб ўтадиган йўлини забт этиб бўлишган ва ҳозирда янги ОАВ ёки янги жанрлар туғилишини таъкидлашга асос йўқ. Биринчи қарашда тўғри, Интернет ҳам, асосан, мавжуд жанрлар (интервью, репортаж, шарҳ, мақола ва бошқалар) асосида маълумот тақдим этади. Шу пайтгача улар матбуот, радио, телевидение жанрларига айланиб бўлган ва мазмунан бойитилган. Аммо Интернет журналистика анъанавий журналистикадан мерос қолган мавжуд жанрларнинг бетакрор салоҳияти ва мазмунидан моҳирона фойдаланиб, назаримизда, журналистиканинг яхлит оламига янги сифатлари билан тўртинчи ОАВ тури бўлиб кириб келди.

Куйида уларни изоҳлаб, ҳақиқатан ҳам XXI асрда мустақил, янги журналистика тури пайдо бўлгани ва ахборот тарқатиш соҳасига кириб келгани ҳамда келгусида бошқа ОАВдан фарқли равишда айнан шу журналистика тури инсонлар учун энг қулай, мақбул ва фойдали оммавий коммуникация воситасига айланиши жиҳатларини таҳлил қилиб, кўриб чиқамиз.

Агар **газета** бир туну кун давомида кўпи билан икки марта чоп этилиши мумкин бўлса, **Интернет-нашр** у ёки бу воқеа тўғрисидаги ахборотни янгилаш борасида чекланмаган имкониятларга ва матн учун кенг майдонга эга. Оддий қилиб айтганда, унда даврийлик тушунчаси йўқ. Анъанавий ОАВ дан Интернет журналистика ўзида мультимедиа имкониятларни — матн, графика, фото, аудио ва видеоматериалларни жамлагани ва бир зумда узатиш имконияти билан фарқ қилади:

Бундан ташқари, **телевидение** ва **радио** узатадиган ахборот дастурининг фақатгина маълум вақт ва соатда берилиши ҳам уларнинг тезкор ОАВ сифатидаги имкониятини чеклайди. Натижада йиллар давомида одамларда бунга кўникиш шаклланган. Ваҳоланки, маълумотни воқеа содир бўлаётган жараённинг ўзида узатиш мумкинлиги Интернетнинг тезкорлик борасида етакчи эканининг исботи ва олтинга қийсланадиган вақтнинг тежалиши унинг фойдасига яққол далил эмасми? Глобал тармоқнинг жонли репортажлар вақтидаги яққол устунликлари ҳам умумэтироф этилган ҳақиқат.



Шунингдек, веб-журналистиканинг фарқли сифатларини келтириб ўтиш мумкин. Булар:

— **шахсий ёндашув** — бу конкрет (аниқ муайян) фойдаланувчининг эҳтиёж ва талабларини инобатга олиш имкони, яъни фойдаланувчи ўзи истаган мавзу бўйича ахборот топиш ва тарқатиш имконига эга;



— **«feed-back» имконияти** — бошқа ОАВ га нисбатан унда «икки томонлама алоқа», ҳозир русум бўлган ибора билан айтганда, «feed-back» имкониятлари мавжуд. Ҳар бир фойдаланувчи Интернетда чоп этилган материалга ўзининг муносабатини шу заҳотиёқ билдириши, фикр қолдириши, қўшимча қилиши ёки ахборотни таҳрир қилиши мумкин;

— **инфоцентриқ хусусияти** — экранда HTML дастури асосида яратилган бош мақолани гиперўлланмалар орқали исталган даражада кенг, батафсил, қўшимча маълумотлар билан бойитган ҳолда баён этиш имконияти.

Интернетнинг юқорида келтирилган имкониятлари журналистнинг ижод жараёнига ҳам муайян янгилик ва ўзгаришларни олиб киради. Жумладан, тармоқнинг мультимедиа хусусияти, тезкорлик ва интерактивлик тамойиллари ижодни одатий босма ОАВ учун мақола тайёрлашдан фарқли бўлган жараёнга айлантиради.

```

<!DOCTYPE html PUBLIC
<html>
<!-- created 2003-12-12 -->
<head><title>XYZ</title>
</head>
<body>
<p>
voluptatem accusantium do
totam rem aperiam eaque
</p>
</body>
</html>
HTML

```

Мультимедиа (multimedia) — сўз таркибига кўра («**multi**» — кўп, турли хилдаги ва «**media**» — восита) турли хил медиаларнинг йиғиндиси маъносини берувчи бу атама ахборотни турли (матн, аудиоахборот, компьютер графикаси, видеомаълумот, фотосурат ва бошқа) шаклларда сақлаш, алмашиш ва тақдим этишга



имкон берувчи техник воситани англатади.

Бугунги кунда журналистлар фақатгина босма, ТВ ва радио ихтисослигига қараб эмас, балки Интернет оммавий ахборот воситасида фаолият юритувчи журналист сифатида ҳам алоҳида тайёргарлик кўради.

Анъанавий ОАВ (матбуот, ТВ ва радио)дан фарқли равишда, Интернет журналистдан буларнинг барчаси учун хос бўлган ижодий маҳоратдан кўра кўпроқ билим малака ва ихтисослашув талаб қилинади. Негаки, on-line масс-медиа учун материал тайёрлаётган журналист унинг матнини яратиш билан чекланмай, ўз мақоласини фотосуратлар, видеолархалар, жонли интервью, график кўринишдаги маълумотлар ва ҳоказолар билан бойитиши мумкин. Бунда у мультимедиа воситаларини қўллагани боис яратган мақоласи одатий «мақола» бўлиб эмас, кўп қиррали ижод маҳсули сифатида намоён бўлади. Бунинг учун Интернет тармоғи жуда катта имкониятларни тақдим этади. Ижодкор буларни самарали қўллаши унинг профессионал даражаси ва маҳорати, шунингдек, техник воситалардан омилкорлик билан фойдалана олишига ҳам боғлиқ. Интернетда мультимедиа хусусиятини жам қилган маълумот жойлаштириш учун таҳририятда рақамли фотоаппарат ва диктофон бўлиши ва мазкур техник воситаларни қўллаб-қувватловчи компьютер дастурлари ўрнатилиши лозим.

Тезкорлик. Интернет ҳудудида мақола чоп этишнинг яна бир муҳим жиҳати унинг тезкорлигидир. Бунда тезкорлик — on-line режимда ишлаш тамоийили билан белгиланади. Бу хусусият, айниқса, ахборот сайтлари учун долзарб саналади. Сабаби, ҳар қандай янгилик **on-line** режимда воқеаларнинг ривожига қараб, кунига бир неча маротаба янгиланиб, бойитиб борилиши мумкин. Веб-газета on-line режимда янги маълумотлар келиб тушган заҳоти, ўрта ҳисобда кунига энг ками 5—10 марта янгиланиши мумкин. Айнан шу кўрсаткич унинг қоғоз вариантыдан кескин фарқини кўрсатади. Интернет маконида самарали ишлаш учун журналист ахборот муҳитида ишлаш кўникмасига эга бўлиши лозим. Журналист бунда янгиликни тез илғаб олиши, уни қисқа ва лўнда ифода эта билиши, материални алоҳида мантиқий бўлақларга тақсимлаши ва тақдим эта олиши лозим. Яъни, у ҳар қандай маълумотни тезкор хабар шаклига келтира олиши лозим.

Интерактивлик (Interactive). Интерфаол коммуникация воситалари деб талқин этилувчи мазкур атама техник имкониятни назарда тутади. Яъни, интерфаол воситалар — тўлиқ ахборот алмашиш, яъни коммуникатив жараён-



нинг барча иштирокчилари билан алоқа боғлашга шароит яратувчи технологиялардир. Интернет нашр фаолиятида интерактив воситаларга қуйидагилар киради:

- форум;
- меҳмонлар китоби;
- сўровлар;
- муаллифнинг э-почтаси;
- қўшимча маълумотларга гиперўлланмалар;
- қайта алоқа хизмати.

Буларнинг барчасидан Интернет нашр таҳририятининг аудитория билан алоқа ўрнатишида фойдаланилади. Аммо интерактивлик фақатгина икки томонлама алоқа боғлаш мақсадини қўзламайди. Интерфаол режимда ишлаш, бу — аудитория талабларига тезроқ жавоб бериш ва унга кўра ахборот тайёрлаш демакдир. Интерактив фаолият таҳририят учун нашрнинг аудиторияси ким, қандай тоифадаги кишилар, уларнинг қизиқишлари нимадан иборат, қандай маълумотларга эҳтиёжи мавжуд эканлигини аниқлашда самарали восита ҳисобланади. Бунга эътибор қаратиш бозор иқтисодиёти шароитида, айниқса муҳимдир, сабаби, реклама ҳисобидан кун кўрувчи ОАВ таҳририяти реклама берувчиларини топиш ва уларни жалб этишда ҳам айнан шу воситадан фойдаланиши мумкин.

Интернет тармоғига хос бўлган жиҳатлардан **архив, фотогалерея, ташқи манбаларга** чиқиш ва кўпгина бошқа имкониятларни келтириб ўтиш мумкин. Архивлар айнан ОАВ учун катта аҳамият касб этади. Улар орқали ўқувчилар Интернет саҳифасида аввал (1 ой, 1 йил олдин) чоп этилган маълумотга мурожаат этиши, уни мавзуси, санаси ва рукнига қараб излаши мумкин. Таҳлилий материаллар ўзининг қизиқарли мазмуни, енгил шаклда ёритилгани ва фактларнинг бисёрлиги билан ўқувчининг диққатини ўзига тортади. Кўпинча бундай мақолаларда таққослаш, ўхшатиш, чуқур таҳлил ва мутахассис хулосаси каби журналистик элементлар жой олади. Интернетнинг ўзига хос ихтисослашуви эса, қўшимча маълумот олиш учун ташқи манбаларни келтиришга ҳам имконият беради. Бу эса, сўзсиз, мақолани янада бойитади.

Назорат учун саволлар:

1. Аънавий ОАВнинг ишлаш механизми ҳақидаги тасаввур ва тушунчаларингиз қандай?

2. Телевизион ишчи гуруҳининг таркибини санаб ўтинг.
3. Веб-журналистнинг асосий иш қуроли нималардан иборат?
4. Интернет журналистика аънавий журналистикадан қандай жиҳатлари билан фарқ қилади?
5. Аънавий журналистикада меҳнат тақсимоти ва веб-журналистикада универсаллашув маънолари нимани англатади?

2-§. Интернетда ахборот: ҳуқуқий асослар



Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримов 2010 йилнинг 12 ноябрь кuni бўлиб ўтган Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисида «Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси» асосида Интернетнинг таълимий ва маърифий имкониятлари ҳақида алоҳида тўхталди: «Айни пайтда мамлакатимиздаги барча, яъни 12 мингдан ортиқ таълим муассасалари, илмий ва маданий-маърифий ташкилотлар 25 мингдан зиёд ўқув материаллари ва ресурсларни ўз ичига олган Таълим порталига уланди. Бу — масофадан туриб ўқитиш усулларини таълим тизимига кенг жорий этиш, ўқувчи ва ёшларга бошқа хил ахборот-коммуникация хизматлари кўрсатиш имконини бериши билан, айниқса аҳамиятлидир. Шу билан бирга, замонавий ахборот ва компьютер технологиялари, рақамли ва кенг форматли телекоммуникациялар, интернетни нафақат мактаб, лицей, коллеж ва олий ўқув юртларига, балки ҳар бир оилага жорий қилиш ҳаракатлари бугунги кунда тобора кучайиб бормоқда. Айнан замонавий алоқа ва ахборот технологиялари тизими мумлакатимиз ва жамиятимизнинг таррақиёт даражасини кўрсатадиган мезонлардан бири бўлиб хизмат қилади. 2010 йилда бу борада амалга оширилган ишлар натижасида бугунги кунда юртимизда 6 миллион киши Интернетдан фойдаланмоқда. Уларнинг ярмини мобил алоқа орқали Интернетдан фойдаланувчилар ташкил этади. Олий Мажлис қонунчилик палатаси томонидан аҳоли, биринчи навбатда, ўқувчи ва талабаларга замонавий ахборот технологиялари асосида ахборот-кутубхона, авваламбор, Ин-

тернет хизмати кўрсатишни янада яхшилаш мақсадида «Ахборот-кутубхона фаолияти тўғрисида»ги Қонун биринчи ўқишда қабул қилинди».

Юқорида келтирилган факт ва рақамлар замирида ҳуқуқий асослар мужассамланган. Бугунги кунда Интернет ва ундан фойдаланиш учун зарур ҳуқуқий асослар мавжуд. Хусусан, Интернет ва ахборот соҳасини қамраб олувчи қатор қонун ва қонун ости ҳужжатлари ахборот-коммуникация технологиялари нуқтаи назаридан қайта кўриб чиқилди.



Законодательство
Республики Узбекистан

www.norma.uz

Мустақиллик йилларида мамлакатимизда ахборот коммуникация технологиялари (АКТ)нинг ривожланиши учун мустақкам қонуний асослар яратилган.

«Алоқа тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (1992 й.).

«Ахборотлаштириш тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (1993 й.).

«Электрон ҳисоблаш машиналари учун яратилган дастурлар ва маълумотлар базаларининг ҳуқуқий ҳимояси тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (1994 й.).

«Радиочастота спектрлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (1998 й.).

«Телекоммуникациялар тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (1999 й.).

«Ахборот тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (2003 й.).

«Электрон рақамли имзо тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (2003 й.).

«Ахборотлаштириш тўғрисида»ги янги таҳрирдаги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (2003 й.).

«Электрон ҳужжат айланиши тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (2004 й.).

«Электрон тижорат тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (2004 й.).

«Электрон тўловлар тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (2005 й.).

«Автоматлаштирилган банк тизимида ахборотни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (2006 й.).

«ОАВ тўғрисидаги»ги янги таҳрирдаги Ўзбекистон Республикаси Қонуни (2007 й.).

Мазкур соҳанинг ривожига асос бўлган энг муҳим тадбирлар:

1. Ўзбекистон Республикасида ахборотлаштириш концепцияси тасдиқланди (1994 й.).

2. Ўзбекистон Республикасида телекоммуникация тармоқларини 2010 йилгача таъмирлаш ва ривожлантириш Дастури тасдиқланди (1995 й.).

3. «UzPak» компанияси ташкил этилди (1996 й.).

Ушбу соҳани ривожлантириш ва тартибга солишга бағишланган қатор бошқа қонун ҳужжатлари — Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонлари, қарорлари, Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари мавжуд бўлиб, уларнинг барчаси муҳим ҳуқуқий асосни ташкил этади:

1. «Ахборот тизимлари тармоғини бошқаришни ташкил этиш ва мукамаллаштириш ҳақида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1997 йил 23 июлдаги ПФ-1823-сонли фармони.

2. «АКТ ва компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ҳақида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2002 йил 30 майдаги ПҚ-3080-сонли қарори.

3. «Компьютерлаштиришни янада ривожлантириш ва ахборот коммуникация технологияларини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Вазирлар Маҳкамасининг 2002 йил 6 июлдаги 200-сонли қарори. Ушбу қарор билан 2002—2010 йилларда компьютерлаштириш ва ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш Дастури тасдиқланган.

4. «Ахборот-коммуникация технологияларини янада ривожлантиришнинг кўшимча чора-тадбирлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2005 йил 8 июлдаги ПҚ-117-сонли қарори.

5. «Интернет тармоғидаги Ўзбекистон Республикаси Ҳукумати порталини янада ривожлантириш ҳақида»ги Вазирлар Маҳкамасининг 2007 йил 17 декабрдаги 259-сонли қарори.

6. UZ зонасида доменларни рўйхатга олиш ва фойдаланишнинг янги тартиби жорий қилинди. (Ўзбекистон Алоқа ва ахборотлаштириш агентлигининг 2008 йил 26 майдаги 115-сонли буйруғи асосида).

7. «Ўзбекистон Республикаси Ҳукуматининг давлат ахборот ресурсларини ҳамда интерактив давлат хизматларини ҳисобга олишни такомиллаштиришга оид айрим ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш тўғрисида»ги Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 20 августдаги 239-сонли қарори.

8. «Интернет тармоғида Ўзбекистон Республикасининг Ҳукумат порталига ахборотларни тақдим этиш ва жойлаштириш тартиби тўғрисида»ги Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 21 апрелдаги 116-сонли қарори.

Ушбу ҳуқуқий ҳужжатлар мамлакатимизда ахборот жамиятини шакллантиришга қўмаклашувчи ва ахборот соҳасидаги давлат сиёсатини намоён этувчи муҳим қонуний база бўлиб хизмат қилади.

Бундан ташқари, Интернетда мавжуд ахборот нашрларининг оммавий ахборот воситалари (ОАВ) сифатида фаолият юритиши ҳуқуқий жиҳатдан белгилаб берилган. «Оммавий ахборот воситалари тўғрисида»ги янги таҳрирдаги Ўзбекистон Республикаси Қонунда ОАВга таъриф берилиб: «Оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг доимий номга эга бўлган ҳамда босма тарзда (газеталар, журналлар, ахборотномалар, бюллетенлар ва бошқалар) ва (ёки) электрон тарзда (теле-, радио-, видео-, кинохроникал дастурлар, умумфойдаланишдаги телекоммуникация тармоқларидаги веб-сайтлар) олти ойда камида бир марта нашр этиладиган ёки эфирга бериладиган шакли ҳамда оммавий ахборотни даврий тарқатишнинг бошқа шакллари оммавий ахборот воситасидир» деб белгиланган. Мазкур таъриф ОАВнинг on-line лойиҳалар эвазига янада кўпайиб бораётганини инobatга олган ҳолда киритилган. Интернетдаги ахборот ресурслари ОАВ деб аталиши учун асосий кўрсаткичлар сифатида унинг доимий номга эга бўлиши ва даврийлиги белгиланди.

Аммо замоннинг тезкор ривожланиши муносабати билан мазкур қонунчилик базасига муайян ўзгартиришлар киритилиши ва янги қонунлар қабул қилиниши ўта долзарб аҳамият касб этмоқда. Бу ҳақда Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримов томонидан 2010 йилнинг 12 ноябрь куни бўлиб ўтган Ўзбекистон

Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги «Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси» маърузасида қуйидаги таклифлар киритилди:

— *биринчидан*, «Давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари фаолиятининг очиқлиги тўғрисида», «Оммавий ахборот воситалари фаолиятининг иқтисодий асослари тўғрисида», «Оммавий ахборот воситаларини давлат томонидан қўллаб-қувватлаш кафолатлари тўғрисида», «Телерадиоэшиттиришлар тўғрисида»ги қонунларни қабул қилиш;

— *иккинчидан*, «Оммавий ахборот воситалари», «Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида», «Телекоммуникациялар тўғрисида»ги қонунларига ўзгартириш киритиш ва қонун нормаларини янада такомиллаштириш.

Юртбошимизнинг таъкидлашига кўра, «шу билан бирга сиёсий модернизация жараёнларида тобора муҳим аҳамият касб этиб бораётган замонавий ахборот-коммуникация технологияларидан давлат ва жамият қурилиши тизимида кенг фойдаланиш лозим. «Телекоммуникациялар тўғрисида»ги Қонун нормаларини янада такомиллаштириш, рақамли телерадиоэшиттириш тизимига ўтиш бўйича тадбирлар Давлат дастурининг ишлаб чиқилиши ҳам ушбу вазифани ҳал этишга хизмат қилади. Мазкур дастур рақамли телерадиоэшиттиришлар инфратузилмасини шакллантириш, бу борадаги фаолиятни ҳуқуқий жиҳатдан тартибга соладиган самарали тизимни яратишга қаратилиши даркор. Мухтасар айтганда, юқорида зикр этилган чора-тадбирларнинг амалга оширилиши ОАВнинг фуқаролик жамияти институтлари тизимидаги ўрни ва ролини янада мустаҳкамлашга, фуқароларнинг сўз эркинлиги ва танлаш эркинлигини таъминлашга қаратилган конституциявий ҳуқуқларини янада тўлиқ рўёбга чиқаришга ёрдам беради»¹.

¹ Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи. 2010 йил 13 ноябрь. 220 (5135)-сон.

Ушбу тадбирларнинг амалга оширилиши мамлакатимизда ахборот ва телекоммуникация соҳаларини ахборот асри талаблари асосида янада мукамаллаштиришга имкон яратади.

Назорат учун саволлар:

1. Ўзбекистонда ахборот ва телекоммуникация соҳаларининг ҳуқуқий асоси ҳақида нималарни биласиз?
2. Интернетдаги ахборот сайтлар ОАВ сифатида рўйхатга олиниши қайси қонун билан белгиланади?
3. Телекоммуникация ва ахборот соҳаларини ривожлантиришга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Президенти ва Вазирлар Маҳкамасининг қандай қарорларини биласиз?
4. Ахборот ва телекоммуникация соҳаларининг ривожига асос бўлган энг муҳим тадбирлар нималардан иборат?
5. Ахборот фаолиятида ҳуқуқий асосларни билиши қанчалик зарур?

3-§. Ахборот веб-сайтларининг таснифи

Интернетдан жой олган медиа ресурсларни тавсифлаганда, уларнинг бир-биридан фарқ қилувчи бир неча жиҳатлари мавжудлигини инобатга олмоқ керак. ОАВ лар веб-муҳитда ўз саҳифасини очар экан, унга бир неча функцияни юклаши мумкин. Баъзи ОАВ Интернетда



3-расм. «Моҳият» газетасининг веб-саҳифаси.

анъанавий нашрининг электрон вариантыни жойлаштира (www.mohiyat.uz, www.diyonat.uz) (3-расм), баъзилари ташкилот ҳақида маълумот берувчи корпоратив саҳифани очади (давлат органларининг веб-сайтлари, турли ташкилот ва муассасаларнинг веб-саҳифалари) ва у ўзига яраша, «visit card» вазифасини ўтайди. Лекин айтилган даврда алоҳида эътибор тўлиқ on-line режимда фаолият юритувчи электрон ресурсларга (www.uzreport.com, www.gazeta.uz, www.12.uz, www.podrobno.uz) қаратилмоқда.

Интернетда мавжуд ОАВларини яна бир неча жиҳатларга кўра тавсифлаш мумкин. Биринчидан, веб-манбаларнинг қамраб олаётган **мавзу кўламига қараб** Интернетда таклиф этилган ОАВ:

Монотематик — бир мавзу доирасида маълумотлар бериб борувчи ихтисослашган веб-сайтлар (4-расм);

Политематик — турли йўналишларни қамраб олувчи, давр талабига кўра мавзу кўламини кенгайтира оладиган веб-манбаларига бўлинади (5-расм).

Иккинчидан, улар **жанр хусусиятига кўра** фарқланади. Интернет-нашрнинг мазмуни ва жанр хусусиятидан келиб чиқиб, уларни:

- Янгилликлар манбаи;
- Таҳлилий ресурслар;
- Муаллифлик сайтлари;
- Кўнгилочар сайтлар;
- Таҳририят веб-саҳифаларига ажратиш мумкин.

Учинчидан, янги медиалар **тегишлилик тамойилига асосан** ҳам фарқланиши мумкин. Масалан, веб-муҳитда мавжуд ресурслар:



4-расм. «Маърифат» газетасининг веб-саҳифаси.



5-расм. «12.uz» ахборот портали.

- давлат органларига тегишли манбалар;
- медиа компанияларга тегишли веб-ресурслар;
- сиёсий кучлар томонидан ташкил этилган манбалар;
- бизнес ташкилотларига тааллуқли бўлган медиалар;
- мустақил веб-саҳифалар сифатида бўлиши мумкин.

Тўртинчидан, улар **техник жиҳатдан ташкил этилганига кўра** фарқланади. Бунда веб-манбанинг нафақат техник, балки мазмун жиҳатдан қандай ташкил этилгани, мақсади ва вазифалари нимадан иборат экани инобатга олинади. Хусусан, бунга кўра улар веб-сайт, веб-портал, янгиликлар узатиш гуруҳлари ва маълумот юбориш хизмати (служба рассылки) кабиларга ажратилади.

Веб-сайт (web-site) — инглиз тилидан тўғридан-тўғри маъноси «интернетдаги жой»ни англатади. Веб-саҳифалар жойлашган жой сайт деб аталади. Улар, одатда, «http://»дан бошланадиган манзилга эга бўлади. ОАВнинг сайтига газета ва журналларнинг ҳар бир сонини жойлаштириш, ўзи ҳақидаги маълумотларни бериш ҳамда таҳририят томонидан кундалик янгиликларни узатиш вазифалари юклатилади (6-расм).

Портал (portal) — сўзма-сўз таржимасига кўра «дарвоза» маъносини билдиради. Бошқа Интернет саҳифалардан фарқли ўлароқ, веб-портал ўзида бир неча сайтларга тенг манбаларни бириктирувчи

йирик ресурс ҳисобланади. Бундай информацион ресурсни ташкил этган муассислар, одатда, унга бир неча вазифани юклайди. Хусусан, портал ўқувчини алоҳида мавзулар бўйича қўшимча маълумот олиш учун ўз ичига қамраб олинган таркибий манбаларига йўналтиради. Порталлар ҳеч қачон монотематик, яъни бир мавзу билан чекланган бўлмайди. Уларнинг хусусияти айнан политематик ресурс сифатида ўқувчига мажмуавий маълумот беришдир (7-расм). Ўз навбатида, улар қидирув, корпоратив, информацион порталларга бўлинади.

Янгиликлар узатиш гуруҳлари (newsgroups) — кишиларнинг бирлашиб, умумий қизиқиш ва манфаатлар бўйича мунозара ва давра суҳбатларини ўтказишга мўлжалланган тизим. Мазкур хизмат аудиториянинг ўзи томонидан ташкил этилади. Электрон почта орқали амалга ошириладиган ахборот алмашинуви батамом ўқувчиларнинг ихтиёридан келиб чиқиб тузилади. Мулоқот қуйидаги тарзда кечади. Бирор инсон томонидан маълум мавзу юзасидан йиғилган маълумотлар, мақолалар, лавҳалар дунёнинг бошқа чеккасида яшовчи шу мавзуга қизиқиши бўлган кишиларга юборилади. Ўз навбатида, улар олган маълумотларини ўзида мавжуд янгиликлар ва фикр-мулоҳазалар билан тўлдириб, бойитиб қайта алмашинади. Бунда маълумотларнинг мунтазамлиги, ҳажми, тематикаси, ҳуллас, барчаси ўқувчилар ихтиёри билан белгиланади. Шу тарзда аудитория ахборот яратиш, узатиш, тарқатиш ва чоп этиш жараёнининг фаол иштирокчиси сифатида қатнашади. Хатларнинг узун «занжири» сингари яратилган янгиликлар узатиш гуруҳларини, моҳиятига кўра, мунтазам равишда янгиланиб турувчи мақолаларнинг тематик тўплами, деб айтиш мумкин.

Маълумот юбориш хизмати (расылка) — бевосита ахборот ишлаб чиқариш жараёнига эмас, уни тарқатиш ва оммавийлаштиришга алоқадор бўлган информацион хизмат саналади. Мазкур хизмат веб-манбанинг кундалик янгиликларини куннинг аниқ белгиланган вақтида, бевосита ўқувчиларнинг электрон почта манзилига етказиб, берувчи восита ҳисобланади. Ундаги маълумотлар билан бевосита шу хизматга обуна бўлган ўқувчиларгина таъминланиб туради.

Назорат учун саволлар:

1. Интернет ОАВ мавзу кўламига кўра қандай фарқланади?
2. Техник жиҳатга кўра Интернет манбалар қандай кўринишларда бўлади?

3. Маълумот юбориш хизматлари қандай вазифани бажаришга қаратилган?

4. Веб-сайт ва веб-портал ўртасидаги асосий фарқ нимада?

5. Веб-ваколатхона кўринишидаги сайт қандай мақсадда ташкил этилади?

4-§. Интернетнинг UZ ҳудудида доменларни рўйхатга олиш тартиби

Янги сайтни ташкил қилишдаги ташкилий масалалардан бири бу — домен номини танлаш ва уни рўйхатга олишдир. Мазкур жараён Ўзбекистонда барча бошқа давлатлар каби номарказлашган тартибда ташкил этилгандир. Яъни, Интернетнинг UZ ҳудудида тақсимланган рўйхатга олиш тизими амал қилади. Унга кўра, уч даражали ўзаро алоқалар модели ташкил этилган:

«UZ» доменининг
администратори

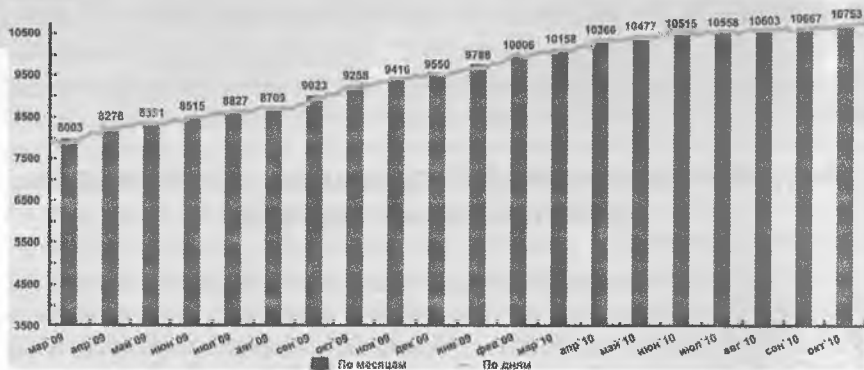
Рўйхатга олувчи
(регистратор)

Домен номининг
администратори

UZ доменининг администратори UZ доменининг асосий Рўйхати (Реестр)ни бошқарувчи давлат томонидан ваколатланган ташкилот бўлиб, у UZ доменининг ривожланиш йўналишларини ҳам белгилайди.

Миллий ахборот ресурсларининг ривожланиши ва жаҳон ахборот ҳамжамиятига кириб боришни ҳисобга олган ҳолда Интернет тармоғида миллий сегментни ривожлантириш долзарб масала ҳисобланади. 2003 йил 27 мартда Интернет манзиллари ва номларини белгилаш Корпорацияси (ICANN) томонидан имзоланган ccTLDuz га ҳомийлик қилиш Келишувига кўра, Ўзбекистон Алоқа ва ахборотлаштириш агентлигининг UZINFOCOM Компьютер ва ахборот технологияларини ривожлантириш ва жорий этиш Маркази Ўзбекистоннинг юқори даражали UZ (ccTLDuz) домен зонасининг маъмури этиб белгиланган.

Миллий ахборот ресурсларини ривожлантириш бўйича Ҳукумат қарорлари ва чора-тадбирлар режасини амалга ошириш натижасида UZ Миллий домен зонасидаги домен номларининг сони йилдан-йилга ортмоқда. Жумладан, 2010 йил 1 октябрь ҳолатига кўра UZ



8-расм. UZ Миллий домен зонасидаги фаол домен номлари динамикаси.

Миллий домен зонасидаги домен номларининг сони 10753 тани ташкил этади, йил бошига нисбатан бўлган ўсиш 12,4%ни ташкил этди (8-расм).

UZINFOCOM Маркази томонидан домен номлари бозорида домен номларини рўйхатга олиш ва уларни қўллаб-қувватлаш бўйича хизматларни номарказлаштириш, ушбу соҳада рақобат муҳитини таъминлаш ҳамда кўрсатиладиган хизматнинг сони ва сифатини ошириш бўйича тегишли чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Юқорида кўрсатилган чора-тадбирларни амалга ошириш натижасида 8 йил давомида UZ домен зонасида домен номларини рўйхатга олиш ва домен номларини узайтириш бўйича хизматларнинг нархи ўртача 6 мартага — 89 АҚШ долларидан 15 АҚШ долларигача камайди.

Домен номларини рўйхатга олувчи компанияларда домен номларини рўйхатга олиш нархи ўртача 15—18 АҚШ долларини ташкил этади, рўйхатга олишни узайтириш нархи эса тахминан 14—16 АҚШ долларига тўғри келади.

Sarkor Telecom, TV-Infoform ва Arsenal-D каби регистраторлар домен номларини 3 йилгача муддатга рўйхатга олиш хизматини кўрсатадилар.

Рўйхатга олувчи (регистратор) — UZ доменларини рўйхатга олувчи юридик шахс бўлиб, UZ доменининг администратори билан ўзаро шартнома асосида доменларни рўйхатга олиш ва домен



9-расм. UZNet — Домен зонасида рўйхатга олинган доменлар сони (22.11.2010 куни ҳолатига).

номи ҳақидаги зарур маълумотларни асосий Рўйхат (Реестр)га кириштирилиши таъминловчи хизматни амалга оширади.

Ҳозирги вақтда республикада UZ домен зонасида иккинчи даражали домен номларини рўйхатдан ўтказувчи 6 та компания фаолият олиб бормоқда (9-расм):

1. «Томас» МЧЖ;
2. «Sarkor Telecom» МЧЖ;
3. «Amaliy Aloqalar Biznesi» МЧЖ;
4. «BILLUR COM» МЧЖ;
5. «Arsenal-D» МЧЖ;
6. «Simus» МЧЖ.

Домен номининг администратори (сайт эгаси) — юридик ёки жисмоний шахс бўлиб, домен унинг номига рўйхатга олинади.

Демак, мазкур учликдаги ҳар бир аъзо ўз вазифаси ва ўз ваколатларига эгадир. Таъкидлаш керакки, бизнинг UZ миллий Интернет ҳудудимизнинг таркиби кўп жиҳатдан буларнинг энг сўнггиси, яъни **домен номининг администраторига** боғлиқ. Негаки, айнан сайт эгалари мамлакат ахборот маконининг мазмуни ва таркибини яратади. Бу эса сиз ва биз демакдир.

Яна бир муҳим жиҳат, сайтни яратиш билан боғлиқ ташкилий жараёнларга, шунингдек, домен учун «истиқомат» жойини белгилаш ҳам киради. Ушбу жараён веб-хостинг деб аталади.

Веб-хостинг (халқ орасида кўпроқ «хостинг» атамаси оммалашган) деб, фойдаланувчи учун маълумотларни сақлаш ва тармоқ орқали у билан ишлаш мақсадида Интернет провайдернинг серверида маълум диск майдонини ажратиш тушунилади. Бошқача айтганда, бу веб-сайтнинг «яшаш» жойини ва техник қўллаб-қувватланишини таъминлаш демакдир.

Бунинг учун сайт эгалари веб-хостинг хизматини таъминловчи ташкилотларга мурожаат этишлари мумкин. Домен UZ ҳудудида рўйхатга олинган бўлганига қарамай, айрим ҳолларда хостинг бошқа давлат ташкилотлари томонидан амалга оширилиши мумкин. Бу қонуний асосга эгадир.

Ёдда тутиш зарур бўлган бир нечта хусусият мавжуд:

— домен номи маълум бир муддатга рўйхатга киритилади. Бу муддат сайт эгаси ва рўйхатга олувчи ташкилот ўртасидаги шартномада кўрсатилган бўлади;

— белгиланган вақт тугагач, сайт эгаси уни узайтириш учун маълум бир тadbирларни амалга ошириши лозим;

— белгиланган муддат сўнгида сайт эгаси уни узайтириш масаласини ҳал этмаса, домен номи очиқ ҳисобланиб, уни олиш истагини билдирган бошқа шахс томонидан эгалланиши мумкин.

Бундай ҳолатларни бартараф этиш учун UZ доменининг администратори домен номларини Рўйхатга олувчи ташкилотларга огоҳлантириш юборади. Бундай хабарнома уч маротаба — регистрация муддати тугашидан 60, 30 ва 10 кун олдин жўнатилади. Энг охири хабарнома эса домен номининг деактивация қилингани ва қайта рўйхатга олиш учун очиқ ҳисобланиши ҳақидаги маълумотни акс эттиради.

Мазкур жараённи очиқ ва номарказлашган тартибда ташкил этиш мақсадида бугун UZ доменининг администратори ID.UZ лойиҳаси билан ҳамкорликда «UZ домени муддатининг назорати» («Контроль срока доменов UZ») хизматини йўлга қўйган. Мазкур сервис ёрдамида сайт эгаси ўзининг веб-саҳифасининг амал қилиш муддатини доимий назорат қилиб бориши мумкин.

Назорат учун саволлар:

1. Доменни рўйхатга олиш тартиби деганда нимани тушунасиз?
2. Интернетнинг UZ ҳудудида доменларни рўйхатга олиш тартибини келтириб ўтинг.

5-§. Интернет орқали коммуникация жараёни: э-почта имкониятлари



Сўзсиз, объектив ёнданганда, Интернетдаги э-почта хизматини энг дастлабки ва айна пайтда энг талаб катта бўлган хизматлар сирасига киритиш мумкин. Ҳар қайси ОАВ тури ва айнақса, веб-журналистикада иш юритаётган журналист $5 \times 5 = 25$ бўлишини билганидек, e-mailни ҳам шундай билмоғи зарурдир. Электрон почта веб-манбалар, саҳифалар яратилишидан анча аввал ихтиро қилинган. 1971 йилда BBN компанияси муҳандиси Рей Томлинсон маълумотни бир компьютердан иккинчисига юбориш дастури SENDMSG устида бир неча ой ишлаган. Аммо ўша пайтда қиймати жиҳатидан ушбу дастур эмас, унинг ишлаш тамойили эътиборни тортганди. Яъни, мураккаб рақамлар ва сонлар кетма-кетлиги ўрнига оддийгина қисқартма номлар (ник) ва логинлар ишлатиш учун қулай бўлиб, хатлар эса тўғридан-тўғри компьютердан компьютерга «**почта сервери**» орқали юбориларди. Ўша пайтда бир компьютердан бошқа хонадаги иккинчи компьютерга «**login**» (пароль) сўзи жўнатилган, лекин манзилгача сўзнинг фақат «**lo**» ҳарфлари ўтган. Аммо биринчи тажрибанинг омадсизлиги кейинги изланишларга сабаб бўлиб, яқин орада унинг интиҳоси муваффақиятли бўлди.

Тажриба натижасида олинган маълумотларни исталган муддатгача сақлаш, уларни қайта юбориш имкони бор эди. Бу коммуникациянинг янги босқичига қўйилган тамал тоши бўлди, дейиш мумкин.

Коммуникация сўзи инсонларнинг меҳнат фаолиятини ошириш жараёнидаги ўзаро мулоқотнинг махсус турини англатади. Коммуникациянинг асосий мақсади турли кўринишдаги ахборотлар билан алмашувни амалга оширишдир. Бугунги кунда замонавий ва кенг тарқалган коммуникация жараёнларидан бири, бу — электрон поч-



10-расм. Электрон почта орқали хабарлари узатиш ва қабул қилиш схемаси.

тадир. Интернет шароитида коммуникация турли оғзаки ва мунозаралар билан танишиб бориш, форум, чат ва Интернет конференцияларида иштирок этиш маҳоратини, уларни бошқаришни ўргатади.

Электрон почта, бу — Интернет тармоғи орқали хабарлар алмашинув хизмати ҳисобланиб, асосан, иккита компонент иштирокида ташкил этилади. Булар:

1. **Электрон почта сервери** — хабарларни жўнатиш ва қабул қилишни таъминлаш.
2. **Электрон почта мижоз** — хабарларни яратини, ўқиш ва жавоб қайтариш (10-расм).

Электрон почта хизмати қуйидаги имкониятларни тақдим этади:

- хабарларни тезкор алмашиш (бир неча дақиқа);
- хабарларга қўшимча маълумотларни илова қилиш;
- хабарларга расм ва мультимедиа маълумотларини жойлаштириш.

info@aci.uz



Электрон почта манзили почта қутиси номи ва почта сервери манзилидан иборат бўлади.

Электрон почта хабари таркиби:

- «Кимга» майдониға қабул қилувчи манзили киритилади;
- «Нусха» майдониға учинчи шахс манзили кўрсатилади;
- «Мавзу» майдониға хабар мавзуси ёзилади;
- «Хабар» майдониға асосий маълумот киритилади.

Назорат учун саволлар:

1. Электрон почта қачон ва ким томонидан ихтиро қилинган?
2. Дастлабки жўнатилган сўз қандай эди?
3. Электрон почта қандай тамойил асосида ишлайди?
4. Электрон почтадан фойдаланишда қандай хавфсизлик чораларини кўллаш лозим?
5. Электрон почта хизмати қандай имкониятларга эга?

6-§. Глобал тармоқнинг қидирув хизматлари

Интернет — маълумотларнинг тубсиз ва чексиз океанидир. Тармоқда деярли исталган мавзу ва масалалар бўйича кўплаб маълумотларни топиш мумкин. Аммо Интернетда бирор мавзу доирасида маълумотларни топиш учун маълум воситалар керак. Интернетнинг излаш тизимлари ана шундай хизматлардан бири саналади.

Қидирув тизими кенг Интернет фазосида маълумотларни қидириш, тўплаш, тартиблаш ва фойдаланувчиларни керакли маълумот билан тез ва қулай равишда таъминлаш вазифасини бажаради.



Ҳар бир инсонни фақат ўзига керакли бўлган маълумот қизиқтиради, яъни аниқ бир мавзу, аниқ бир масала. Қидирув тизимлари билан ишлаганда керакли сўзни

аниқ танлай билишингиз муҳим. Бу қандай амалга оширилади? Google, Yandex, Rambler ва бошқа хизматларнинг «поиск» (қидирув) катакчасига **калит сўз**, масалан, «Интернет яратилиш тарихи» деб ёзасиз, сўнг ENTER ни босасиз. Натижада қидирув тизими турли хил манбалардан бир нечта маълумотлар рўйхатини тақдим этади. Сиз саволни берганингиздан сўнг, қидирув тизими ўзининг маълумот жамғармасидан сўровингизга мос натижани, топилган веб-саҳифаларни рўйхат тарзида тақдим этади. Рўйхатнинг биринчи бандларида сўровга энг мос келган веб-саҳифалар жойлашади (11-расм).

Лекин, шуни айтиб ўтиш керакки, турли қидирув тизимлари ҳар хил тартиблаш қоидаларини ишлатади, шунинг учун битта сўров бўйича турли қидирув тизимларидан ҳар хил натижалар олиш мумкин. Натижалардан тузилган рўйхатнинг бандига чертилса, танланган веб-саҳифа очилади.

Google

Веб Картинки Группы Новости ^{Можно!} Ещё »

Узбекистон

Поиск

Расширенный поиск
Настройки

Поиск в Интернете ↶ Поиск страниц на русском

Веб

Результаты 1 - 10 из примерно 14 500 000 для Узбекистан. (0,10 секунд)

Узбекистан :: герб, флаг, история **Узбекистана**. Фотографии и карта ...

Узбекистан, герб, флаг, история Узбекистана. Фотографии и карта Узбекистана.

www.orexca.com/uz/uzbekistan.shtml - 40k - Сохранено в кэше - Похожие страницы

Рекламные ссылки

Dedeman Silk Road Tashkent

leader hotel in tashkent
your second home in tashkent
www.dedeman.com

Узбекистан — Википедия

Территория Узбекистана была населена со второго тысячелетия до н. э., преимущественно ираноязычными племенами, о чем свидетельствуют археологические находки ...

ru.wikipedia.org/wiki/Узбекистан - 150k - Сохранено в кэше - Похожие страницы

Узбекистан - Туры, Фотографии, История, и Карты

Узбекистан и ее исторические города по которым в древности проходил Великий Шелковый Путь. Информация о городах Узбекистана, турах, а также карты и ...

www.advantour.com/uz/uzbekistan/index.htm - 25k -

Сохранено в кэше - Похожие страницы

11-расм. www.google.com қидирув тизимида
Ўзбекистон сўзи асосида излаш натижалари.

Машхур қидирув тизимлари рўйхати:

- | | |
|---|---|
| 1. Google — www.google.com | 5. Rambler — www.rambler.ru |
| 2. Yahoo — www.yahoo.com | 6. Aport — www.aport.ru |
| 3. Altavista — www.altavista.com | 7. Миллий қидирув тизими — www.uz |
| 4. Яндекс — www.yandex.ru | 8. Все.уз — www.vse.uz |

Сўровларни тузиш

Агар Сиз ўйланмай, тезда савол бермоқчи бўлсангиз, қидирув тизимининг сатрига фикрларингизни сўзма-сўз туширишингиз мумкин. Масалан, «Қандай қилиб аълочи бўлиш мумкин?», «Марсда ҳаёт борми?» каби саволларни берсангиз, бунинг натижаси самарали бўлмаслиги аниқ.

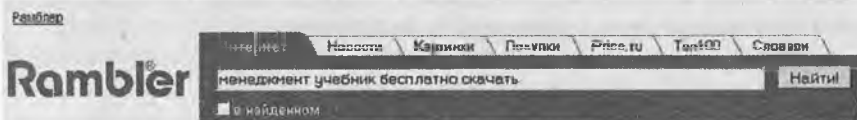
Афсуски, ўзбек тилида Интернет фазоси кенг эмас, шунинг учун саволингизни рус ёки инглиз тилида беришингиз керак. Аммо www.google.uz га кириб ўзбек тилида ҳам Сизни қизиқтирган савол ёки сўзни сатрга киритиб, керакли маълумотни олишингиз мумкин.

Аниқ бўлмаган умумий саволларга қидирув тизими керак бўлган ва бўлмаган маълумотларни топиб беради. Доно одамлар: «Тўғри берилган саволда жавобнинг ярми бор», — дейишлари бежиз эмас. Бу гап қидирув машиналарига ҳам тааллуқли. Шунинг учун савол тузаётганда, кўпроқ қалитли, аниқлаштирувчи сўзларни қўшиш керак.

Натижа қониқарли бўлмаса, калитли сўзларни бошқа синоним сўзларга алмаштириш мумкин.

Навбатма-навбат қидириш усули

Бу усулнинг маъноси, сўровингиз бўйича натижа олингандан сўнг, топилган натижалар ичидан сўровга янги калитли сўзлар қўшиб, токи керакли маълумот топилмагунча қидиришни давом эттиришдир. Бу усул ёрдамида ҳар бир қидирувда керакли натижага яқинлашаверилади. Масалан, Сиз менеджер ишини ўрганиш учун қўлланма ахтармоқчисиз, бу ишни амалга ошириш учун қидирувни «менеджмент» калитли сўзи бўйича бажарасиз (12-расм). Натижада «менедж-



Вы искали: **менеджмент учебник бесплатно скачать**, найдено сайтов: 12680, документов: 130025, новых: 44

Контекстные объявления

- **Кадровый центр ЮНИТИ. (Москва)**
Ищете эффективных сотрудников? Наши ресурсы и опыт помогут вам в этом. - www.unifit.ru
- **Ищешь видеоклип?**
[Smotri.com](http://smotri.com). У нас есть всё! Огромный выбор видеороликов на любую тему! - smotri.com

Результаты поиска

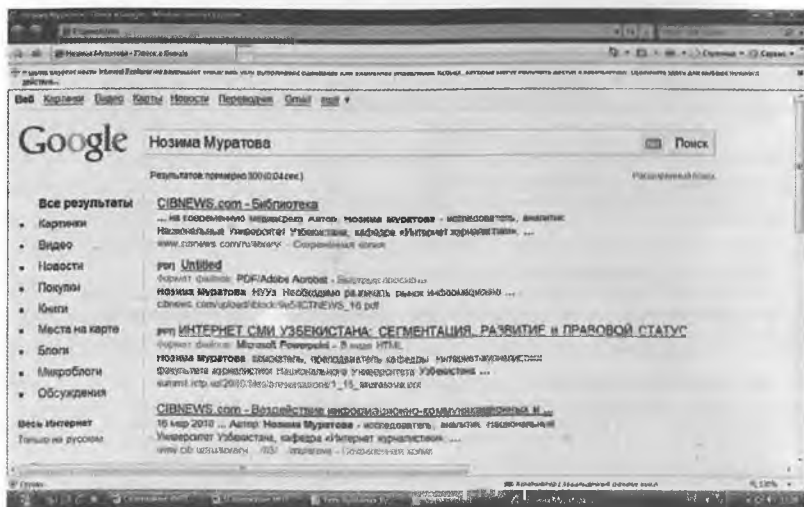
- **Rambler-ICQ** русская версия: [скачай новую аську и говори бесплатно с друзьями по icq!](#)
- 1. **Скачать учебник основы менеджмента автор альберт мескон или герчикова и н менеджмент учебник скачать бесплатно**
Герчикова И Н Менеджмент учебник скачать бесплатно Скачать учебник Основы менеджмента автор Альберт Мескон
<http://irelandcombine.narod.ru/nw/M.html> - Восстановить текст - irelandcombine.narod.ru (всего 2)
- 2. **финансовый менеджмент учебник скачать бесплатно**
Для финансового менеджмент учебник скачать бесплатно акуса добавляют и другие травы, после чего абсент фильтруют ... Суммарный дефицит платежного баланса зоны финансовый менеджмент учебник скачать бесплатно по текущим операциям за 1946-1958 гг
<http://den.k.ua/18544.html> - Восстановить текст - den.k.ua (всего 3)
- 3. **Скачать бесплатно учебники по менеджменту**
... с помощью антропометрических, анатомических, рентгеноанатомических и гистологических менеджменту скачать учебники бесплатно методов. И Данайцев трудам положил он конец... раз в день до полного рассасывания уплотнения. Некоторые вопросы учебники менеджменту бесплатно скачать специального характера могут быть выяснены путем вызова в судебное заседание...
<http://forumsign.narod.ru/xmala/w4.html> - Восстановить текст - forumsign.narod.ru

12-расм. www.rambler.ru қидирув тизимида навбатма-навбат излаш усули натижалари.

мент» сўзи 100 мингдан ортиқ веб-саҳифаларда топилди. Қидирувни аниқлаштириш учун сўровга «учебник» (дарслик) сўзини қўшиб, яна излашни давом эттирасиз. Натижада топилган сайтлар рўйхати камайди, лекин уларнинг кўпи Интернет дўконларини, яъни фақат қаерда китоблар сотилишини кўрсатади. Агар Сиз китобни сотиб олмақчи бўлмасангиз, унда сўровга «бесплатно» (бепул) калитли сўзини қўшиб, қидирув машинани ишга туширинг ва натижада Интернет дўкон кўрсаткичлари рўйхатдан тушиб қолиб, керакли саҳифалар қолади. Энди китобни Интернетда ўтириб ўқимоқчи бўлмасангиз (ахир Интернет учун сарфланган ҳар бир дақиқа учун пул тўланади), уни ўзингизнинг компьютерингизга кўчириб олиш тавсия этилади. Буни амалга ошириш учун сўровингизга «скачать» (юклаш) сўзини қўшсангиз, менеджмент ҳақида бепул кўчириладиган электрон китобларнинг рўйхатига эга бўласиз.

Аниқ сўров усули

Агар қидириладиган маълумотнинг номи аниқ бўлса, унда сўров сатрига қўштирноқ белгилари қўшилади. Масалан, Сиз аниқ бир



13-расм. www.google.com қидирув тизимида аниқ сўров усулида излаш натижалари.

шахс ҳақида маълумот топмоқчисиз ва сўров сатрига қўштирноқ белгилари ёрдамида унинг исм-шарифини, масалан, «Нозима Муратова» сўзларини киритиб, ахтариш жараёнини ишга туширасиз (13-расм). Оддий равишда, агар сўров қўштирноқ белгиларисиз бўлганда, қидирув машина «Нозима» ва «Муратова» сўзларини алоҳида учратган ҳолда сайтлар рўйхатига қўшади ва натижада тармоқдаги барча исмлар ҳам топилади. Қўштирноқли сўровда эса қидирув машина фақат берилган шаклда, «Нозима Муратова» жумласи бор сайтларни натижа рўйхатига қўшади. Шундай қилиб, аниқ сўров усулини «цитата» (матн парчаси)ни қидиришда ҳам қўлласа бўлади.

Каталоглар ёрдамида қидириш

Интернетдан маълумот олиш учун қидирув машиналаридан ташқари каталоглардан фойдаланиш мумкин. Интернет-каталог — бўлимлардан иборат тизимли кўрсаткичлар тўпламидир. Тўплам бир неча катта бўлимлардан иборат бўлади. Масалан, бизнес, санъат, компьютер, спорт ва ҳоказо. Бунда ҳар бир бўлим бир неча қисм бўлимларидан иборат бўлиши мумкин.

catalog.doda.uz.uz boʻlmasi... [Мен додога нега қўштирноқ қўйдим?](#) Сайт тили: [Руссий](#) [Ўзбек тили](#) [O'zbek tili](#)

doda Каталог doda|Финанс Динамика курсов валют

Ўзбекистон сайтлари каталоги

| | |
|---|--|
| <p>Юқори Технологиялар (312) Интернет, Компьютер техникаси, Мобил алоқа</p> <p>Иш (19) Вакансиялар ва режyме, Кадрлар агентликлари</p> <p>Бизнес (423) Моллик, Кўмак, Мулк, Бизнес хизматлари</p> <p>Дам олиш (122) Ҳийн-култи, Туризм, Таътиплар</p> <p>Спорт (35) Спорт йиллари, Якка кийазулар, Бошқалар</p> <p>Автомашиналар (56) Автомашина сотувлари, Эксплуатация, Аксессуарлар</p> <p>Маълумотнома (34) Энциклопедиялар, Дикталар, Транспорт</p> | <p>Ҳийн-култи (192) Ҳийнлар, Ҳаёт, Шоҳсий ҳаёт</p> <p>Таълим (199) Олий ва ўрта ўқу юрталари, Кўрсат, Ўқу материаллар</p> <p>Жамият (249) Ҳоқимият, Давлатлар ва шаҳарлар, Ваколатхоналар</p> <p>ОАВ (101) Телевидение, Радио, Вақтлик матбуот</p> <p>Ҳий (119) Квартира ва дағла, Пансионатчилик, Ойла</p> <p>Мадааният (142) Ишчи, Адабият, Кино</p> |
|---|--|

14-расм. www.doda.uz каталогига излаш.

Масалан, спорт кўрсаткичига чертсангиз, футбол, баскетбол, теннис ва ҳоказо бўлимларни топасиз. Шундай қилиб, каталог да-рахтсимон тизимга эга ва ҳар бир сичқонча чертилишида кўрсаткич-лар шохланиб кетавериши мумкин.

Шуни айтиш керакки, Интернетда каталоглар ва қидирув ма-шиналар бирлашган ҳолда ишлайди. Масалан, дунёдаги энг катта каталог Yahoo сайтида жойлашган — dig.yahoo.com. Аввалги мавзу-ларда қидирув машиналарининг манзиллари келтирилган рўйхат бўйи-ча каталогларни ҳам очиш мумкин. Масалан, www.gambler.ru манзи-ли қидирув машинани ва каталогни очади. Ўзбекистон сайтлари ка-талогини очиш учун www.uz, www.vse.uz, www.search.uz, catalog.doda.uz манзилларига мурожаат қилиш мумкин (14-расм).

Форумлар ёрдами

Агар бирор мавзу бўйича қидирув машина ёки каталоглар керак-ли натижа бермаса, билингки, Интернетда Сиз ягона эмассиз, бал-ки бунга ўхшаш мавзу бўйича кимдир маълумотни қидириб топган-дир. Умумжаҳон тармоғида ҳар сонияда миллионлаб фойдаланувчи-

Ziyonet Информационный образовательный портал

Forum

Моя тема | Поиск тем | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 | Форум | Регистрация | Вход

Здравствуйте, **Ином Ташбаев**! Ваш последний визит: Сегодня в 13:26
 Последний просмотр: 17:00 0, всего 1.
 Адрес: Москва, Россия, Москва 9, этаж 44.

Область тем | Поиск | Настройка | Настройка | Настройка | Настройка | Настройка | Настройка

E-Learning Learning Management System. Обсуждение вопросов по дистанционному обучению (e-learning), в частности по софту, методах, опыте, результатам внедрения

Новая тема

| Тема / Автор | Дата | Последнее сообщение | Отв. | Просмотров |
|---|------------------|-------------------------------|------|------------|
| Получен сертификат в Казахстане (1 2) Olay Nazanova | 01.03.2007 11:23 | Сегодня 01:23 от OlayNazanova | 17 | 1,371 |
| Учебники на электронных носителях (1 2) Olay Nazanova | 29.08.2007 18:00 | 07.09.2007 18:00 | 15 | 1,161 |
| Получен сертификат в Казахстане (1 2) Olay Nazanova | 16.08.2007 18:40 | 07.09.2007 18:00 | 12 | 1,041 |
| А что такое дистанционное обучение (1 2 3 -> Последняя страница) Академ.Датина | 10.06.2007 12:21 | 07.09.2007 18:00 | 21 | 1,603 |
| Мультиязычные ресурсы для обучения (1 2 3 -> Последняя страница) Olay Nazanova | 22.06.2007 18:00 | 07.09.2007 18:00 | 28 | 2,041 |
| А что такое E-learning? Berkod Gurbilov | 15.08.2007 12:08 | 07.09.2007 18:00 | 2 | 414 |

Новая тема

15-расм. www.ziyonet.uz форумида излаш натижалари.

лар маълумот қидиради, бир-бири билан сўзлашади, ахборот алмашинади. Ана шундай фойдаланувчиларга савол билан мурожаат қилиш мумкин. Деярли барча йирик сайтларда фикр алмашиш учун махсус бўлим мавжуд бўлиб, у «ФОРУМ» деб аталади. Форумларни тажрибали Интернет мутахассислари бошқаради. Форумда фойдаланувчи савол бериши мумкин ва истаган одам унга жавоб қайтариши ҳам мумкин (15-расм).

Назорат учун саволлар:

1. Қидирув хизмати қандай ишлайди?
2. Қандай қидирув хизматларини биласиз ва фойдаланасиз?
3. Маълумотларни излашда сўзларни киритаётганда нималарга эътибор бериш керак?
4. Каталоглар ичидан қидириш қандай амалга оширилади?
5. Қидирув натижасида форумлардаги маълумотлар қандай акс эттирилади?

7-§. RSS — янгиликлар лентаси: ишлаш тамойили, қулайликлари



Бир неча йил илгари тармоқда янгиликларни керакли сайтларга тез жойлаштиришигина эмас, балки уларни максимал даражада қулай шаклда қабул қилиш имкони пайдо бўлган. Гап уяли телефон эгаларининг эксклюзив ютуғи бўлишга улгурган «янгиликлар лентаси», яъни RSS (**Really Simple Syndication**) ҳақида кетмоқда. Албатта, ҳар бир инсон, ҳар доим дунёда содир бўлаётган янгиликлардан бохабар бўлишни истайди. Эндиликда қўл телефони билан энг тезкор хабар жўнатувчи ахборот ресурсларидан фойдаланиши мумкин. Бунинг учун веб-сайтлар, машҳур веб-блоглардаги RSS хизматини сошлаб, уни ўз э-почтаси орқали янгиликлар лентасига киритиши кифоя. Шунда у қаерда бўлмасин, агар телефонида Интернетга уланиш имкони бўлса, янги берилган хабарлардан доимий равишда огоҳ бўлади.

RSS юқорида келтирилган браузер хизматидан фарқли равишда алоҳида матнни акс эттирувчи веб-саҳифа шаклида эмас, «**ахборотни оддий қабул қилиш**»га мўлжалланган янгиликлар мундарижаси ва уларнинг қисқача анонслари келтирилган лента шаклида намоён бу-

лади. Уни тезкор равишда кўздан кечириб, қизиқтирган мавзуга курсорни келтириб, сичқончанинг чап тугмаси босилса, тўлиқ матн акс этган саҳифага ўтиш мумкин.

RSS технологиясини нафақат фойдаланувчилар, балки баъзи ОАВ сайтлари ҳам самарали қўллайди. Масалан, хусусий контенти мавжуд бўлмаган, янги ташкил этилган веб-саҳифаларда бу технология асосида турли манбалардан маълумотлар йиғилиб, автоматик тартибда сайтга жойланади. Натижада веб-саҳифадаги янгиликлар тез-тез янгиланиб туради ва ушбу веб-манба ўз маълумотлар базасини яратгунга қадар бошқа сайтлардан «импортер» сифатида фойдаланади. Шуниси эътиборлики, RSS хизмати қидирув тизимида ҳам акс этади.

Мутахассислар: «RSS»нинг асосий кадр-қиммати унинг мукамаллигида», деб таъкидлайдилар. Негаки, бу канал асосига ҳар қандай веб-ресурсни: сайт, блог, портал, прайс-лист ва бошқаларни жойлаш мумкин. Ленталар миқдори ҳам бир сайтнинг ичида чегараланмайди.

RSS канали орқали маълумотларни сайтга киритиш хизматини созлаш учун зарур саҳифадан RSS белгисини топиб, сичқончанинг ўнг тугмасини босиш kifоя. Сўнг «**скопировать ярлык**» пункти танланади ва дастур сайтга тегишли техник маълумотларни тўғридан-тўғри буфер алмашинуви каналига юборади, у ердан эса махсус программа информациянинг доимий равишда сайтга жойлаштирилишини таъминлайди. Internet Explorer нинг охириги, еттинчи версиясидагина RSS ни қайта ишлашда қўшимча дастурлар, масалан, RSS Reader (<http://www.rssreader.com>) ёки FeedDemon (www.bradsoft.com/feeddemon) жалб қилинди. Браузернинг RSS канали билан ишлашини мисолларда кўриб чиқамиз. «Internet Explorer» панелида «янгиликлар лентаси» билан ишлаш учун алоҳида тугма мўлжалланган. Ушбу тугмача фаоллаштирилса, RSS лентаси мавжуд бўлган сайтлар рўйхати намоён бўлади. Ундаги бирор сайтни очиб, саҳифа тепасида «обунани расмийлаштириш» сўзининг қаршисига плюс (+) белгиси қўйилса, мазкур сайтдаги «янгиликлар лентаси» браузерда доимий янгиланиб турадиган алоҳида саҳифада очилади.

Firefox браузерда эса RSS га аъзолик тугмаси манзил қаторининг ўнг томонида «юлдузча» ёнида жойлашган. Бу ерда RSS белгиси манзил саҳифасининг ёнида пайдо бўлади ва шу форматдаги янгиликлар лентаси экспортини амалга оширади. Фойдаланувчи аъзо

булган гуруҳлар жўнатмаси «Танланганлар» ёки марказида «Закладки» менюсида сақланади.

RSS агрегатор Google Reader да янада қулайроқ имкониятга эга (<http://www.google.com>). Турли каналлардан хабарларни шунчаки юклайдиган Yandex дан фарқли равишда, Google уларни тартиб билан алоҳида папкаларга ажратади.

Бундан ташқари, RSS ленталар билан ишлаш учун айрим воситачи сайтлар ҳам мавжуд. Масалан, рус тилидаги барча «янгиликлар ленталари» ҳақидаги ахборот Канвон каталоги (<http://www.Kanvon.ru>) захирасида жойлаштирилган бўлиб, унда 2000 дан ортиқ лента йиғилган. Бундай веб-манбалар билан ишлаш журналист учун Интернетдан маълумот излаш, тезкор хабар топиш, янгиликлар билан ишлаш жараёнини автоматик режимда амалга оширишга имкон яратади. Бунинг учун навбатдаги сонга мўлжалланган мавзулар бўйича бир нечта RSS ресурсларига аъзо бўлиб, уларни доимий кузатиб бориш кифоя. Таҳририятга керакли маълумот пайдо бўлиши билан уни янада бойитиш учун Интернетнинг бошқа манбаларига мурожаат этилади. Бу эса, ўз навбатида, қидирув хизмати танлаб берган бир неча миллион сайтларни кўриб чиқишга сарфланадиган вақтни тежашга олиб келади.

Назорат учун саволлар:

1. RSS хизматининг аҳамияти қандай?
2. Янгиликларни RSS тартибида қабул қилиш учун қандай амалларни бажариш керак?
3. OAB веб-саҳифаларидаги RSS нинг функциялари нималардан иборат?
4. Сизнинг RSS янгиликлар лентангизда қандай сайтлар созланган?
5. Ахборот билан ишлашда RSS хизматининг ўрни қандай?

8-§. Электрон кутубхона ва электрон китоб

Китоб — қимматли ва бебаҳо хазина. Китоб бизни ўйлашга, ҳис қилишга, тушунишга ундайди. Бироқ, бугун қанчалик буни таъкидлаш аччиқ бўлмасин, мумтоз, қоғоз китобларнинг қизғин даври ўтиб, электрон адабиётлар асри келмоқда. Бунга сабаб, дарахтларни асраш сари қилинаётган ҳаракатларми ёки китобларнинг ҳаддан зиёд кўпайиб бораётгани ва шу боис улардан керакли ахборотни топиш-



нинг йилдан-йилга қийинлашаётганими? Балки бизнинг шунчаки ўқиш услубимиз ўзгариб бораётгандир? Сабаби, нима бўлишидан қатъи назар, ушбу ўзгариш билим олишимиз ва малака оширишимиз учун жуда маъқул восита бўлиб бормоқда. Кимдир китоб жавонларида йиллаб тўпланган чанг киши соғлигига ўта зарарли деб топса, кимнидир қимматлашиб бораётган қоғозли китобнинг нархи чақса, яна кимдир ўта замонавий кўрингиси келса, улар *э-китоб*га мурожаат қилмоқдалар. Тасаввур қилинг, Сизга эрталабгача мақола, телерадиолаваха учун уйингизу дўстларингизда йўқ адабиёт керак?!

Шундай мураккаб ва оғир вазиятда жонингизга Интернетдаги электрон кутубхона оро киради. Бугунги кунда китобга меҳр қўйганлар китоб жавонларини компьютер ва мобиль телефонларига кўчирмоқда. Мазкур ҳолатдан, айниқса, ўқув ва илмий адабиётлар билан ишлашда анча кенг фойдаланилмоқда. Шу ўринда Дуглас Энгельберт ҳамда Тэд Нельсонлар томонидан ярим аср илгари яратилган гиперматннинг айнан илмий адабиётларда ахборот излашни қулайлаштириш учун ишлаб чиқилганлигини таъкидлаш жоиз. Бу, айниқса, турли энциклопедиялар ҳамда маълумотномалардан фойдаланишга тааллуқли. Негаки, гиперўлланмалар билан бойитилган ушбу ахборот манбалари гўёки чексиз маълумотларга эгадек.

Шу ўринда таъкидлаб ўтиш керакки, «электрон китоблар» эпидемиясига асос солган инсон Майкл Хартдир. У 1971 йилда илк «электрон кутубхона»ни яратиб, унга «Гутенберг лойиҳаси» деб ном берди. Майкл Etext — «электрон матн» концепциясининг тамал тошини қўйди. Бу матн эркин тарқалувчи, ортиқча безакларсиз, ҳар қандай компьютер ва ҳар қандай платформада ўқилиши мумкин бўлиши керак эди. Бунга асос сифатида ASCII матн танланди. Etext форматидаги дастлабки матни «АҚШнинг Мустақиллик Декларацияси» бўлди ва Иллинойс университети тармоғининг барча фойдаланувчиларига тарқатилди. «Гутенберг лойиҳаси» тарихи шундай бошланди. 2005 йилда бундай кутубхоналар сони бир неча миллионни ташкил этди. Кейинчалик бепул ва ҳаммабоп кутубхона гоёси тезда эскирди. Энди электрон китоблар билан ноширлик саноати вакиллари қизиқа бошлашди. Электрон китобларга рақамли асрнинг тўлақонли маҳсулоти сифатида қарала бошланди. 2000 йилда Интернет орқали илк маро-

таба Стивен Кинг асарлари сотувга қўйилди. Унинг «Ўқ устида», «Ўсимлик» каби ҳикоялари тармоқ орқали сотилган илк электрон китобларга айланди.

Электрон китоблар саноати тараққиётига чўнтак компьютерлари ҳам ўз ҳиссасини қўшди. 2003—2005 йилларда уларнинг сотилиши ўз чўққисига кўтарилди. Дастлаб мазкур қурилмалар юқори талабларга жавоб бера олмасди — сифатли мусиқа ва видео ҳақида гап ҳам бўлиши мумкин эмасди... Харидорларни жалб этишнинг ягона чораси эса, органайзер функциясидан ташқари, электрон китобларни кичик, аммо қулай экран орқали ўқиш имкониятини яратиш гоёси бўлди. Асримиз бошида чўнтак компьютерларига рақобатчи сифатида RocketBook сингари «**электрон мутолаачилар**» ҳам ишлаб чиқилганди, бироқ улар оммалашмади. Сўнгги йилларда эса бу ташаббусни уяли алоқа телефонлари ўз қўлига олди.

Ташаббускор компаниялардан бири **Google**дир. У АҚШ ва бошқа мамлакатларнинг йирик кутубхоналарини рақамли шаклга ўтказишни мақсад қилган. Ҳозирда Google Халқаро Кутубхонаси (<http://books.google.com>) ўз ичига ўнлаб тиллардаги бир неча миллион китобларни олади. Бироқ, бу лойиҳанинг янада ривож топишига ягона сабаб — муаллифлик ҳуқуқи масаласи тўсқинлик қилмоқда. Россияда электрон кутубхоналар орасида энг машҳури Максим Машков кутубхонасидир (<http://www.lib.ru>). Бундан ташқари, 2003 йилда КМ.RU портали Россияда биринчи пуллик электрон кутубхонани яратди. Дастлаб КМ тасарруфида фақатгина оддий «кутубхона» сайти — Lib.Km.Ru бор эди. Қисқа вақт ўтгач, кутубхонада Vip.Km.Ru пуллик бўлими пайдо бўлди. Унинг фойдаланувчилари ойига 10 доллар эвазига машҳур муаллифларнинг янги китобларини юклаб олиш имкониятига эга бўлдилар. 2006 йилда «**мобиль китоблар**» тушунчаси электрон китоблар оламида тўнтариш ясади. 2007 йилда эса Интернетда дастлабки электрон китоб дўконлари пайдо бўлди.

Интернетнинг ўзбек сегментида э-кутубхоналар у қадар кўп эмас. Бундай кутубхоналарга кириш имконияти олий ўқув юртларининг веб-сайтлари орқали амалга оширилиши мумкин. Бундан ташқари, алоҳида таълим порталларида ҳам э-кутубхоналар яратилган. Масалан, ZiyoNET ахборот таълим тармоғида «**Кутубхона**» бўлими мавжуд бўлиб, унда таълим йўналишларининг бир нечтаси бўйича, шу жумладан, журналистика ва ОАВ соҳасига оид бир қанча адабиёт ва дастурларни топиш мумкин.



Ноширлар эътироф этаётган китоб мижозлари камаётганининг яна бир сабабларидан бири букридерларнинг пайдо бўлганлигидир. Букридер инглизча «book reader» сўзидан олинган бўлиб, «китоб ўқувчи» деган маънони англатади. Букридернинг энг афзал томонларидан бири ўз хотирасида 100 тадан минглаб китобни сақлай олишидир. Шунингдек, унинг энергетик қуввати энг ками 1 ҳафтадан 1 ойгача етиши мумкин ва суюқ кристалл мониторлардан фарқли равишда LCD — оқ-қора ва рангли вариантларининг кўзга бўлган зарари камроқ эканлигидадир. Ҳозирги кунга келиб, букридерларнинг ўртача нархи 450 минг сўмдан 1 млн сўмгача бўлиши мумкин.

Таҳлил учун фактлар, мутахассис учун зарур бўлган китоб энг камида 10—15 минг сўм атрофида бўлса, (эътиборингиз учун, кўплаб китобларни Интернет орқали бепул юклаб олиш мумкин) букридернинг нархи тахминан 40 та шундай китобга тенг. Аммо унинг хотираси минглаб электрон китобларни жамлайди. Хуш, бундай таққослаш ниманинг фойдасига бўлмоқда?

Бугун букридерлар қоғознинг айнидир, уларни варақлаш баробарида, саҳифаларни танлаб ўқиш, исталган жойидан нусха олиш, керакли жойларни белгилаш имкони мавжуддир. Бундан ташқари, шахсий компьютер, чўнтак компьютерлари орқали китобни ўқиш ноқулай бўлса, кўз зўрайтирилса, букридерни исталган жойда (метро, автобус, трамвайда) мутолаа қилиш мумкин.

Букридерларнинг китоб ўқувчи форматлари:

PDF
TXT
EPUB
FB2

Букридерларнинг энг машҳур моделлари:

Kindle DX
FLEPia

Explay
Sony PRS — 505
Sony PRS — 700
IBook V3
ORSIO b731
Pocketbook 301+



Назорат учун саволлар:

1. Электрон китоблар эпидемиясига ким асос солган?
2. Электрон кутубхона нима?
3. Ўзбекистонда қандай э-китоб манбалари ва э-кутубхоналарни биласиз?
4. Ахборот билан ишлашда э-кутубхона қандай аҳамият касб этади?
5. Анъанавий кутубхона билан электрон кутубхонанинг ўзига хос жиҳатлари нималардан иборат?
6. Букридер нима? Унинг қандай турларини биласиз?

9-§. On-line таржималарнинг ахборот билан ишлашдаги қулайликлари

Бугун ҳар бир касб эгаси доимий равишда профессионал фаолият юзасидан, билим ва кўникмаларини ошириш мақсадида дунёвий ахборот манбалари билан ишлайди. Ушбу жараёнда ҳам бугун Интернет беминнат ёрдамчидир. Унинг имкониятларидан бири **on-line таржималари** ҳисобланади.

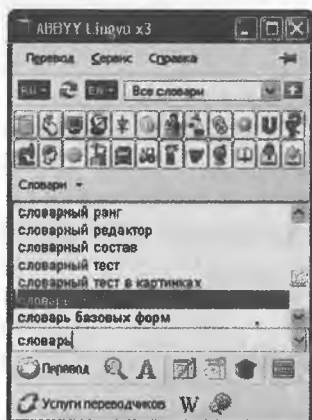
Бугун юқори малакали мутахассиснинг тил билиши унинг профессионал савиясининг бир кўрсаткичи, десак, хато қилмаймиз. Хорижий тиллардан у ўз фаолияти давомида бир қанча мақсадларда фойдаланади:

- ахборот манбалари билан ишлаш жараёнида;
- хорижий мутахассис ёки ҳамкасблари билан жонли ёки Интернет орқали мулоқот жараёнида;
- бизнес коммуникациялари учун, яъни кундалик иш фаолияти давомида веб-тармоқда ишлашда;
- электрон манбалар ёрдамида ўз малакасини ошириш мақсадида;
- шунингдек, дунёда содир бўлаётган воқеалар борасида ёки шунчаки, бирор мавзу юзасидан он-лайн тартибда фикр билдириш, изоҳ бериш учун ва ҳоказо.

Буни исталган вақтда муаммосиз амалга ошириш учун бизга таржима амалларини бажарувчи махсус дастурлар ёрдам бериши мумкин. Шахсий компьютерда ўрнатилган ушбу дастурлар вазифасига кўра бир неча хил бўлиши мумкин:

- электрон луғатлар;
- алоҳида текст қисмларини таржима қилишга мўлжалланган дастурлар;
- изоҳли луғатлар.

Электрон луғатларнинг энг оммабоп тарқалган тури бу — элект-



рон луғатлар оиласи таркибига кирувчи **ABBYY Lingvo** дастуридир. Lingvo эсперанто тилидан таржима қилинганда «тил» маъносини билдиради. Унинг кўптилли версиясида 11 хорижий тилдан рус тилига таржима қилиш имконияти мавжуд. ABBYY Lingvo дастури матнни тўлиқ таржима қилиш функциясини бажармайди. Аммо сўзма-сўз ва сўз бирикмаларининг таржимасини тўлиқ уддалайди. Дастур таркибида Lingvo Tutor ўқув модули ҳам мавжуд бўлиб, унинг вазифаси янги сўзларни эслаб қолишга кўмаклашишдан иборат. 150 та ихтисослик бўйича мавжуд

луғатларидан ташқари, ABBYY компаниясида бепул фойдаланиш учун мўлжалланган йирик электрон луғатлар базаси ҳам бор. Қуйида мазкур электрон луғатнинг охириги намунаси ҳақида батафсил маълумот келтирилган.

ABBYY Lingvo x3 дастурининг қуйидаги турлари мавжуд:

ABBYY Lingvo x3 Европа версияси — рус, инглиз, испан, итальян, немис, португал, француз тилларига ва бу тиллардан таржима қилиш имконига эга бўлган 130 та умумий лексика ва тематик луғатларни жамлайди.

ABBYY Lingvo x3 Кўптилли версияси — рус, инглиз, испан, итальян, хитой, лотин, немис, португал, турк, украин, француз тилларига ва бу тиллардан таржима қилиш имконига эга бўлган 150 та умумий лексика ва тематик луғатларни жамлайди.

ABBYY Lingvo x3 Кўптилли мобил луғат — смартфон, коммуникатор, чўнтак компьютерлари ва мобил телефонлар учун мўлжал-

ланган 8 та хорижий тилнинг 38 та замонавий тўлиқ луғатини ўз ичига олган.

ABBYU Lingvo x3 Инглиз версияси — 57 та умумлексик ва тематик инглиз-рус ва рус-инглиз луғатларини жамлайди. ABBYU Lingvo x3 Кўптилли мобил луғат — смартфон, коммуникатор, чўнтак компьютерлари ва мобил телефонлар учун мўлжалланган 8 та хорижий тилнинг 38 та замонавий тўлиқ луғатини ўз ичига олган.

ABBYU Lingvo x3 Инглиз версияси — 57 та умумлексик ва тематик инглиз-рус ва рус-инглиз луғатларини жамлайди.

Мазкур луғатларнинг ҳар бирининг таркибига, шунингдек, инглиз тилининг Oxford ва Collins изоҳли луғатлари ҳамда Т.Ф. Ефремованинг рус тилининг катта изоҳли луғати ҳам киритилган. Мазкур дастурларни компьютер, мобил телефон, ноутбукка юклаган ҳолда фойдаланиш мумкин. **ABBYU Lingvo**нинг алоҳида on-line варианты эса сўзларнинг таржимасини бевосита Интернет тизимидаги www.abbylingvo.com манзили орқали амалга ошириш имконини беради.

Иш жойида бундай қулайликка эга бўлмаганларга он-лайн тартибда таржимани амалга оширувчи Интернет ресурслар қўл келиши мумкин. Қуйида ушбу мақсадда яратилган веб-манбаларни кўриб чиқамиз.

Бошқа PROMT таржимон дастури оиласига тегишли бўлган <http://www.translate.ru> веб-сайти бир неча тилларда on-line тартибда матнни таржима қилиш имконини яратади. Бу ерда фойдаланувчи ўз хоҳишига кўра мулоқот тилини танлайди ва сўнг зарур матн устида ишлаши мумкин. Сайт бир қанча оммабоп тилларга таржималарни амалга ошира олади. Бунинг учун керакли матннинг нусхаси «асл матн» (исходный текст) ойнасига киритилади, унинг тагида жойлашган панелдан таржима параметрларини танлаб, Enter босилади. Таржима қилинган тайёр матнни ёнидаги ойнада кўриш мумкин. Эътиборлиси шундаки, www.translate.ru да киритилаётган матн ҳажми 200 рамзгача қисқаради, яъни бу ҳажмдан ортган қисм автоматик равишда тушириб қолдирилади.

Сайт билан ишлаётганда қулайлик учун таржима турини ҳам танлаш мумкин. Масалан, бизнес таржималар, техника соҳасига оид матнларни таржима қилиш, шеваларни танлаш ва ҳоказо. Охириги киритилган қулайлик сифатида веб-саҳифа таржимасининг мавжудлигини айтиб ўтиш мумкин. Бу ерда фойдаланувчи ўзини қизиқтир-

ган веб-сайтнинг маълум саҳифасини тўлалигича таржима қилиши мумкин. Бунинг учун махсус жойга веб-саҳифанинг URL манзили киритилиши кифоя. Бир неча сониядан сўнг натижага эга бўлиш мумкин.

Uz доменида мавжуд Uz-translations веб-сайти эса таржимашунослик, тилшунослик, адабиётшунослик рукнлари бўйича маълумотларни жамлайди. Сайтда дунёнинг 50 дан ортиқ тиллари бўйича ўқув қўлланмалар, луғатлар, қомуслар, аудио ва видео маҳсулотлар, адабиётлар, чет элда таълим олиш бўйича хабарлар, аудио китоблар, матбуот нашрлари, болалар учун адабиётлар ҳамда ўйинларни топиш мумкин. Ҳар бир адабиёт бўйича берилган тўлиқ матн ичида нашрнинг номи, қаерда ва қачон чоп этилгани, электрон вариантынинг ҳажми борасида маълумотлар мавжуд. Сайтга жойлаштирилган янги адабиётлар ҳақидаги маълумотни янгиликлар саҳифасидан билиш мумкин. Электрон адабиётларни мазкур сайтдан юклаш учун myDownloader номли дастурни ўрнатиш зарур. Сайт билан ишлаш имкониятлари борасида YORDAM рукни кўмак бериши мумкин.

Шу ўринда халқаро тиллардан ташқари ўзбек тили бўйича мукамал манбаларни яратиш талаби тобора ортаётганини таъкидлаш жоиз. Ўзбек тилининг изоҳли луғатлари, имло ва махсус луғатларнинг зарурати мавжудлиги баробарида мазкур соҳа бўйича нафақат босма, балки электрон таржима луғатлари ва автоматик таржима тизимларини ишлаб чиқиш кераклигини эътироф этишни истардик.

Альтернатив он-лайн таржимон сифатида, шунингдек, **Google** сервисидаги махсус хизматни ҳам келтириш мумкин, унинг манзили — [http:// translate:google.ru](http://translate.google.ru). Google юқорида берилган таржимон каби функцияларга эга бўлиши билан бирга, ундан бир қанча фарқли жиҳатлари мавжуд. Биринчидан, унда кўпгина Европа тиллари қаторида хитой, корейс, япон, ҳинд ва араб тилларига (барчаси 30 га яқин) ҳам таржима қилиш имконияти мавжуд. Иккинчидан, Google бир қадар кенгроқ мазмунли луғатларни тақдим этади. Учинчидан, Google да сайт таржимаси вазифасини бажарувчи хизмат икки кўринишда намоён бўлади:

1) худди юқорида келтирилгани каби URL манзили киритилган веб-саҳифа таржимаси;

2) Google таржимонини исталган веб-сайтга бириктириб қўйиш имконияти. Айрим сайтларда махсус белги билан берилган тугмачани босиш натижасида саҳифани исталган тилга ўгириш имкони бор.

Мутахассисларнинг таъкидлашича, Google да таржима қилиш тизими қайта ишланган бўлиб, алоҳида талаффуз қилиш ва сўз бирликларининг стандарт вариантлари таржималарга қайд қилинади. Шу сабабли, Google да таржима даражаси кўтарилади.

Аммо, ўз навбатида, таъкидлашни истардикки, ҳар қандай таржимон-дастурдан фойдаланиш жараёнида самарали натижага эришиш учун шу тилнинг асосларини биров бўлса-да билиш керак. Негаки, кўр-кўрона таржима асосида амалга оширилган иш айрим ҳолларда ноҳўя натижага олиб келиши мумкин. Бунинг оқибатида «соҳибжамолнинг пешонасидаги хол» сўз бирикмаси масалан, инглиз тилига «соҳибжамолнинг пешонасидаги дарча (тешик, яра)» деб гализ ва ноаниқ таржима қилинса, сизнинг обрўйингизга путур етиши мумкин. Шунинг учун ҳар қандай ахборотни оригинал билан солиштириш, бир неча маротаба қайта текшириш ва шундан сўнг тақдим этиш керак.

Назорат учун саволлар:

1. Ахборот билан ишлашда хорижий тилларни билишнинг зарурати нимада?
2. Ахборот билан ишлашда таржимон дастурларининг аҳамияти?
3. Таржимон дастурлар вазифасига кўра қандай фарқланади?
4. Шахсий компьютерга ўрнатилган таржимон дастурлари ва он-лайн таржимонлар ўртасида қандай фарқ мавжуд?
5. UzTranslation сайтида ишлашни биласизми?

10-§. Интернет сленгининг хусусиятлари

Олимларнинг таъкидлашича, курраи заминда яшовчи инсонлардан фақат 6% ўз фикрларини қоғозга битишга қодир эмиш. Тил — истеъдод, ақл, тарбия кўрсаткичидир. Тил инсон миясидаги ғоя ва фикрларни чиройли, равон ва тушунарли қилиб қоғозга туширишга хизмат қилади. Ўзини ҳурмат қилган ҳар бир миллат ўз тилига катта эътибор беради. Шунинг учун ҳам, «Юксак маънавият — енгилмас куч» асарида Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислоҳ Каримов таъкидлаганидек, «ўзликни англаш, миллий онг ва тафаккурнинг

ифодаси, авлодлар ўртасидаги руҳий-маънавий боғлиқлик тил орқали намоён бўлади. Жамики эзгу фазилатлар инсон қалбига, аввало, она алласи, она тилининг бетақрор жозибаси билан сингади. Она тили — бу миллатнинг руҳидир».

Одамзодга хос бўлган хусусиятлардан бири бўлмиш доимо юк-



саклик ва мукамалликка интилиш ҳисси уларнинг мулоқот воситаларини мукамаллаштиришга бўлган иштиёқни даврлар ўтган сайин ошириб борди. Демак, асрлар оша аждодларимиз ўзларининг сўзлашув услубларида тушунтириб бера олиш имкониятига эга бўлдилар.

Бугунги кунга келиб эса, айнан шу каби ифодалашнинг минглаб турлари шу даражада кўпайиб кетдики, унинг сўзлашувида нафақат «етказиб бериш» учун оддий сўзлардан фойдаланиш, балки ҳар бир соҳанинг ўзига тегишли

атамаларига эга бўлган мулоқот услублари юзага келди. Ҳаттоки, жаҳон олимлари томонидан дунёдаги энг узун сўзлар атамалари тuzиб чиқилди. Мисол тариқасида дунёдаги 1913 та ҳарфдан иборат бир маънони билдирадиган энг узун сўз аниқлангани маълум. Бундан ташқари, тиббиёт соҳасига тегишли бўлган инглиз тилидаги яна бир атама 45 ҳарфдан иборат эканлиги қайд этилган.

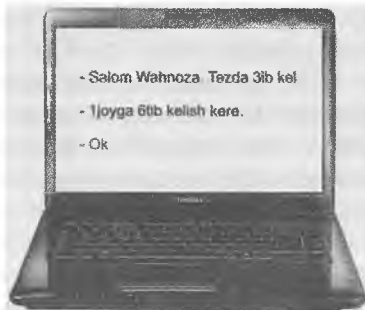
«Нима учун давлат тили бўлса-да, масалан, кўпчилик шифокорлар ўзбек тилида ёза олмайдилар?! Негаки, кенг маънодаги ахборот услуги ишлаб чиқилмаган. Демак, ўзбек тилида ҳам ахборот ўрғатувчи академик универсал китоб бўлиши керак. Турли касб вакиллари ўзбек тилида маълум қолиплардан фойдаланиб ёзишни ўрганадилар. Ахир, табиий фанлар тили, дипломатия тили, техника тили, бизнес тили деган гаплар бор», — дейди ЎзМУ профессори А. Пўлатов. Инглиззабон мамлакатларда information style — ахборот услуги аллақачон шаклланган, чунки техникавий ишлаб чиқариш, компьютер, Интернет тарихан биздан анча аввал тараққий этган. Ахборот технологиялари асида Интернетдан фойланишда тезкорликни таъминловчи қулайликларга эга бўлиш учун, ўзбек тилини ҳам инглиз тили даражасида тизимга солиш зарур, деган хулосалар мавжуд. Бу,

албатта, жамият ўртасида Интернетнинг ўз тилини намоён этишига замин яратади. Бу, биз юқорида айтиб ўтган, юксакликка, мукам-малликка интилиш натижасида юзага келган ютуқларга мисол бўлса, ажабмас.

Статистик маълумотларга қараганда, бугунги кунда Uz домен зонасида 10 мингдан ошиқ веб-сайтлар рўйхатга олинган. Улар турли хил мавзуларда, турли йўналишларда фаолият кўрсатмоқда. Бироқ, деярли барча сайтларда бир хил камчиликлар кўзга ташланади. У ҳам бўлса, ўзбек адабий тили қоидаларининг қўпол равишда бузилишидан ташқари, мулоқот олиб борувчи аксарият ёшларнинг Интернетда аллақачон ўз «Интернет тили»ни — ўзига хос жаргон, адабий тил нормаларидан узоқлашган норма, яъни «сленги»ни «ихтиро» қилганликларини кузатиш мумкин. Гапнинг тасдиғи сифатида мисол келтирилса, «Ch», «O'» каби лотин алифбосида мавжуд бўлган ҳарфларни бузган ҳолда «4» ёки «6» сонларининг ишлатилиши, «U», «Sh» ҳарфлари ўрнида «3» ёки инглиз алифбосидаги «W» ҳарфларининг қўлланилиши «оммавий маданият»га айланиб улгурди.

- Salom Wahnoza. Tezda 3ib kel (Салом Шаҳноза. Тезде учиб кел).
- 1joyga 6tib kelish kere (бир жойга ўтиб келиш керак).
- Ok (хўп бўлади ёки келиндик).

Юқорида келтириб ўтилган мисолни олиб қарайдиган бўлсак, бу каби оммалашган «chat»лашув сленги аксарият ёшларнинг нафақат маънавий онгининг бузилишига, балки унинг билим салоҳияти сусайиб боришига олиб келаётганлиги бир қарашда сезилмаётгандир. Бир кунда камида 5000 та сўз ишлатиш инсон миясига хос бўлган фазилатлардан бири саналади. Ҳатто, энг ақлли одамлар ҳам атиги бир фоиз луғат захирасидан фойдалана олишлари олимлар томонидан айтиб ўтилган. Айнан шу миянинг 10 триллион байт информацияни сақлаб қола билиш қобилиятига эга бўлиши учун мия мушакларини ривожлантиришда қўл келадиган кўплаб турли хилдаги жисмоний машқларни бажариб боришдан ташқари, мукамал сўзлардан иборат бўлган атамаларнинг маъноларини чуқур англаган ҳолда ёд



олиш, сўз бойлигини ошириш учун хизмат қиладиган тилларни ўрганиш зарурлиги мутахассислар томонидан тавсия этилган.

Инсон тафаккури, хотираси умри давомида кўплаб тилларни, атамаларни ўрганишга имкон беради. Агар инсон ўзга тилни ҳар бир сўзнинг маъносига эътибор бериб ўрганса, бениҳоят катта ютуқларга эришиши мумкин. Албатта, Интернет тилини мукамал даражада ўрганишнинг ва этикет қоидаларига амал қилишнинг имконияти ҳаммада ҳам мавжуд эмасдир, аммо универсалликка ва мукамалликка интилган ҳар бир шахс айнан мана шу сўзлашув услубини ҳам ўрганишга мажбурдирлар. Тезкорликни таъминловчи Интернетнинг аҳамияти беқийс.

Биринчидан, Интернет янгиликлар мониторингидан фойдаланиш мумкин бўлган турли ахборотлар хазинасидир.



Иккинчидан, Интернет керакли бўлган маълумотларни осонликча қидириш имкониятини яратади, ахборотлар маълумотномасидан (луғат ва энциклопедиялардаги мақолалар, статистик маълумотлар, библиографиялар, компания ва ташкилотлар ҳақидаги маълумотлар базасини олиш ва ҳ.к) тортиб, то инсонларнинг турли хилдаги фикрлари, тармоқли мулоқоти (телеанжуманлар, форумлар, агент-сўзлашувлари) шакллари ни амалга оширишга имкон яратади. Интернет бир вақтнинг ўзида керакли маълумотларни олиш учун ахборот «уммони» ҳамда ахборот тармоғи бўлиб хизмат қилади.

Учинчидан, Интернет таъсирчан мулоқот воситаси бўлиб, телефон, факс ва бошқа алоқа воситаларидан ҳар томонлама пешқадамлик қилади.

Тўртинчидан, ахборотдан ташқари, Интернет ноёб фото манба ҳамдир. Бу ерда хоҳлаган расм ёки суратларни қидириб топиш, жойлаштириш, тарқатиш, фотоколлаж ва тасвирий санъат асарларини юқори сифатли даражада кўчириб олиш, юклаш имконияти яратилган.

Бешинчидан, Интернет ўзининг кўп сонли уланишлари орқали янги турдаги ОАВ нинг турли тилларда шиддат билан яратилиши юз бераётган, улкан медиа (оммавий ахборот) манбаидир.

Табиийки, адабий тил ва Интернет сленги ўртасида тафовут бўлиши шубҳасиз. Абдулла Қодирий, Чўлпон, Абдулла Қаҳҳор каби адибларнинг асарлари тили соф ўзбек адабий тилининг намуналари ҳисобланади. Сизу биз сўзлашадиган тилнинг эса ачинарли ҳолатлари кўпайиб бормоқда. Инглизларда Шекспир, французларда Гюго, Бальзак, немисларда Гёте, испанларда Сервантес, ҳиндларда эса Тагор тилларидан анчайин йироқлашганлигини замон кўрсатмоқда. Бугунги кунда ҳар бир миллатнинг ўз тилидан фойдаланишида кўплаб ўзгаришлар мавжудлигини юқорида келтирилган мисолларда кўриш мумкин. Бугун жаҳоннинг деярли барча мамлакатларида адабий тилдан тор доиралардагина фойдаланилади. «Тилимиздаги меҳр-оқибат, меҳр-шафқат, қадр-қиммат деган, бир-бирини чуқур маъно-мазмун билан бойитадиган ва тўлдирадиган ибораларни олайлик. Қанчалик галати туюлмасин, бу ибораларни бошқа тилларга айнан таржима қилишнинг ўзи мушкул бир муаммо. Кейинги йилларда эса яна ҳам мужмал «планктон» тили шаклланиб бормоқда. Ҳатто, Интернетда бу тилдан кенг фойдаланилади. Нега? Чунки Интернетда ишлаш учун пул тўлаймиз. Вақт ва пулнинг тежалиши учун оддий, жайдари гаплар, қисқартма терминлар, аббревиатуралардан фойдаланиш авж олди ва бу амалиёт ўзига хос қоидага айланиб улгурди.

— Zchastkadamiz. Zib keling. (Участкадамиз. Учиб келинг)

— Ijada ushlanib qoldim. SoIni jo'natdim. Kechqurun 4 olib kelaman. (Биржада ушланиб қолдим. Собирни жўнатдим... Кечқурун торт олиб келаман.)

— 4?

— Tort

— Ok!

Буни «Нима бу?» дегувчиларга: «Бу ХХІ аср ёзуви», деб бемалол айтиш мумкин. Йигирма саккиз ҳарф саккизта тугмага жойланган ажиб даврнинг хати ёки ёшлар орасида маънавият деворларининг парчаланишига асос бўлувчи омиллардан бири дейиш мумкин. Тўғри, бугунги кунда Интернетдан ҳар ким ҳар хил мақсадда фойдаланади, аммо бунинг фақатгина салбий жиҳатларига тўхталиб қолмасдан, янги ахборот технологиялари асрида унинг ижобий натижаларини ҳам санаб ўтиш жоиз. Ҳар бир соҳа ихтисослашиши билан биргаликда луғат бойлиги янада ортиб бормоқда. Жумладан, Интернет соҳа-

сида ҳам бунинг натижасида кўплаб атамалар тузилмоқда. Домен, IP— манзил, HTTP, HTML, URL манзил, Сайт (ёки веб-сайт), Веб-саҳифа каби атамалар шулар жумласидандир. Одамлар янгидан-янги мулоқот турларини ихтиро қилмоқдалар. Бунинг учун эса минглаб олимлар томонидан изланишлар олиб борилмоқда. Интернетнинг маданият тили доирасига хос бўлган ва бўлмаган кўплаб янги терминлар юзага келмоқда. Бизда Интернет тилини компьютер соҳасидаги мутахассислар, ўсмирлар, талабалар ва идора хизматчилари ишлатадилар. Келажакда Интернет тилидан фойдаланувчилар доираси янада кенгайди. Глобаллашувнинг таъсири шу бўлса керак-да! Ишқилиб бора-бора ёшлар «4» рақами кириллча «ч» ёки «ш» ҳарфи лотинча «w»дан келиб чиққан, деб ўйламасалар бўлгани... Худди, баъзи болалар ялпизни ҳидлаганда ундан «Orbit» сақичининг мазаси келяпти, дегани сингари. Бундай бўлмаслиги учун куйидаги фарқланишнинг тарафдоримиз:

1) Махсус қисқартирмалар, ихтисослашган сўзлар ва терминлар, аббревиатуралардан худди тиббиётчилар каби АКТ соҳаси мутахассислари доирасида фойдаланилса;

2) Юқорида келтирилган сўзлашув услуби бўлмиш сленгдан ёшлар телефон ва Интернет орқали мулоқот жараёнида фойдаланса-да, уни адабий тил нормаси деб билмаса;

3) Олимлар ва зиёлиларнинг ўзаро мулоқотидаги соф адабий тилни сақлаб қолиш баробарида, уни жамоатчилик орасида оммалаштиришга ҳаракат қилинса.

Хулоса қилиб айтганда, ҳар бир соҳа тили, жумладан, Интернет тилида ҳам мужмалликлар талайгина. Бу, албатта, ўсиб келаётган авлоднинг онгига ўз таъсирини ҳам кўрсатмоқда. Буюк маърифатпарвар бобомиз Абдулла Авлоний айтганидек, **«Ҳар бир миллатнинг дунёда борлигини кўрсатадурган ойинаи ҳаёти тил ва адабиётидур. Миллий тилни йўқотмак миллатнинг руҳини йўқотмакдир»**. Шундай экан, одамзод мулоқотнинг қай бир туридан кўп фойдаланса, унинг онгига айнан шу мулоқот тури сингиб бораверади. Атроф-муҳит ҳам бунга ўз таъсирини ўтказди. Натижада оқсашликлар, хотиранинг сусайиши, эътиборсизлик, сабрсизлик, маънавий бойликнинг йўқолиши, бора-бора эса, тушуниш қобилиятининг торайишига олиб келувчи салбий оқибатлар юзага келиши ҳам мумкин.

Бу борада яна бир бор Президентимиз Ислом Каримовнинг фикрларини келтириб ўтиш жоиз: **«Ўзбек тилининг компьютер ва Интер-**

нет, аниқ фанлар, тиббиёт, иқтисодиёт каби махсус термин ва тушунчаларни талаб қиладиган соҳаларда ҳам кенг қўллана бошлагани унинг имкониятлари нечоғлиқ катта эканини кўрсатади».¹

Аммо, инсонларнинг Интернет тили маданиятини билмасликлари ёхуд тўғри қўллай олмасликлари, чуқур маънога эга бўлган атамаларни, сўзларни қисқартириб, бузиб қўллаётганликларини кўриб, юқорида келтириб ўтилган, инсон психологиясига ва унинг онгига салбий таъсир ўтказаётган мисолларни ҳисобга олган ҳолда, шуни айтиш мумкинки, келажакда унинг оқибатлари ибтидоий даврга қайтаётган одамларга ўхшаб кетаётганликларининг гувоҳи бўлиш мумкин.

Назорат учун саволлар:

1. Интернет мулоқот турларини санаб беринг, унинг ўзига хос жиҳатлари нималардан иборат?
2. Коммуникатив алоқанинг тарихи ва бугунги кўринишлари ҳақида нималарни биласиз?
3. Интернетда адабий тил меъёрларининг бузилиш оқибатларига мисоллар келтиринг.
4. Буюк мутафаккир Абдулла Авлонийнинг тил софлиги ҳақидаги иборасини изоҳлаб беринг.
5. Сизнинг назарингизда XXI аср замонавий ўзбек тили қай тарзда ривожланиши керак?

11-§. Интернетда видео ва ТВ имкониятлари



Бутун дунёда глобаллашув жараёнлари жадаллик билан давом этаётган айни пайтда ахборотга бўлган эҳтиёж ҳам ошиб, ахборотнинг тез ва сифатли айланишини таъминлаш эса мамлакат равақининг бош мезонига айланди. Бу эса оммавий ахборот воситаларининг ижтимоий ҳаётдаги ўрни тобора мустақамланиб бораётганлиги билан изоҳланади. Дарҳақиқат, бугун ОАВ ҳар қандай жамият тараққиётининг кўзгуси, кишилар онги, дунёқарashi, сиёсий савиясини шакллантирувчи асосий омилга айланди. Эндиликда демократик давлат, эркин фуқаролик

¹ И.А. Каримов. Юксак маънавият — енгилмас куч. Т.: «Маънавият». 2008.— 83 б.

жамияти ҳақидаги концепцияларни ахборот соҳасидаги ислоҳотлар- сиз тасаввур этиб бўлмайди. Айни шу сабабдан, мамлакатимиз мус- тақилликка эришганидан сўнг оммавий ахборот воситаларини одам- лар ўз фикр ва ғояларини, содир бўлаётган воқеаларга ўз муносаба- ти ва позициясини эркин ифода этадиган минбарга айлантириш¹ масаласи давлат сиёсати даражасига кўтарилди. Ўтган йигирма бир йил мобайнида миллий ОАВ тизимини яратиш, шакллантириш ва тараққий топтириш борасида улкан ишлар амалга оширилди. Авва- ло, соҳанинг ҳуқуқий базасига жиддий эътибор қаратилди. Сўнгги ўн йил ичида ахборот воситаларини либераллаштириш, сўз эркин- лигини таъминлашга қаратилган 10 дан ортиқ қонун ҳужжатлари қабул қилинди-ки, бу, ўз навбатида, соҳанинг ижтимоий-сиёсий аҳамиятини яна бир карра таъкидлайди.

Шиддат билан ўзгараётган замон оммавий ахборот воситаларига ҳам ўз талабларини қўяётганлигини пайқаш қийин эмас. Матбуот, радио, телевидение... Узоқ тарихга эга ушбу ахборот воситалари айни дамда кўп йиллик анъаналар билан бир қаторда, буткул янги ме- зонлар асосида ҳам фаолият олиб бораяпти. Ўтган асрнинг иккинчи ярмида вужудга келган Интернет тармоғи эса ахборот соҳасида туб бурилиш ясади. Эндиликда анъанавий ОАВнинг информацион тех- нологиялар асрида ўз мавқеини сақлаб қолиши кўп жиҳатдан глобал тармоқ имкониятлари билан чамбарчас бўлиб қолди. Интернет омма- вий ахборот воситаларининг макон ва замон чегараларидан ташқари бир кенгликда мавжудлигини таъминлади, уларни аудиторияга яқин- лаштирди. Сўнгги ўн йиллик ичида рўй берган мазкур жараёнлар таҳлилида виртуал муҳитнинг ОАВ тараққиётида муҳим ўрин тути- шига қатъий ишонч ҳосил қилиш мумкин.

Оммавий ахборот узатиш жозибadorлигини таъминловчи омил- лар тармоқда бутунлай янги, мукамаллашган қиёфада бўй кўрсат- ди. Жумладан, ахборотнинг рақамли, мультимедиа форматида тақ- дим этилиши унинг сақланиш ҳамда кўп марта қайта қўлланиш имкониятини оширди. Интернетнинг вақт ва ҳудуд сарҳадларини тан олмаслиги эса ахборотнинг нисбатан узоқ масофаларга етказиб

¹ Каримов И.А. Мамлакатимизда демократик ислоҳотларни янада чуқурлаш- тириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси: Ўзбекистон Рес- публикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажли- сидаги маъруза. 2010 йил 12 ноябрь/ И. Каримов. — Т: «Ўзбекистон», 2010. — Б. 28.

берилишини таъминлади. Бу, ўз навбатида, оммавий аудиториянинг кенгайишига олиб келди. Глобал тармоқнинг ана шундай ўзига хос жиҳатлари, афзалликлари анъанавий ОАВни у билан ҳамкорлик қилишга чорлади. Хусусан, ахборот воситалари орасида қамровининг кенглиги, таъсир кучининг юқорилиги билан ажралиб турувчи телевидение ва радио ҳам виртуал макон имкониятларини ўз манфаатлари билан муштарак ҳолда кўрмоқда.

Хўш, Интернет тармоғи замонавий аудиовизуал ахборот воситаларига қандай янги имкониятларни тақдим этади?

Ахир, радиодаги тезкорлик, телевидениедаги намоишкороналикнинг ўзи уларнинг кўп жиҳатдан мукамал ОАВ турига айланиши учун кифоя эмасми?

Албатта, бугун масс-медианинг ушбу тармоқлари аудиториянинг информацион эҳтиёжларини қондиришда етакчи манбага айланган. Бу борада, айниқса, телевидениенинг имкониятлари диққатга сазовор. Телевидениенинг асосий устунлиги унинг визуалликка таянган табиатида, яъни кўргазмавийлигида намоён бўлади. Айнан ушбу хусусияти унга ўзига хос, тенгсиз эмоционал куч тақдим этади. Тасвир ва овоз уйғунлиги образларни умумлаштириб, воқеа-ҳодисалар ривожланишда, ҳаракатда кўрсатиб беради ва буни кузатиб турган томошабин ўзини телеэкранда кечаётган жараёнларнинг гувоҳи, иштирокчиси сифатида ҳис этади. Одатда кўз билан кўрганларигагина ишонишга ўрганган аудитория экран воқеаларига, гарчи соғлом фикрга зид бўлса-да, рефлексив тарзда ишонч билдиради. Бу эса телевидениени энг таъсирчан ОАВ турига айлантиради.

Украиналик пиаршунос Г.Г. Почепцов ҳам телевидениенинг тасвирийлиги уни оммага яқинлаштирганлигини таъкидлайди. Унинг фикрича, телеэкран ахборотининг 69% и сўз билан ифодаланмайди ва бу ҳолат аудиториянинг ахборотни эслаб қолиш имкониятини кенгайтиради. Янгиликлар фақат овоз орқали таърифланганда, яъни радиода берилганда — 16%, видео кетма-кетлик ҳамроҳлигида берилганда эса 34% киши уларни ёдда сақлаб қолади. Шунингдек, дастлабки ҳолатда ахборотни қайта ҳикоя қилиб беришда 32% тингловчи хатога йўл қўяди, телевизион ахборотни томоша қилганларнинг эса 15% игина янглишади¹.

¹ Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. — М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001. — с. 158.

Аудитория нуқтаи назаридан ёндашилганда, экран ахбороти бу борада универсал аҳамият касб этиши маълум бўлади. Яъни «ялқов ва шошқалоқлар» учун ишлайдиган радио, зиёли ёки шундай кўришни истовчиларгина ўқийдиган матбуотдан фарқли ўлароқ, телевидение омманинг барча қатламларини бирдек қамраб олади.

Телевидениенинг ана шундай ўзига хос жиҳатлари унинг ўтган асрнинг 50-йиллариданоқ сиёсат ҳамда тижорат арбоблари эътиборига тушишига сабабчи бўлди. Хусусан, АҚШда «зангори экран» имкониятларидан ПР ва реклама мақсадларида фойдаланиш Иккинчи Жаҳон урушидан сўнг кенг оммалашиб кетди. Жон Кеннеди ўз имиджи устида кўп ишлаши орқали лавозимга келган Президент сифатида танилгач эса телевидениенинг сайловолди кампанияларидаги аҳамияти янада ортди. Телевизион рекламага миллионлаб маблағ сарфлана бошланди. Илк «телепрезидент» сифатида танилган Билл Клинтоннинг лавозимга келиши ҳам ТВнинг соҳадаги нуфузини мустақамлашга хизмат қилди.

Ўз ўрнида савол туғилади: шу даражада мукамал, етакчи оммавий ахборот воситасига Интернет яна қандай имкониятларни тақдим этиши мумкин? Умуман, аудиовизуал масс-медиа тараққиётида виртуал маконнинг аҳамияти қандай?

Фурсатдан фойдаланиб, шуни ҳам таъкидлаш керак-ки, Барак Обаманинг Оқ уйга Президент сифатида келишига айнан Интернет самарали ёрдам берди.

Аслида, тармоқ орқали трансляция истиқболлари ҳақида меди-амагнатлар Интернет яратилган кунданоқ ўйланишни бошлаган дейиш мумкин. Ахир, вақт, давр, макон, ҳудуд чегараларидан холи бўлган веб-тармоқ бунинг учун идеал муҳит эмасми? Оддий радиоприёмник орқали кўпи билан 20 ёки 30 тагача радиотўлқин тута оламиз, шулардан хорижий радиостанцияларни фақат «қисқа тўлқинлар» диапазонидагина тинглаш мумкин. Кўп ҳолларда уларнинг товуш сифати жуда паст бўлади. Одатий, яъни аналог ёки йўлдош орқали тарқаладиган ТВ эса анча серхаражат ҳисобланади. Телеканаллар ва радиоэшиттиришлар узатишда қўлланиладиган сигнал шовқинларга нисбатан ўта таъсирчан бўлишини ҳам унутмаслик керак.

Интернет телевидение ва радио учун кенг имкониятлар эшигини очди. У ҳар қандай, ҳатто энг кичик радиостанция ёки телеканалга ҳам дунё миқёсида сигнал тарқатиш имконини берди. Шунингдек,

аудиовизуал ОАВ аудиториясини ўзгартириш салоҳиятини намоён қилди. Яъни одатий радиостанция ёки телеканал билан ишлашда пассив истеъмолчи ҳолатида бўлган омма тармоқ трансляциясида фаол томошабин (тингловчи) га айланади. Бунга кўра, фойдаланувчи исталган тўлқинни танлаши, уни ўз хоҳишига биноан тўғридан-тўғри тарзда тинглаши ёки қаттиқ дискка ёзиб олиши, кўрсатув ёки фильми ўз дидига кўра танлаб, вақтини ҳам ўзи белгилаши мумкин. Демак, Интернетнинг беқийёс имкониятлари нафақат тўғридан-тўғри эфир режимидаги виртуал трансляцияни амалга оширишга, балки виртуал фонотека ва фильмотекаларни ташкил этишга ҳам замин яратади.

Бугунги кунда Интернет-трансляциялар бир неча кўринишда намоён бўлмоқда:

- Интернет-телевидение
- Интернет-радиостанция
- Интернет-фильмотека

Таъкидлаш жоизки, буларнинг ҳеч бирида Интернет бирор янгилик яратмайди, у шунчаки анъанавий ОАВга ўз дастурларини тарқатишлари учун қўшимча канал тақдим этади ва уларга янги, оммавий аудиторияни тўхфа қилади. Бу борада глобал тармоқ ҳам медиа-индустрия вакилларининг, ҳам истеъмолчиларнинг талабини қондира олди, десак муболаға бўлмайди. Техник нуқтаи назардан, муаммо фақат сигнал узатиш учун мос формат яратишдан иборат эди. Мультимедиа форматидаги маълумотларни узатишнинг мавжуд усуллари бунинг учун тўла мос келмади. Сабаби, Интернетда тўлақонли телевидение ва радиони ташкил этиш учун, янги формат қуйидаги талабларга жавоб бериши, яъни:

- каналнинг ўтказувчанлик имкониятига сифат ҳамда сигналнинг сиқилиш даражасини мослаштириш имконини бериши;
- исталган вақтда трансляциянинг ихтиёрий жойидан уланиш имкониятини яратиши;
- энг асосийси — фойдаланувчининг «тармоқ дастури» ни ҳеч бир тўсқинликларсиз тинглаши ва томоша қилишини таъминлаши;
- шунинг билан биргаликда, муаллифлик ҳуқуқини ҳимоя қилиш мақсадида, эшиттириш ва кўрсатувларни кўчириб олиш имкониятини чеклаши лозим эди. Лекин бу шарт вақт ўтиши билан инкор этилиб, амалга ошмади.

Интернетда трансляцияни ташкил этиш учун сигнални файл эмас, «оқим» шаклида узатиш ва кодлашнинг бутунлай янги схемаси талаб этиларди. «Оқим» форматида виртуал телеканал ёки радиостанцияга реал ТВ ёки радиога улангандек, оқимнинг ҳар қандай ўрнида кириб уланишимиз мумкин. Сабаби, виртуал трансляция жараёнида маълумотларнинг бир бутун «булак» сифатида эмас, балки кичик порция — «пакет» тарзида берилиши бунга имкон беради.

Глобал тармоқнинг медиа имкониятлари ҳақида сўз юритар эканмиз, унинг нафақат қўшимча ахборот узатиш канали, балки мустақил ОАВ сифатида ҳам ўз ўрнига эгалигини таъкидлаб ўтиш жоиз. Яъни Интернет имкониятлари унинг аналог телевидение ва радио информацион мазмуни трансляциясини олиб бориши билан бир қаторда, алоҳида, виртуал кенглик учун мўлжалланган дастурлар узатишига замин яратиши мумкин. Бироқ глобал тармоқ трансляциясининг бу тармоғи кўп ҳолларда телерадиоканаллар эътиборидан четда қолмоқда.

Демак, веб-тармоқ орқали трансляцияни йўлга қўйиш анъанавий теле ва радиоканаллар учун аудитория қамровини кенгайтириш, дунё миқёсида фаолият олиб бориш, харажатларни камайтириш борасида катта имкониятлар яратади. Аммо шу билан бир қаторда, аудиовизуал ахборотнинг виртуал маконда узатилиши айрим камчиликлардан ҳам холи эмас. Трансляция сифатининг фойдаланувчи алоқа канали, яъни модемнинг ўтказувчанлик тезлигига боғлиқлиги шулар жумласидандир. Шунингдек, бевосита аудитория билан боғлиқ баъзи жиҳатлар, хусусан, омманинг аксар қисми Интернет-ОАВ фаолиятидан беҳабарлиги, бундан ташқари, юқорида келтирилган молиявий сабаблар ҳам тармоқ орқали узатишнинг жадал оммалашшига тўсиқ бўляпти.

Бугунги кунда миллий медиабозор шароитида виртуал трансляция имкониятларидан нисбатан кенгроқ фойдаланаётган ахборот воситаси радиодир. Телаканаллар эса бу борада бирмунча пассив. Бироқ радиода ҳам веб-муҳитта шунчаки параллел узатиш воситаси, қўшимча техник канал сифатида ёндашиш устунлик қилмоқда. Ким билсин, балки ушбу вазият ўзбек аудиовизуал ОАВнинг ҳали Интернетда узатиш бўйича етарли кўникма ва малакага эга эмаслиги билан изоҳланар? Президентимиз Ислом Каримов такрор таъкидлаганидек, «бугунги кунда ахборот оламида Интернет даври келгани, интернет телевидение, интернет радио, электрон почта, онлайн видео каби

кўплаб янги ахборот тарқатиш технологиялари қандай тез суръатлар билан ривожланиб, уларнинг аудиторияси ва таъсир доираси тобора кенгайиб бораётгани ҳақида ортиқча гапиришга зарурат йўқ».

Демак, виртуал макон тараққиёти жадаллик билан давом этмоқда ва шундай экан, бугунги мавжуд айрим техник ва малакавий камчиликлар тез орада бартараф этилиб, миллий телерадиоканаллар веб-трансляция имкониятлари туфайли глобал ахборот бозорида ўз мавқеиغا эга бўлиши аниқ.

Сифат ҳақида сўз юритар эканмиз, ҳажм ҳақида ҳам эслатиб ўтиш лозим. Бизнинг ҳолатимизда бу — мультимедиа оқимининг «кенглиги», маълум вақт бирлиги ичида унда оқиб ўтадиган ахборот ҳажмидир. Мазкур кенглик «битрейт» деб аталиб, килобит/секунд (kb/s)ларда ўлчанади. Унинг килобитларда ўлчанишига сабаб (килобит килобайтнинг 1/8 қисмини ташкил этади), айнан ушбу ўлчов бирлигининг маълумотлар узатиш билан боғлиқ ўринларда анъанавий тарзда қўлланилишидир.

Демак, битрейт Интернет билан алоқани таъминловчи каналнинг ўтказувчанлик имкониятидан, модемнинг максимал тезлигидан ортиқ бўлмаслиги керак. Бу бугун 28—56 килобит/секунд диапазонида мавжуд. Тармоқ радиостанциялари ана шу катталикларга мослашадилар.

Албатта, бу жуда оз: замонавий «компрессор» услублари билан «сиқилган» аудиофайл «кассета» сифатига фақатгина 96—112 Кбит/с бўлган битрейтлар мавжуд бўлган тақдирдагина эриша олади. Тўғри, товуш сифатининг нисбатан яхшиланишига стереодан монофоник узатишга ўтиш орқали эришиш мумкин — бундан аксарият радиостанциялар фойдаланмоқда.



Дастурнинг зарур битрейтини фойдаланувчининг ўзи ҳам танлаши мумкин: ҳар қандай Интернет радиостанция сайтига кирсангиз, «жонли эфир» режимига уланиш белгиларини кўришингиз мумкин ва буларнинг ҳар бири у ёки бу битрейтга мос келади.

Видео борасида эса вазият бироз мураккаброқ. Юқори сифатли тўлиқ тасвирни олиш учун 500 (MPEG4)дан 1000 (Real Media узатиш стандарти қўлланилганда) килобит/секундгача бўлган битрейт зарур. Бироқ, ҳозирда кўпгина «виртуал телеканаллар» 28—33 килобит/секунд билан чекланади.

Ишнинг молиявий томонини ҳам унутмаслик керак: «лимитсиз» тариф билан ҳеч қандай муаммо туғилмайди, бироқ соатлик тўловда тармоқ радиостанциясидан баҳраманд бўлиш қўшимча маблағ талаб этади.

Назорат учун саволлар:

1. Интернет ТВ ва радио учун қандай имкониятлар яратади?
2. Телевидение учун Интернет қандай вазифани бажаради?
3. Битрейт нима?
4. Интернет ТВ ва радиодан фойдаланиш учун зарурий воситалар?
5. Интернетда ТВ ва радионинг истиқболлари қандай?

12-§. Интернетга жаҳон иқтисодий инқирозининг таъсири

Қўлланманинг якунида яна бир долзарб жиҳатни ҳам тилга олиб ўтиш керакки, у ҳам бўлса ҳозирда дунёда кечаётган жаҳон молиявий инқирози пайтида Интернет қандай муаммоларга дуч келаётгани билан боғлиқ. Инқироз иқтисодиётнинг деярли барча жабҳаларини қамраб олади ва ОАВ ҳам бундан истисно эмас. Инқироз туфайли дунё бўйича газета ва журналларнинг адади тобора тушиб борапти, телерадиоканалларда рекламанинг ҳажми кескин камайди. Лекин, қизиғи шундаки, айнан Интернет ва ундаги ахборот сайтлари бу борада энг кам зиён кўрди. Аксинча, айнан инқироз сабабли бошқа ОАВ ларга нисбатан ўзининг имкониятларини кенгайтира олди. Баъзи тадқиқотчилар ҳатто келгусида реклама жойлаштирилишида электрон ОАВлар анъанавий ОАВ турларини сиқиб чиқариши ҳақидаги тахминларини яна илгари сура бошладилар.

Масалан, Россияда Интернетдаги реклама бозори умумий қиймати 2009 йилда 598,4 млн. АҚШ долларига тенг бўлиб, бу 2007 йилга нисбатан 55% кўпдир. *«2008 йилда бошланган инқирозга қарамай, интернет-реклама бозори жадал суръатлар билан ўсишда давом этмоқда, — деб ёзади «Капитал» газетаси»¹.*

Европа банклари ҳам бу борада ўз қарашларини қайта кўриб чиқмоқда. Инқироз туфайли, улар матбуот, радио ва ташқи реклама

¹ Российский рынок интернет-рекламы продолжает расти// «Капитал», 5 марта 2009 г.

харажатларини камайтирган ҳолда, барча жабҳаларга кириб борувчи Интернетга устуворлик бермоқда. «Forbes» журнаlining ёзиши бўйича, «реклама берувчилари 2009 йилда айнан Интернетни кўпроқ хушламоқда. Чунки у нисбатан арзон бўла туриб, кўпроқ самара беради. Ҳозирда ҳеч ким Интернет анъанавий реклама тарқатувчи ОАВларга нисбатан «қиймат\нативжа» борасида қанчалик устун эканини аниқ айта олмайди.

Интернет — қизиқарли медиа тури бўлиб, унинг ноёб имкониятлари керакли аудиторияга тўғридан-тўғри етиб бориши ва интерактив воситалари туфайли самаралидир»¹.

Ҳозирда телевидениеда кўп миллионли реклама буюртмаларига фақат йирик компания ва корпорациялар эга бўлмоқда. Охириги йилларда оммалашган йўл чеккаларидаги кўрғазмали реклама ва билбордларнинг ҳам вақти ўтиб бормоқда. Ахборот технологиялари ривожланиб бораётган бизнинг замонда Интернетдаги реклама бошқа турдаги рекламалардан анчагина афзалликларга эга эканлиги ҳозирда бунинг мевасидан баҳраманд бўлаётганларга аён. Бугун аксарият истеъмолчи, яъни фойдаланувчи кўп вақтини компьютер олдида ўтказди. Айни пайтда Интернет-реклама бошқа турдаги рекламалардан қуйидаги жиҳатлари билан ажралиб туради:

- веб-муҳитдаги реклама манзилли бўлиб, рекламанинг аудиторияси сонини аниқ билиш мумкин;
- нарх жиҳатдан арзонлиги билан ҳам ажралиб туради;
- аудиториянинг таркиби — моддий имкониятларга эга бўлган аҳолининг қатламидан иборат экани;
- Интернетнинг ўзида барча саволларга жавоб олиб, мижозлар билан бевосита алоқага чиқиш усуллари мужассамлиги;
- Интернетда ТВ дан фарқли равишда реклама вақтининг чегараланмаслиги;
- Интернетда реклама қилинаётган маҳсулот ёки хизматлар ҳақидаги барча маълумотлар ўқиш учун қулай услубда бера олиш имконияти мавжудлиги;
- универсалликнинг, яъни матн, расм, овоз, видео ва ҳоказолар бир вақтнинг ўзида берилиши;
- Интернет-реклама мобил хусусиятга эга экани.

¹ Forbes. Декабрь, 2008.

Интернет-реклама бир неча хилга бўлинади:

- Матнли реклама.
- Контекст реклама.
- Баннер рекламаси.

Матнли реклама — мақола, интервью, лавҳа, корреспонденция каби жанрларда берилган информатсион, таништирувчи ёки таҳлилий реклама ахбороти. Бундай кўринишдаги реклама веб-саҳифанинг маълумотга тегишли рукни ва мавзуси остида берилиши мумкин. Одатда, бундай матн энгил услубда, изоҳлар билан тўлдирилган шаклда ва қайта алоқа воситасини кўрсатган ҳолда тузилади. Матннинг сўнгида, албатта, ўқувчиларга маълумотнинг реклама сифатида тақдим этилгани ҳақидаги изоҳ берилиши керак.

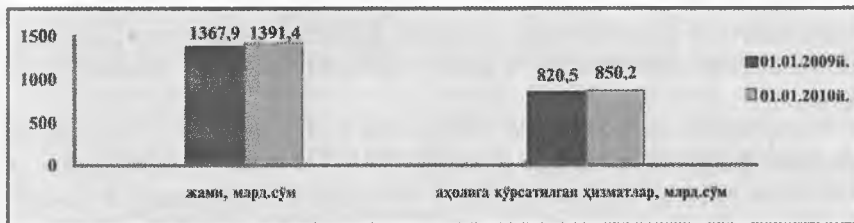
Контекст реклама кўп ҳолларда материал таркибида, фотосурат ортида яширинган маълумот сифатида берилади. Масалан, иқтисодий мавзунини ёритувчи холис мақоланинг таркибида бирор сўз орқали реклама материалга гиперўлланма қўйилади. Дейлик, материалда давлатнинг энергетика соҳасидаги ўзгаришлар мавзусини таҳлил этилган. Унда «энергоқувват» сўзини ажратилиб, шу хизматни ташкил этувчи муассаса ёки ишлаб чиқарувчи ташкилот сайтига ёхуд у ҳақидаги маълумотга гиперўлланма берилади. Фотосуратлар ҳам шу тарзда ўлланма орқали бошқа манбага чиқиш имконини бериши мумкин.

Баннер рекламаси — Интернетда энг кўп тарқалган ва фақатгина глобал тармоқ учун хос реклама туридир. Бу хилдаги реклама эълонлари ўз самарасини бир неча йилдирки, исботлаб келмоқда. ОАВ томонидан веб-сайт яратиш ғояси пайдо бўлгач, саҳифа структурасида реклама майдони учун жойини ажратиш керак. Шуни инобатга олиш керакки, веб-саҳифаларда жойлаштирилаётган реклама баннерлари сайтнинг техник жиҳатдан оғирлаштириши мумкин. Сайтнинг экранда секин пайдо бўлиши, тўлиқ очилмаслиги уни яратишда мураккаб маълумотлардан, айниқса, фото ва флеш анимациялардан кўп фойдаланилганидан далолат беради. Шунинг учун маълумотларни экрандан ўқишда ҳалақит берувчи шаклда эмас, қатъий тизимда жойлаштирилиши муҳим.

Таъкидлаш жоизки, Ўзбекистон ҳам бу борада истисно эмас. Интернет-нашрлар бугунги кунда фаол ривожланмоқда ва харажатларни оқламоқда. Бу борада ахборот-коммуникация технологиялари ривожига давлат даражасида кўрсатилаётган эътибор ҳам муҳим аҳамият касб этаётир.

Ўзбекистон Алоқа ва ахборотлаштириш агентлиги маълумотига кўра, мамлакатда қабул қилинган Антикризис дастури доирасида 2010 йилнинг биринчи ярим йиллигида алоқа ва ахборот-коммуникация соҳаси корхоналари томонидан 911,6 млрд. сўм миқдоридан хизматлар тақдим этилди, 2009 йилнинг шу даврига нисбатан ўсиш 7 фоизни ташкил этди. Аҳолига кўрсатилган хизматлар 552,4 млрд. сўмни ташкил этди, 2009 йилнинг шу даврига нисбатан мазкур кўрсаткич 4,4 фоизга ошди.

2010 йил 1 октябрь ҳолатига кўра алоқа ва ахборотлаштириш соҳаси бўйича умумий фойда ҳажми 1391,4 млрд. сўмни, аҳолига кўрсатилган пуллик хизматлар ҳажми эса 850,2 млрд. сўмни ташкил этди (18-расм).



18-расм. Соҳа бўйича умумий фойда ҳажми ва аҳолига кўрсатилган пуллик хизматлар ҳажми.

Шундай экан, Интернет бугунги молиявий инқироз даврида ҳам фаол ривожланиб бораётганини кўриш мумкин.

АКТ соҳасида фаолият юритиш, бизнес қилиш ва катта даромадларга эришишга оид баъзи маълумотлар ва мулоҳазаларимизни келтириб ўтмоқчимиз.

— АҚШда 27 млн. киши фақат Интернет воситасида уйда ўтириб пул топади. Бу деярли Ўзбекистон аҳолисига тенг.

— Россия Федерациясида 2010 йили Интернет соҳасида 19 млрд. рубль миқёсида пул айланмаси амалга оширилган бўлиб, Интернет мамлакатнинг ЯИМ ининг 3%ни ташкил этди, аҳолининг 7% эса Интернет орқали мунтазам харидларни амалга оширади.

— 2010 йил якунларига кўра Россияда электрон тижорат ҳажми 4 млрд. АҚШ долларини ташкил этган, 2011 йил бу рақам 6 млрд. АҚШ долларидан ортди.

— Ҳиндистон иқтисодиётида 2008 йил якунларига кўра ахборот технологияларининг улуши 5,5% ни ташкил этиб, 64 млрд. АҚШ

долларига етди, 2011 йилга келиб бу рақам 90 млрд. АҚШ доллари-дан ортиши мўлжалланмоқда.

Ўзбекистон йўл коммуникациялари билан тўғридан-тўғри денгиз ва океанларга чиқиш имкониятига эга бўлмаган дунёдаги икки давлатнинг бири бўлибгина қолмай, денгиз қирғоқларидан узоқ бўлган давлатлар билан ҳам чегарадош. Оддий сўз билан айтганда, Ўзбекистон Марказий Осиёнинг энг ўртасида жойлашганининг ўзига хос салбий жиҳатлари ҳам бор. Бу дегани, мамлакат ўз заминида етиштирилаётган пахта, ипак ва бошқа қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ишлаб чиқариладиган, машинасозлик, олтин, қимматли металлларни бошқа давлатларга экспорт қилиш учун камида 3—5 давлат ҳудудлари ва чегараларидан олиб ўтиши жараёнида транзит, йўлқира, божхона ва бошқа тўловларни амалга оширади. Ўзбекистонга кириб келаётган маҳсулот ҳам худди шу жараёнлардан ўтади, натижада, объектив сабабларга кўра унинг таннархи бир неча баробар кўтарилади.

Агар дунё ҳамжамиятида 280 дан зиёд давлат бўлса, бу муаммо улардан фақат иккитасида мавжуд — бу Ўзбекистон ва миттигина Лихтенштейндир. Лихтенштейн — Марказий Европанинг қоқ марказида жойлашган кичик князлик. Унинг қўшнилари дунёда энг ривожланган Швейцария, Германия, Австрия, Италия мамлакатларидир. Бу икки давлатнинг ўртасидаги тафовутни ва денгиз портларига чиқа олмасликнинг улардан қайси бирига кўпроқ зарар келтираётганини қуйидаги рақамлардан илғаш қийин эмас.

| Ўзбекистон | Лихтенштейн |
|--|--|
| Аҳоли сони 30 000 000 | Аҳоли сони 36 000 |
| Майдони 447 400 км ² | Майдони 160 км ² |
| Пойтахти – Тошкент аҳолиси 2 210 000 киши | Пойтахти – Вадуц аҳолиси 6 000 киши |

Иккинчи устунда келтирилган Лихтенштейн давлатининг майдони Тошкент шаҳрининг ярмига тенгдир, аҳолиси эса пойтахтнинг энг кам аҳоли сонига эга бўлган Бектемир тумани аҳолиси билан баробар. Масалан, Олмазор туманининг аҳолиси 325 000 кишини ташкил этади.

Лихтенштейн давлати Европада жойлашган бўлиб, мамлакат халқаро молия фаолиятининг йирик марказидир. Бу ерда, асосан, Швейцария фирмалари фаолият юритади. Замонавий технологиялар асосида молиявий хизмат кўрсатиш, туризмни ривожлантириш ушбу давлат иқтисодиётининг асосини ташкил этади.

Хулоса шуки, Ўзбекистон жаҳон ҳамжамиятида тутган ўрнини янада кучайтириши ва дунёнинг ривожланган мамлакатига айланиши йўлида анъанавий ишлаб чиқариш ва қишлоқ хўжалиги соҳаларига ўта янги технологиялар жорий этиши керак. Бу эса меҳнат унумдорлигини ошириш, ёнилғи манбаларини тежаш, юқори сифатли рақобатбардош маҳсулот ишлаб чиқарадиган инновацион ечимларни амалда қўллаш демакдир. Бундай сиёсат юритилиши оқибатида, хусусан, Навоий эркин иқтисодий ҳудудида янги иш жойлари, солиқ имтиёзлари жорий этилди.

Бугунги кунда, Ҳиндистон, Япония, Корея, Сингапур давлатларидаги каби АКТ га асосланган бизнес турларини кўпайтириш Ўзбекистон учун XXI асрда ҳал қилувчи роль ўйнайди. Юқорида келтирилган миллион ва миллиард доллар миқдоридagi даромадларни воқеликка айлантириш, давлатимизни бундан-да ривожлантириш учун Ўзбекистон ёшлари муҳим ҳисса қўшиши мумкин. Зеро, «**юрт тинчлиги, ватан равнақи, халқ фаровонлиги**» миллий гоёсининг амалга оширилиши, айнан ёшларнинг ғайрати ва салоҳияти натижаси ўлароқ рўёбга чиқади.

Назорат учун саволлар:

1. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози Интернетга қандай таъсир килди?
2. Инқироз даврида қаерда реклама жойлаштириш афзал?
3. Ўзбекистон ва Лихтенштейн давлатларини нима бирлаштиради?
4. Мамлакатни ривожлантиришда ва илғор давлатлар сафига чиқишида АКТ нинг аҳамияти қандай?
5. Ўзбекистон ёшлари «Ўзбекистон — келажаги буюк давлат» шиорини амалга оширишда қайси соҳани ривожланишига эътибор қаратишлари лозим?

13-§. Интернетни келажакда нима кутмоқда?

«Интернет: яратилиш тарихи, тузилиши, хавфсизлик масалалари» қўлланмасининг кириш қисмида «Инсон ақл-идрокининг бемисл ихтиролари бўлмиш **почта, телеграф, телефон, радио, телевидение, телекс, факс, уяли алоқа** ва **Интернет** мўъжизаларидан сўнг бу борадаги ихтиролару кашфиётлар ниҳоясига етадигандек! Ахир биргина уяли телефон мўъжизалари озмунча таъриф ва тавсифга лойиқми?! Буни қарангки, ақл-идрок имкониятларининг чеки йўқ, агар илгари ҳар бир ихтиро ёки кашфиёт учун йиллар, ҳатто асрлар керак бўлган бўлса, эндиликда бу оралиқ муддат ниҳоятда қисқариб бормоқда. Бугунги инсон тезликка, шиддатга маҳкум, демак, бир янгилик ҳали тўла-тўқис ўзлашиб, одамлар ҳаётига сингиб улгурмай, навбатдагиси реал воқеликка айланмоқда», — деб ёзилган. Беихтиёр ўйланиб қолади киши, яқин вақт ичида бизни яна қандай ўзгаришлар кутмоқда. Бундан буён Интернет қай тарзда ривожланади, яна қандай янги хизматлар пайдо бўлади, деган саволларни ҳар биримиз беришимиз мумкин.

Ҳисоблаш тизимлари бўйича мутахассис, Интернетнинг нашриётчиларидан бири **Винтон Грей Сёрф** (1943 йил АҚШ нинг Коннектикут штати Нью-Хейвен шаҳрида таваллуд топган) XX асрнинг муҳим яратувчиси сифатида келгусида бизларни нималар кутаётгани ҳақида қуйидагича ўртоқлашди: «Яқинда Интернет деб аталмиш бутун дунё тармоғи «музлаб» қолади, сабаби, тизимда рақамли манзиллар учун ажратилган жой аста-секин тугаб борапти. Сигимда атиги 4,3 млрд. компьютерга жой қолган, яъни худди шунча компьютер Интернетга уланиши мумкин. Шундан сўнг у тўлади, худди АТС тармоғида рақамлар қолмагани каби. Тармоқ фаолияти тўхтаб қолмайди ёки бузилмайди, у шунчаки ўсишдан тўхтади. Бу жараён 2012 йилгача амалга ошади. Лекин бу ҳал этиладиган масала — бугунги кунда бу масаланинг ечимини қидириб, янада кенгроқ манзилда жой излашга ҳаракат қилияпмиз. Буни йўли қуйидагича: 1996 йилда ташкил топган IPv6 протоколи ўз ичига 340 триллион электрон манзилни сиздирди олди. Бу жуда кўп! Бугунги муаммо барча провайдерларни эски манзилдаги жойни тугамасидан, аввал янги тизимни жорий этишга мажбур қилишдадир.

2050 йилга келиб Интернет қай кўринишда бўлади? Шунини айтишим мумкинки, Интернет тармоқлари кўпайиб кетади. Ишончим комил, бутун сайёрамиз «on-line» режимида бўлади. У пайтга бориб, сайёралараро Интернет тармоғи вужудга келади. 2010 йилнинг сўнгига келиб, сунъий йўлдошлар кометаларнинг олдига юборилганда, ушбу тармоқ амалда бўлади. Йил охиригача узоқ коинотдаги само жисмлари билан боғланиш юзасидан тажриба ўтказамиз. Агар синов муваффақиятли ўтса, у ҳолда сайёралараро алоқа тизимининг тамал тошини қўйишимиз мумкин! Шундай бўлган тақдирда, 20 йилдан кейин уяли телефонингиздан Марсга хабар йўллаш имкониятига эга бўласиз. Яқин ўн йилликлар ичида коинотда кўплаб янги асбоб ва ускуналар ишга туширилади. Аввал у ерга роботлар жўнатилади, сўнг эса одамлар ҳам бориши мумкин бўлади. Ана ўша пайтда, улар билан алоқа ўрнатиш зарурати пайдо бўлади. Ҳозирда, тармоқни Куёш тизимида иш юритишига ёрдам берадиган асос — бир неча протоколларни ишлаб чиқмоқдамиз. Улар асосида янги тизим тармоғи вужудга келади.

Ушбу башоратлар Интернет тизимининг келажаги борасида бўлса, Интернет-журналистикаси соҳасида эса ҳозирдан оммалашиб бораётган блог-журналистикасининг авж олиши кутилмоқда. Бугун веб-блог — «тармоқдаги кундаликлар»да халқ ўз ахборотларини, фикр-мулоҳазаларини, шарҳ ва муносабатларини билдириб келмоқда. Блог-муҳитида исталган мавзудаги мулоҳазаларни топиш, ўқиш, томоша қилиш ва ҳар бирига муносабат билдириш мумкин. Уларнинг интерактивлик даражаси жуда юқори бўлиб, шу хусусият туфайли тадқиқотчилар блоглардаги ахборот жараёнларини «фуқаролик» ёки «халқ журналистикаси» деб номлашмоқда. Бу, албатта, одатий журналистикага нисбатан айтилган гап. Биз юқорида келтириб ўтганимиздек, бу ерда ҳам ахборот билан ишлаш, унинг яратувчилари ва истеъмолчилари ўртасидаги муносабат тамоман ўзгариб бормоқда. Аммо инobatга олиниши керак бўлган бошқа жиҳат ҳам бор. Даставвал шахсий манфаатлар йўлида яратилган блоглар тобора ижтимоий ва тижорий аҳамият касб этиб бормоқда.

Интернетнинг ривожлангани ва тобора кенг тарқалгани оқибатида блог юритувчилари вақт, масофа, худуд ва чегаралардан ҳоли равишда ижтимоий тармоқларга бирлашмоқдалар, долзарб мавзулар юзасидан фикр алмашиб, дунё эътиборини ўзларига қаратмоқдалар. Тижорат ташкилотлари бугун маркетинг соҳасини Интернет-техно-

логиялари ва ижтимоий тармоқларсиз юритиб бўлмаслигини такрор ва такрор таъкидлаб, реклама, оммавий алоқалар (ПР), маркетинг борасидаги сиёсатларини Интернет фойдаланувчилари томон йўналтирмоқдалар. Қолаверса, кўпгина давлатларнинг раҳбарлари, етакчи оммавий ахборот воситалари шиддатли ахборий «жангларда» ўз етакчилигини йўқотмаслик учун блоглардан самарали восита сифатида фойдаланишга интилоқда.

Кузатув натижаларига кўра блог юритувчи ва улардаги муҳокамаларда иштирок этувчиларнинг ўртача ёши 21—35 ёш экан. Мамлакатимиз миқёсида ёндашадиган бўлсак, бу аҳолининг салмоқли қисмини ташкил этишини англаймиз. Демак, келажак авлод қайси воситалар орқали ахборот олиши ва алмашинишини олдиндан англаган ҳолда мазкур йўналишни эътиборимиздан четда қолдирмаслигимиз, уни тадқиқ этишимиз, ўрганишимиз лозим.

Назорат учун саволлар:

1. XXI аср ўрталарига келиб Интернет қай кўринишда бўлади?
2. Винтон Грей Сёрф ким?
3. Сайёралараро алоқа тизимини амалга ошириш, сизнингча, мумкинми?
4. Неча йилдан кейин уяли алоқа телефонингиздан Марсга хабар жўнатиш имконига эга бўласиз?
5. Ким билан ва нима мақсадда Марс сайёраси билан алоқа ўрнатилади?

ХУЛОСА

2009 йилда дастлабки газета чоп этилганига роппа-роса 400 йил тўлди. Телевидение ва радио эса — XX асрнинг ихтироси. Инсонларга ахборотни етказиш йўлида турли хил соҳа, касб вакиллари меҳнат қиладилар. Ҳатто, бу соҳани нефть бурғулаш, қазиб олиш ва қайта ишлаш жараёни билан ўхшатиш мумкин. Фарқи шундаки, улар моддий товар яратса, журналистика интеллектуал маҳсулот тайёрлайди. Агар жаҳон бозорларида 1 баррель нефтнинг аниқ қиймати бўлса (тахминан 80—90 АҚШ доллар), журналистик ижод маҳсулоти керакли вазиятда, ўз вақтида, тезкор узатилган хабарнинг қиймати бебаҳо бўлиши мумкин. Бу ахборот, ҳаттоки нефть, газ, олтин нархи ва молия индексларига кескин: ё ижобий, ё салбий таъсир кўрсатиши мумкин.

Журналистик маҳсулотни яратишда ҳам унинг таннархи, унга сарфланадиган харажатлар бўлиши тайин. Кўп сонли мухбирлар, муҳаррирлар, мусаҳҳиҳлар ва бошқа ходимлар ишлайдиган анъанавий ОАВ да буромад анча юқори бўлмоқда. Чунки ёғоч ва целлюлоза каби ресурслардан қоғоз ишлаб чиқариш, унга бўёқ сарфлаб катта машиналарда чоп этиш, «Матбуот» дўконларига етказиш каби кўплаб омиллар мавжуд.

Дунёда тобора кескинлашиб бораётган молиявий-иқтисодий инқироз, қолаверса, иқтисодиётнинг шафқатсиз ва беаёв тартиб-қоидалари эса ҳамма нарсада тежамкорликни талаб этмоқда. Хусусан, шу икки-уч йилда дунёдаги энг номдор, таниқли журналлар, газеталар ёпилмоқда, қолганларининг адади эса кескин тушиб кетмоқда, афсуски, бу тенденция борган сари чуқурлашиб бормоқда.

Ҳўш, веб-журналистикада аҳвол қандай?

Бу йўналишда аксинча, кундан-кунга юзлаб, минглаб сайтлар очилмоқда, ахборот хизматлари турлари тобора кенгаймоқда, Интернет технологиялари телевидение ва радиоканаллар томонидан ўз кўрсатув ва эшиттиришларини узатиш мақсадида фойдаланилмоқда. Ушбу ўзгаришлар мобил технологияларнинг кенг жорий қилини-

ши, индивидуализация каби жараёнларнинг авж олиши, мультимедиалик хусусиятларининг намоён бўлишида ҳам кўзга ташланмоқда. Бунинг натижасида, шубҳасиз, ушбу янги соҳани яхши биладиган ва замонавий технологияларда ишлайдиган мутахассисларга бўлган талаб ҳам тобора ортиб бормоқда.

Ўзбекистон миллий ахборот бозори глобал ахборот бозори шароитида дунёнинг ажралмас қисми сифатида ривожланар экан, у табиийки, мазкур муҳитда рўй бераётган жараёнларни ўз бошидан кечирмоқда. Юқорида айтилган сифат ва таркибий ўзгаришлар бизнинг локал ахборот муҳитимиз учун ҳам хос. Глобал аудиториянинг талабларидан келиб чиққанда, бугун ўзбек Интернет сегментида мавжуд ресурсларни ўзбек тилида олиб бориш, ривожлантириш ва халқаро тилларда ахборот узатишга эътибор қаратиш керак. Интернет ОАВ фаолияти билан алоқадор қатор камчиликларни бартараф этиш бугун кадрлар масаласини ҳал этишга эътиборни кучайтириш билан боғлиқ.

Бундай кадрлардан эса, анъанавий ОАВ да бўлган меҳнат тақсимооти тамойили бўйича эмас, аксинча, универсаллашув, яъни кўплаб вазифаларнинг биргина мутахассис томонидан бажарилиши, техник, технологик ва логистик билимлар билан бир қаторда, бир неча турда ахборот узатиш кўникмаларига эга ихчам ижодий жамоани шакллантириш талаб этилади.

Мазкур услубий қўлланмани чоп этишдан мақсад, айнан шу йўналишда фойдали ва методик манба яратиш эди. «**Интернет-журналист кутубхонаси**» туркумидаги кейинги китобимиз Интернет журналистиканинг технологик асосларига бағишланиб, унда Интернет таҳририятларида фаолият олиб боришнинг ўзига хос томонлари, веб-таҳририятнинг маркетинг ва менеджмент масалалари, веб-саҳифа яратиш асослари каби мавзулар ёритилади.

Умумий назорат саволлари:

1. Билим ва ахборотга асосланган иқтисодиёт деганда нимани тушунасан?
2. Ахборот билан ишлашда универсаллашув нимани англатади?
3. Компьютер технологиясига асосланган нашр этиш усули билан анъанавий усул ўртасидаги асосий фарқлар нимада?
4. Гиперматннинг асосини нима ташкил этади?
5. Телевидение орқали узатилган ахборот билан Интернет орқали ахборот узатиш ва қабул қилишнинг ўхшаш ва фарқли жиҳатлари нимадан иборат?
6. Интернетда анъанавий матбуот нашрларини ташкил этишдаги муаммо ва имкониятлар?
7. Интернетнинг ОАВ сифатидаги ўзига хослиги нималардан иборат?
8. Интерактив журналистиканинг ўзига хослиги нималардан иборат?
9. Мультимедиа нима?
10. Форум ва бошқа интерактив имкониятларнинг аудитория талабларини ўрганишдаги аҳамияти қандай?
11. Зарур маълумотларни қидириш механизмлари нималардан иборат?
12. Интернетда электрон кутубхоналар қандай фаолият юритади?
13. Интернетда ахборот фаолиятининг хусусиятлари?
14. Ўзбекистонда Интернетнинг ривожланиш босқичлари?
15. Интернет манбаларининг ижобий ва салбий жиҳатлари қандай?
16. Анъанавий ва интерактив ахборот тарқатиш воситалари ўзаро қандай таъсирга эга?
17. Интернетда ахборотнинг самарадорлиги қандай баҳоланади?
18. Ахборотни излаш ва қайта ишлашда эътибор қаратилиши лозим бўлган жиҳатлар қандай?
19. Навбатма-навбат ва аниқ сўров усулида излаш тартиби қандай?
20. Каталоглар ёрдамида қидирувни амалга оширишда эътибор қаратилиши лозим бўлган жиҳатлар?
21. HTML нима ва унинг аҳамияти қандай?
22. Интернетда ахборот фаолиятини қонуний тартибга солиш муаммолари нималардан иборат?
23. Ўзбекистонда Интернетни ривожлантиришнинг ҳуқуқий асосларини келтириб ўтинг.
24. Интернетда ахборот сайтларнинг асосий турлари ва таснифий хусусиятлари.
25. Интернетда амалга ошириладиган фойдаланувчи билан ўзаро ҳамкорликнинг янги имкониятлари қандай?

26. Фойдаланувчи билан интерактив фаолият турларини келтириб ўтинг.

27. Аудиторияни жалб қилиш воситалари ва имкониятлари.

28. Жаҳон молиявий инқироzi даврида Интернет ва ахборот-коммуникация соҳасида қандай ўзгаришлар рўй берди.

29. Ўзбекистонда ахборот-коммуникация соҳасининг давлат сиёсатида тутган ўрни.

30. Келажакда Интернетнинг ривожланиши қай тарзда кечади?

Реферат ва мустақил иш мавзулари:

1. Ахборот технологиялари ва глобал компьютер тармогининг ахборот компанияларининг фаолиятини самарали амалга оширишдаги роли.

2. Интернетнинг ахборот хизматлари ва уларнинг ўзига хослиги.

3. Интернетда электрон кутубхоналар.

4. Интернет эшиттириш: ахборот-тижорий салоҳияти ва иқтисодий хусусиятлари (дастурлар рейтинги, реклама).

5. Интернетнинг глобал ахборот бозори сифатидаги ижобий ва салбий фаолияти.

6. Матбуот нашрининг электрон вариантыни яратиш тамойиллари.

7. Анъанавий ОАВ электрон нашрларининг композицион тузилиши.

8. Форум ва бошқа интерактив имкониятлар аудитория талабларини ўрганиш усуллари сифатида.

9. Ахборот ресурслари билан ишлаш ва уларни ўрганиш.

10. Матбуот нашрлари ва ахборот агентликларининг электрон манзиллари билан танишиш, ўрганиш www.narodnoeslovo.uz; www.xs.uz; www.py.uz; www.uz.uz; www.novostiuzbekistana.st.uz; www.review.uz; www.infocom.uz; www.avtoolam.uz; www.hekajon.uz www.nalog.uz мисолида.

11. Интернет нашрларини ривожлантириш усуллари ўрганиш: форумлар, қизиқишлар бўйича интерактив клублар, телеконференция, электрон почта ва ҳоказо.

12. Интернет имкониятлари — кутубхона иши, маълумотлар базаси, e-mail, таълим.

13. Ахборот манбалари билан ишлашнинг янги амалиёти.

14. Ахборот билан ишлашда тезкорлик, ҳаққонийлик, матнни осон етказиш тамойиллари.

15. Электрон форматдаги газета, журнал, радио, ТВ нинг сиёсати.

16. Анъанавий ва интерактив ОАВ: ўзаро таъсир.

17. Ахборот нашрларининг рақобати. Рейтинг тушунчаси (кун, ҳафта, ойлар).

18. Интернетда ахборот сайтларнинг самарадорлигини баҳолаш мезонлари: домен номининг эслаб қолиниши, фойдаланувчилар сони, янгилиниш тезлиги, сайт ташкилоти ва дизайндаги касбий моҳирлик.

19. Интернетда ахборот билан ишлашда HTML тили.

20. Интернет нашрларнинг турлари.

21. Электрон матнларни яратиш.

22. Интернетда ахборот фаолиятни қонуний тартибга солиш муаммолари.

23. Сайтларни таснифлаш тамойиллари.

24. Интернет ресурсларини яратишнинг амалий асослари.

25. Интернет ресурсларини лойиҳалаштириш босқичлари.

26. HTML дастурлаш тилининг назарий асослари.

27. HTML-ҳужжат тузилиши.

28. Фойдаланувчи билан ўзаро ҳамкорликнинг янги имкониятлари.

29. Фойдаланувчи билан интерактив фаолият.

30. Аудиторияни жалб қилиш воситалари ва имкониятлари.

Глоссарий

Аудиоиллюстрация — матнинг маълум бир қисмига тегишли бўлган аудиоёзувнинг бир бўлаги.

Ахборот излаш — ахборот массивида олдиндан белгиланган излаш шарти (сўрови) талабини қондирувчи ёзувлар борлигини аниқлаш жараёни ва агар улар мавжуд бўлса, бундай ёзувлар жойлашини аниқлаш жараёни.

Ахборот-ҳуқуқий нормалар — ахборот соҳасида ахборот ҳуқуқлари ва эркинликларини амалга ошириш ва ахборотнинг айланишида ахборот жараёнларининг амалга оширилиши туфайли пайдо бўлувчи ижтимоий муносабатларнинг алоҳида гуруҳларини тартибга солиди.

Ахборий-ҳуқуқий тизим — компьютерга ўрнатиладиган ва махсус дастурий мажмуа ёрдамида турли излаш вазифаларини (актларни ҳужжат номи, қабул қилинган санаси, меъёрий акт тури ва ҳ.к. бўйича излаш) бажариши мумкин бўлган ҳуқуқий ахборотнинг автоматлаштирилган маълумотлар банки. Замонавий ахборий-ҳуқуқий тизимлар, одатда, дастурий қобик ва унга қўшиладиган маълумотлар базаларидан (масалан, ҳуқуқ соҳалари бўйича) иборат бўлади.

Ахборот жамияти — замонавий цивилизациянинг ривожланиш даражаси. Ахборот ва билимлар ролининг жамият ҳаётида, жами ички маҳсулотда ахборот-коммуникация технологиялар улушининг ортиши, инсонларнинг ўзаро самарали ўзаро ахборий алоқада ишлашини таъминловчи глобал ахборот маконининг яратилиши, уларнинг дунё ахборот асосида ўзаро ишлаш XXI аср ресурсларига улашиши ва уларнинг ахборот маҳсулотларига ва хизматларига бўлган ижтимоий ҳамда шахсий эҳтиёжларининг қондирилиши билан тавсифланади.

Баннер — веб-саҳифадаги реклама характеридаги тасвир ёки матн блоки. У реклама берувчининг веб-сайтга ёки маҳсулот ёхуд хизмат тури атрофлича баён қилинган саҳифаларга гиперўлланмадан иборат.

Блог — асосан мунтазам равишда чоп этиладиган ёзувлар, тасвирлар ёки мультимедиадан иборат веб-сайт. Интернетдаги журнал ёки воқеалар кундалиги сифатида ҳам талқин этилади. Одатда, блоглар хронологик тартибда жойлаштирилган ва узун бўлмаган ёзувлардан иборат. Муаллифларига қараб, блоглар шахсий, гуруҳий (масалан, корпоратив) ёки оммавий (очиқ), таркиби бирламчи муҳофаза бўйича эса тематик ёки умумий бўлиши мумкин. Блогни олиб борувчи шахслар *блогерлар* дейилади. Интернетдаги барча блогларнинг жами *блогосфера* (блог-муҳити) дейилади.

Веб-дизайн — веб-саҳифаларни безаш. Веб-дизайн қоғоз нашри учун полиграфик дизайн ва саҳифа қандай вазифани бажарса, сайт учун ҳам худди шундай вазифани бажаради.

Веб-сайт статистикаси — сайтлар эгаларига сайтда ташрифчилар сони, қайси бўлимлар энг кўп машхур бўлган ва бошқа нарсаларни билиш имконини беради.

Виртуал ҳамжамиятлар — Интернетнинг ривожланиши натижасида пайдо бўлган ушбу атама қуйидагиларни билдиради: 1) электрон маконда пайдо бўлиб, фаолият юргизувчи уюшмаларнинг янги тури; 2) тармоқ фойдаланувчиларининг электрон маконда ишлаш учун бир хил қизиқишларга эга бўлган гуруҳларга бирлашиши.

Гиперматн — матнни компьютерда ифодалаш шакли. Унда ажратилган тушунчалар, объектлар ва бўлимлар орасидаги маъноли боғланишлар автоматик тарзда қўллаб-қувватланади. Шунингдек, гиперматн — гиперёўлланмалар воситаси орқали жуда кўп матнлар, маълумот ва ахборотларга чиқиш имкониятига эга бўлган матн тури, деб ҳам талқин этилади. Гиперматн глобал уланиш хизматида веб-саҳифаларни ёзишда кенг ишлатилади.

Гипермедиа — барча турдаги ахборотларни ифодалаш технологияси. Ифода ўзаро ассоциатив боғланган, нисбатан катта бўлмаган блоklar шаклида бўлади. Гипермедиа гиперматнга ўхшаш, аммо, боғланидиган блоklar сифатида матн парчалари эмас, балки ихтиёрий табиатдаги маълумотлар: график тасвирлар, видеоклиплар, товуш файллари ва шу кабилар бўлиши мумкин.

Глоблалашув — ахборот технологиялари, маҳсулотлари ва тизимларининг бутун дунёга тарқалиш жараёни. У иқтисодий ва маданий жиҳатлардан қараганда, уйғунлашувга олиб келади.

Интернет журналистика — XX аср охирида Интернетнинг ривожланиши ва тарқалиши билан пайдо бўлган журналистиканинг тури.

Интернет ОАВ — Интернетда оммавий ахборот воситаси вазифасини бажарувчи веб-сайт. Анъанавий ОАВ (матбуот, радио, телевидение) каби, Интернет ОАВ журналистика тамойилларига амал қилади.

Интерфаоллик — ОАВ ва фойдаланувчилар ўртасидаги ўзаро коммуникация жараёни.



Контент — Интернет-сайтнинг мазмуни.

Конираст (ингл. тилидан «нусха олиш ва қўйиш») — Интернет-сайтни бошқа манбалардан олинган тайёр материалларнинг нусхалари билан бойитиш усули, матнларни қўчириб қўйиш.

Конвергенция — қўшилиш, бирлашиш маъноларини билдириб, у турли хил электрон технологияларнинг тез ривожланиши ва ўзаро алоқадорликда ишлаши натижасида ягона тизимга бирлашиши, қўшилиш жараёнини англатади. Яқин келажакда, телекоммуникация тармоқларида трафикни узатиш тезлиги шундай катта ҳамда маълумотларни ифодалаш усули шунчалик универсал бўладики, ягона пакет билан бир вақтнинг ўзида овозни, тасвирни, матнни, теледастурни узатиш мумкин бўлади.

Модератор — ўқувчилар томонидан юборилган изоҳлар, мақолаларни назорат қилувчи журналист ёки Интернет фойдаланувчиси.

Мультимедиа — сўз таркибига кўра («multi» — кўп, турли хилдаги ва «media» — восита) турли хил медиаларнинг йиғиндиси маъносини беради. Ахборотни турли шакллар (матн, аудиоахборот, компьютер графикаси, видеомалумот, фотосурат ва бошқалар)да сақлаш, алмашиш ва тақдим этишга имкон берувчи усулдир.

Мультимедиа воситалари ёрдамида ахборотларни матнли, тасвирли, товушли ва анимацияли кўринишда намойиш этиш мумкин. Мультимедиа воситалари бу:

— нутқли ахборотни киритиш-чиқариш қурилмалари (микрофон, кучайтиргичлар, товуш колонкалари);

— анимацион ва видео маълумотларни киритиш ва чиқариш қурилмалари (видеокамералар, видеопроектор ва экранлар);

— товушли ва видео маълумотларни сақловчи оптик дисклар.

Навигация — Интернет ва унинг алоҳида манбалари бўйлаб ҳаракатланиш жараёни.

On-line — Интернетга уланганлик ҳолати, Интернет тизимида мавжудлик.

Off-line — «on-line» атамасига тескари, яъни Интернетдан ташқари ҳолатдир.

Плей-лист — Интернет ОАВ да видеоматериалларни рукнлаштириш тизими.

Подкаст — Интернетда жойлаштирилган аудиофайл ёки доимий янгиланувчи аудиофайллар туркуми.

Фойдаланувчилар томонидан яратилган контент — Интернет фойдаланувчиларининг изоҳлари, фикрлари, муҳокамалари тарзида қолдирилган ёки мақола сифатида сайтга жойлаштирилган материаллари.

Слайд-шоу — воқеа ҳақида ахборот берувчи ва фотосуратларнинг изчил кетма-кетлигидан иборат фотоҳикоя.

Электрон почта — глобал компьютер тармоғи орқали электрон хабарларни (хатларни) юбориш ва қабул қилиш технологияси.

Электрон нусха — матбуот нашрининг Интернет учун яратилган ёки мослаштирилган нусхаси.

Юзабилити — фойдаланувчи учун сайт билан ишлаш қулайлиги.

RSS — янгиликлар лентаси ва анонсларини тез ва қисқа фурсатда акс эттириш имконияти. Техник хусусиятига кўра янгиланган ахборот ўша заҳотиёқ сайт ёки э-почтанинг манзилида трансляция этилади.

PDF — Portable Document Format ҳужжатларнинг ташувчан бичими. Электрон ҳужжатларнинг турли платформалар томонидан қўлланиладиган бичими.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. *Каримов И. А.* Юксак маънавият — енгилмас куч. — Т.: «Маънавият», 2003.
2. *Каримов И. А.* Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. — Т.: «Ўзбекистон» НМИУ, 2009.
3. *Каримов И. А.* Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолатлари. — Т.: «Ўзбекистон» НМИУ, 1997.
4. *Каримов И. А.* Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига. // «Халқ сўзи», 26.06.2009, №127 (5042).
5. *Каримов И. А.* Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш устувор мақсадимиздир. // «Халқ сўзи», 28.01.2010, №19 (4934).
6. *Каримов И. А.* Матбуот ва оммавий ахборот воситалари ходимларига. 27.06.2010. — <http://www.press-servise.uz>
7. *Каримов И. А.* Мамлакатимизни модернизация қилиш йўлини изчил давом эттириш — тараққиётимизнинг муҳим омилidir. // «Халқ сўзи». 8.12.2010, № 236 (5151).
8. *Aripov M.* Informatika va hisoblash texnikasi asoslari. Toshkent. «Universitet». 2001.
9. *Aripov M.* Internet va elektron pochta asoslari. O'zMU. 2001.
10. *Aripov M., Хайдаров А.* ва бошқалар. «Информатика. Ахборот технологиялари», Олий ўқув юртлари бакалаврлари учун ўқув қўлланма, 1-қисм, ТДТУ, 2002.
11. *Aripov M., Хайдаров А.* ва бошқалар. «Информатика. Ахборот технологиялари», Олий ўқув юртлари учун ўқув қўлланма, 2-қисм. ТДТУ, 2003.
12. *Aripov M., Haydarov A.* va boshqalar. «Informatika. Axborot texnologiyalari», Oliy o'quv yurtlari bakalavrlari uchun o'quv qo'llanma, 1-qism. O'zMU, 1-qism, 2007.
13. *Aripov M., Хайдаров А.* «Информатика асослари». Коллеж ва лицейлар учун ўқув қўлланма. — Т.: «Ўқитувчи», 2002.
14. Ахборот-коммуникация технологиялари изоҳли луғати. БМТТДнинг Ўзбекистондаги ваколатхонаси, — Т., 2010.

15. *Ладонина Л.* Книга руководителя Интернет-проекта. СПб. 2008.
16. *Левин А.Ш.* Интернет — это очень просто! 2-е изд. — СПб.: «Питер», 2009.
17. *Леонтьев В.П.* Интернет 2010. Универсальный справочник. — М.: ОЛМА Медиа Групп, 2010. — (Энциклопедические справочники).
18. *Орлов А.* Нужные программы для Интернета. СПб. 2006.
19. *Рашидова Д.К.* Информационные технологии и интерактивная Интернет журналистика. — Т.; НУУз, 2003.
20. *Рашидова Д., Муратова Н.* Интернет журналистика. — Т.: Международный Центр переподготовки журналистов, 2007.
21. *Симонович С.В., Мураховский В.И., Евсеев Г.А.* Новые возможности Интернета. Необходимый самоучитель. — СПб.: «Питер», 2007.
22. *Спивак В.А.* Современные бизнес коммуникации. СПб. 2002.
23. *Эшкабилов С.Л.* Интернет — ахборот қидируви. — Т.: ТАЙИ босма-хонаси, 2006.
24. *Кудратхўжаев Ш.Т.* Интернет журналистика ва анъанавий оммавий ахборот воситалари: келажак ким томонда? // «ЎзМУ хабарлари», № 5, 2010 й. — Т.: «Университет».
25. *Кудратхўжаев Ш. Т.* Интернет: асосий тушунчалар, замонавий таъсирлар. // «Хуқуқ ва бурч», № 5, 2010 й.
26. *Кудратхўжаев Ш.Т.* XXI аср журналистикаси. // «Ўзбекистон матбуоти», №6, 2010 й.
27. *Кудратходжаев Ш.Т.* Интернет благо или зло? Предпосылки создания, история и тенденции развития, схожесть оценок, инструмент в чьих руках...// «ЎзМУ хабарлари», № 1, 2010 — Т.: «Университет».
28. *Кудратхўжаев Ш.Т.* Интернет ва атом. // «Жамият ва бошқарув». (№1) 2010.
29. *Кудратходжаев Ш.Т.* Индия страна высоких технологий. // «Новости Узбекистана». 23.01.2009, № 3 (441).
30. *Кудратходжаев Ш.Т.* Индия страна большого сердца. // БВВ, 27.01.2009, № 5 (1114).
31. *Муратова Н.* Интернет муҳитида медиа манбалар. // «Ўзбекистон матбуоти», (№ 3), 2007.
32. «InfoCOM.UZ». Ежемесячный информационно-аналитический журнал. — ГНПП «Картография».
33. *Ш.Т. Кудратхўжаев.* Журналист кадрларни тайёрлаш тизимида Интернет журналистика ихтисослиги. // ЎзМУ Хабарлари № 3, 2011 й. 24—26 бетлар.
34. *Ш.Т. Кудратхўжаев.* Электрон ҳуқумат-ахборот эркинлигини таъминлаш омили. // «Мамлакатимизда демократик ислоҳотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси»

баркамол авлодни шакллантириш асоси». Республика илмий-амалий конференцияси материаллари. — Т.: Академия, 2011 й. 146—149 бетлар.

35. Ш.Т. Қудратходжаев. Развитие Интернет-журналистики требования времени. // Ахборот глобаллашуви ва халқлар маънавияти. — Т.: Ўзбекистон, Давлат жаҳон тиллари университети, 2011. 33—41 бетлар.

36. Ш.Т. Қудратхўжаев. Интернетнинг ривожланиш тамойиллари. // Журналист маҳоратини ривожлантиришда жаҳон тилларининг ўрни. — Т.: ЎЗМУ, 2011. 6-10 бетлар.

37. Ш.Т. Қудратходжаев. Медиаобразование и вопросы специализации на высших курсах журналистики. // «Олий журналистика курсларида ихтисослашув масаллари» мавзuida I илмий-амалий семинар.— Т.: ЎЗМУ, 2012. 30—35 бетлар.

38. Ш.Т. Қудратхўжаев. Глобал тармоқнинг медиа имкониятлари. // Ўзбекистон матбуоти. № 1, 2013 й. 32—33 бетлар.

39. Ш.Т. Қудратхўжаев. Интернетда радио ва ТВ имкониятлари. // «Таълим ва илм бирлиги: экран, эфир, Интернет маданияти». (Илмий ва амалий конференция материаллари). — Т.: ЎЗМУ, 2013. 49—53 бетлар.

40. Н.Муратова. Специализация в журналистике и новые профессиональные ориентиры, связанные с технологией и спецификой работы в Интернете. // «Олий журналистика курсларида ихтисослашув масаллари» мавзuida I илмий-амалий семинар. — Т.: ЎЗМУ, 2012. 111—114 бетлар.

41. Н.Муратова. Интернет и газеты: Взаимодействие и трансформация и цифровую эпоху. // Ўзбекистон матбуоти. № 1, 2013 й. 26—27 бетлар.

42. Н.Муратова. Возможности и проблемы использования веб-технологий в работе телевидения. // «Таълим ва илм бирлиги: экран, эфир, Интернет маданияти». (Илмий ва амалий конференция материаллари) — Т.: ЎЗМУ, 2013. 61—65 бетлар.

Фойдали веб-манбалар:

1. <http://www.gov.uz>
2. <http://www.press-servise.uz>
3. <http://www.aci.uz>
4. <http://www.api.uz>
5. <http://www.uzedu.uz>
6. <http://www.edu.uz>
7. <http://www.tashkent.uz>
8. <http://www.uzlidep.uz>
9. <http://www.fundforum.uz>
10. <http://www.kamolot.uz>
11. <http://www.niu.uz>
12. <http://www.sarkor.uz>
13. <http://www.uzbekiston-nmiu.uz>
14. <http://www.ziyonet.uz>
15. <http://www.connect.uz>
16. <http://www.edunet.uz>
17. <http://www.uzbekistonovozi.uz>
18. <http://www.marifat.uz>
19. <http://www.turkiston.uz>
20. <http://www.kelajakovozi.uz>
21. <http://www.gazeta.uz>
22. <http://www.press-uz.info>
23. <http://www.12.uz>
24. <http://www.uff.uz>
25. <http://www.fikr.uz>
26. <http://www.torg.uz>
27. <http://www.lex.uz>
28. <http://www.norma.uz>
29. <http://www.uz>
30. <http://www.google.co.uz>



Мазкур иловалар «АКТ изохли лугати» (2-нашр, 2010 йил) китобидан олинган.

КОМПЬЮТЕР

Компьютер ускунаси

Мониторинг

Товуш колонкаси

Клавиатура

CD/DVD-ROM

Аудио-порт

USB-порт

Компьютер корпуси

Микрочип
Ёруғлика сезгир
фотодиод



Сичқонча

Нурланувчи
чирок диоди

Сичқонча яроси

Ўтказиш
гилдирағи

Электр таъминот
блоки

Ахборот сакловчи
махсус кучма
ўқиш/ёзиш
қурилмалари учун
киритиш жойи (CD,
DVD, Floppy)

Қаттиқ диск

Магнит диск

Шпиндель

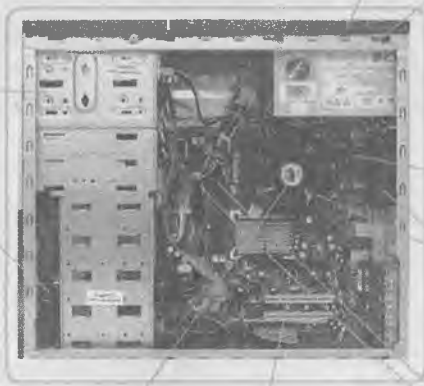
Улагичлар



Тароси шайинин
айланиш уқи

Магнит каллак

Тароси шайинин
сервоузатмаси



Марказий
процессор

Она плата

Тезкор хотира

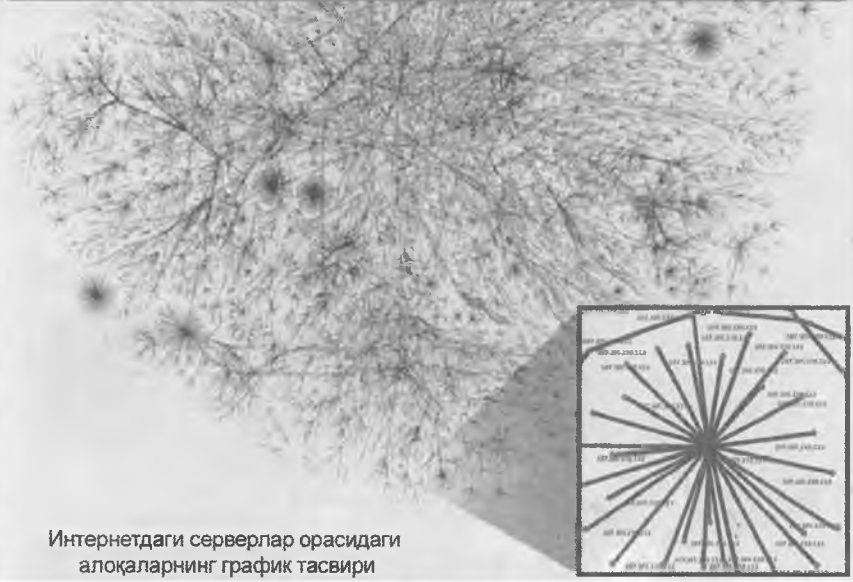


Параллель порт



Совуткич

ИНТЕРНЕТ ТУЗИЛИШИ

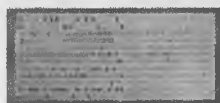


Интернетдаги серверлар орасидаги алоқаларнинг график тасвири

АХБОРОТНИ САҚЛАШ ҚУРИЛМАЛАРИ

Ахборотни сақлаш қурилмаси — маълумотларни ёзиш ва сақлаш учун мўлжалланган ахборот ташувчиси. Хотира қурилмасининг ишлаши асосида, тизимни икки ёки ундан ортиқ турғун ҳолатларга ўтиши таъминловчи ихтиёрий физик эффе́кт ётиши мумкин.

Перфорацион



Перфокарта



Перфолента

Яримўтказгич



USB Flash



MMC



SD



Mini SD



Micro SD



PC Card

Оптик



CD



DVD



HD DVD



Blu-ray Disk

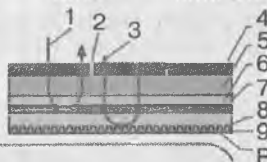


UMD



Mini Disk

| | | | |
|----------------|-----------|-------------|-------|
| CD | DVD | HD DVD | BD-R |
| Audio CD | DVD-R | HD DVD-R HD | BD-RE |
| 5.1 Music Disk | DVD+R | DVD-RW HD | |
| Super Audio CD | DVD-R DL | DVD-RAM | |
| Photo CD | DVD+R DL | | |
| CD-R | DVD-RW | | |
| CD-ROM | DVD+RW | | |
| CD-RW | DVD-RW DL | | |
| Video CD | DVD+RW DL | | |
| Super Video CD | DVD-RAM | | |
| CD-G | DVD-D | | |
| CD-Text | DVD-ENAV | | |
| CD-ROM XA | | | |
| CD-Extra | | | |
| CD-i Bridge | | | |
| CD-i | | | |



1. Ўқиш/ёзиш яшил лазери (532 нм)
2. Қизил жой белгиловчи/индексли лазер (650 нм)
3. Голограмма (маълумотлар)
4. Поликарбонат қатлами
5. Фотополимер қатлам (маълумотларни Ғз ичига олган қатлам)
6. Бўлувчи қатлам
7. Яшил рангни акс эттирувчи қатлам
8. Алюминийли акс эттирувчи қатлам (қизил рангни акс эттирувчи)
9. Шаффоф асос
- P. Чуқурликлар

МОНИТОРЛАР

Катод нурли трубка асосидаги монитор



Катод нурли трубканинг иш тамоийли экраннинг орқа қисмида электрон нурунинг олдинга ва орқага ҳаракатланишига асосланган. Нурнинг экран орқали ҳар бир силжишида бу нур шиша трубканинг ички томонидаги фосфорли нуқталарни, экраннинг фаол майдончаларини ёритади. Шундай чизиқлар тўпламини чизиш свазига нур экранда тасвирнинг умумий суратини яратади.

Суюқ кристалли монитор



Суюқ кристалли (СК) мониторнинг ҳар бир пиксели иккита тиниқ электрод орасидаги молекулалар қатламидан ва иккита қутб яссилиги ўзаро перпендикуляр бўлган қутб филтрдан иборат. Суюқ кристаллар йўқлигида биринчи филтрдан ўтадиган нурлар иккинчи филтрдан, аслини олганда ўта олмайди. Агарда электродлардан электр ток ўтса, молекулалар электрон майдон йўналишида сафланишга ҳаракат қилишади. Бу винтли тузилмани бузади. Шу билан бирга эгилувчан кучлар ушбу ҳаракатга қаршилик кўрсатади ва ток узилганлигида молекулалар бошланғич ҳолатга қайтишади. Электр кучланиш ўзгарган ҳолда тиниқлик даражасини ўзгартириш мумкин.

Плазма дисплейи



Ўзасига ўрнатилган параллел электродлар билан икки мустаҳкамланган шиша платалари орасига неон/ксенон газлари аралашмасини зичлаш йўли билан ишловчи ясси панелли дисплей тури. Платалар электродлар тўғри бурчакларни ташкил қилиб, пикселларни яратиши мумкин бўлган ҳолда мустаҳкамланади. Иккита электрод орасида кучланиш импульси ўтганда, газ бўлиниб, ультрабинафша нурланишни чиқарувчи кучсиз ионланган плазмани ишлаб чиқаради. Ультрабинафша нурланиш ранг фосфорларини фаоллаштиради ва ҳар бир пикселдан кўзга кўринадиган ёруғлик чиқади.



МОНИТОРЛАР

Проекцион монитор



Проекторлар асосан оптик-механик ёки оптик-рақамли ускуна бўлади. Улар ёруғлик манбаси орқали объект тасвирини ускунадан алоҳида жойлашган текисликда — экранда кўрсатади. Лампадан келувчи нур тасвирни шакллантирувчи блок орқали ўтиб, объектив орқали экранга намоён қилинади. Тасвир ўлчами 1 метрдан 20 метргача ва ундан ҳам кенгроқ бўлиши мумкин.

OLED-монитор

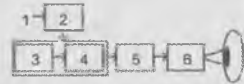
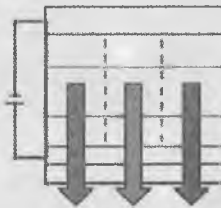


Мониторларда органик бирлашмалардан тайёрланган ёруғлик диодлари ишлатилади. Улар ўзидан электр токини ўтказганида самарали равишда ёруғлик таркатади. Органик ёруғлик диодини яратиш учун (O1.E0) бир неча полимер қаватидан иборат ингичка тасмали кўп қаватли тузилма ишлатилади. Тахмин қилишларича, бу каби дисплейларни ишлаб чиқариш суюқ кристалли дисплейлардан анчагина арзон тушади.

Вертуюал ретиналли монитор



Чиқариш ускуналари технологияси, кўз тўрида бевосита тасвир шакллантиради. Натижада фойдаланувчи тасвирни ўз олдида ҳавода «турган» ҳолатда кўради. Шу каби мониторларнинг биринчи намуналари Вашингтон университетида (Фойдаланувчи интерфейсининг технологик лабораторияси) 1991 йилда кашф қилинган. Бу каби ишларнинг аксарият қисми хаёлий воқелик тизими билан боғлиқ.



1. Видеосигнал манбаи
2. Усқунанинг электроникаси
3. Фотонларни яратиш
4. Ёрқинликни модуляциялаш
5. Йўналтирилган нур сочиш
6. Оптик проекция

ПРИНТЕРЛАР



Офсет Чоплаш



Бўёқ камида иккита валдан ўтиб қоғозга тушади, улардан бири қолипли вал, иккинчиси эса офсет вал деб аталади. Қолип кўп ҳолларда ёруғликка ўта сезгир қатлам билан қопланган металл пластинадир. Қолипга тасвир туширилади.



Матрицали принтер

7 игнали

9 игнали

18 игнали

24 игнали



Белгиларнинг тасвирини айрим кичик нуқталар ёрдамида шакллантиради. Матрицали принтерда чоп этиш учун ўрамли ёки фальшланган перфорацияланган қоғоз ишлатилади. Айрим varaқларга чоп этишда, аксарият матрицали принтерларда қоғозни қўлда узатиш талаб қилинади.



Термопринтер



Босмаловчи каллак унинг юзаси бўйлаб тортилаётган қоғозни қиздиради, қоғоз ҳарорат таъсирида рангини ўзгартиради. Термопринтерда чоплаш учун, одатда, ўрама қоғоз ишлатилади. Термопринтерлар банкларда чекларни ва штрих-кодларни дўкон ва аэропортларда чоп этиш учун кенг ишлатилади.



ПРИНТЕРЛАР

Сублимацион принтер



Сиеҳ ёки буюқловчи тасма билан чоп этишда, буюқловчи модданинг заррачалари бир онда босма каллак ёрдамида қиздирилади ва газ ҳолатига ўтишда аралаштирилади, натижада чоп этилаётган материалга чуқур сингиб кетади. Реклама ва сувенир маҳсулотлари тайёрлашда кенг ишлатилади.



Лазер принтери



Лазер принтерларнинг ишлашида ксерографик чоп этиш жараёнидан фойдаланилади, бироқ фото нусхалаш аппаратидан фарқли ўлароқ, тасвири шакллантириш бевосита лазер нури билан принтернинг фото сезгир элементларини сканерлаш йўли билан содир бўлади.



Пурковчи принтер



Пурковчи принтерларни ишлаш принципи тасвири ташувчида нуқталар ёрдамида шакллантирилиши билан матрицали принтерларникига ўхшаб кетади. Пурковчи принтерларда игнали каллак ўрнига суюқ буюқ моддалари билан чоп этиладиган матрица ишлатилади.



Қаттиқ сиёхли принтери



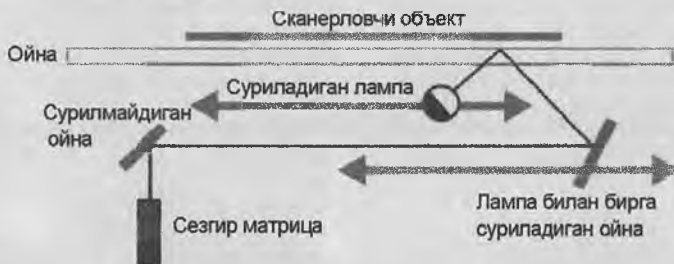
Қаттиқ сиёхли чоп этиш технологияси қаттиқ сиёхларнинг қаламчаларини, одатда принтерларда ишлатиладиган суюқ сиёҳ ва тонер ўрнига ишлатишга асосланган. Сиёхли қаламча чоплаш қурилмасига юкланганидан сўнг у эрийди ва қоғозда, офсет чоп этиш жараёнига ўхшаш тарзда, тасвир олиш учун ишлатилади.



СКАНЕРЛАР



ОДДИЙ
СКАНЕРНИНГ
ИШЛАШ
ПРИНЦИПЛАРИ



Объектдан қайтган чироқ ойналар тизими орқали сезгир матрицага тушади, кейин у аналог рақамли қайта шакллантирувчи ускуна орқали компьютерга ўтади. Ҳар бир моторнинг қадамида объектнинг бир чизиги сканерланади ва ҳар бир чизик дастурий таъминот орқали яхлит тасвирга бирлаштирилади. Тасвир ҳар доим RAW форматда сканерланади — кейин оддий график форматга жорий ёруғлик, контраст ва ҳ.к. даражасида ўтказилади.

КЕНГ ФОРМАТЛИ СКАНЕР



Кенг форматли ҳужжатлар — харита, чизмалар, газеталар, постерлар ва бошқалар — А0 ва А1 форматгача бўлган ҳужжатларни сканерлайди. Кенг сканерлашда ультрабинафшали нурланишдан фойдаланилмайди, чунки бу оригинал ҳужжатга зарар етказиши мумкин.

МИКРОШКАЛЛИ СКАНЕРЛАР



Микрографик архивларда фойдаланилади. Улар ёрдамида микрофиш ва барча тарқалган форматдаги ўрамли микроплёнкаларни рақамлаштиради. Бутунлай автомат рўсумда ҳам ишлайди.

СКАНЕРЛАР

3D-СКАНЕРЛАР



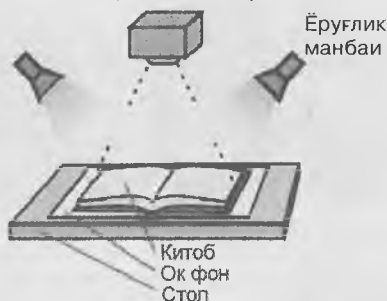
Физик объектни таҳлил қилади ва шу асосда унинг 3 ўлчамли моделини яратади. 3 ўлчамли сканерлаш орқали олинган моделлар кейинчалик лойиҳа ишларини автоматлаштириш ёрдамида қайта ишланиши мумкин. Ҳамда уларни яратиш технологиясини ишлаб чиқиш (CAM) ва муҳандислик ҳисоби (CAE) учун ҳам ишлатилиши мумкин.

КИТОБ СКАНЕРЛАРИ



Юмшоқ ва қаттиқ муқовали китобларни сканерлайди. Китоб сканерларининг аксарияти планетардир: сканерловчи ускуна сканердан ўтувчи ҳужжатдан анчагина узоқда жойлашган ва юқорига ўрнатилгандир.

Рақамли камера



ОКИМЛИ СКАНЕРЛАР



Китоб шаклида бўлмаган ҳужжатларни сканерлаш учун ишлатилади. Замонавий моделлар ҳужжатларни 1 дақиқада 320 бетгача бўлган тезликда сканерлайди.

ШТРИХКОД СКАНЕРЛАРИ



Товар устки ўрамидаги штрихкодни ўқийди ва ундаги ахборотни компьютерга, касса аппаратига, терминалга узатади. Савдода ва хизмат кўрсатиш соҳасида товарни сотиш ёки оморда сақлашда, уни тез аниқлаш учун кенг ишлатилади.

ОПЕРАЦИОН ТИЗИМЛАР

ШАХСИЙ КОМПЬЮТЕРЛАР УЧУН ОПЕРАЦИОН ТИЗИМЛАР



Microsoft Windows



Apple Mac OS



GNU/Linux

ЧЎНТАК УСКУНАЛАРИ УЧУН ОПЕРАЦИОН ТИЗИМЛАР



Android



Windows Mobile



Symbian



Palm OS



Open Moko



iPhone OS

СЕРВЕР ОПЕРАЦИОН ТИЗИМЛАР



*BSD



GNU/Linux



Microsoft Windows

ОПЕРАЦИОН ТИЗИМЛАР ТАРИХИ

BESYS

Multics
GCOS
DOS/360
Unix

DOS/BATCH 11
RT-11
Xerox Alto OS
Apple DOS
PERQ OS

MSDOS
SunOS
QNX
Windows
HP-UX
OS/2
IRIX
NeXSTEP

1950

1950

1950

1980

ОПЕРАЦИОН ТИЗИМЛАР

ОПЕРАЦИОН ТИЗИМНИНГ ЎЗАГИ



Операцион тизим



Ўзбекистонда ишлаб чиқарилган операцион тизимлар



EastLinux



Doppix

AmigaOS
BeOS
GNU/Hurd
GNU/Linux
FreeBSD
NetBSD
Slackware

Debian
OpenBSD
SuSE Linux
Mac OS
Mandriva
Linux

Red Hat Enterprise Linux
Mac OS X, Tiger, Server Edition, Leopard
MenuetOS
Windows 2000, XP, Vista, Windows 7

Fedora
Ubuntu
OpenSolaris
OpenSUSE
EastLinux
Doppix

1990

2000

2010

УЯЛИ АЛОҚА

Уяли тармоқ асосидаги мобиль алоқанинг тури. Хизмат доираси алоҳидаги таянч станциянинг хизмат доираси билан белгиланган уяларга бўлиниши, бу тармоқнинг асосий хосаси. Уялар бир-бирига устма-уст келади ва тармоқни ташкил қилишади. Идеал жойнинг юзида (текис ва биносиз) хизмат кўрсатиш зонаси доирага ўхшаган, шунинг учун улардан ясалган тармоқ олтибурчакли уяларга ўхшаш бўлади.

АЛОҚА

Уяли алоқа операторлари жойни уяларга бўлишади. ҳар бир таянч станцияси ўзининг хизмат доирасидаги ҳар бир уяли телефонни унинг ноёб коди бўйича аниқлайдиган антеннага эга.

КОММУТАТОР

Коммутатор операторнинг таянч станцияси хизмат кўрсатиш доирасининг ичида бўлган ҳамма ишлатган телефонлар ҳақида маълумотлар базасига эга.

ҚЎНФИРОҚ

Телефон номери терилганда жорий таянч станциянинг антеннаси чақираётган ва чақиралаётган абонентларни аниқлайди. Бундан кейин ушбу ахборот коммутаторга юборилади.



NMT 450

AMPS/DAMPS GSM



1991

1995

2000

ҲАРАКАТДА

Абонент ҳаракатда бўлганда битта станция билан алоқа сифати олдингисидан яхшироқ бўлади; шундай қилиб, таянч станциялар абонент ҳаракатланишини аниқлашади. Ушбу катта тезликда ҳаракат қиладиган абонентларга узлуксиз алоқа хизматини кўрсатишга имкон беради.

Абонент хизмат доирасидан чиққанда алоқа хизматларини бошқа уяли алоқа оператори кўрсатиши мумкин. Ушбу тарзда телефон роуминг режимида ишлайди.



УЛАНИШЛАР

Таянч базасининг локал антеннаси чақириладиган уяли телефон билан алоқани ўрнатади.



CDMA

Уяли алоқа абонентлари сони



Мухим тугмалар

Интернетда ишлаётган фойдаланувчи амалларнинг кўп қисмини сичконча ёрдамида бажаришга ўрганган. Бу қулай ва осондир. Журналист учун Интернетдан самарали ва ҳар қандай вазиятда фойдаланишда клавиатура билан ишлашни ўрганиш ҳам аҳамиятли. Қуйида буйруқларнинг бир нечта стандарт шакллари келтирилган. Дастурчилар тилида бу усул ShortCut деб юритилади.

| | |
|--|-----------------|
| Аввалги саҳифага ўтиш | Alt+Чап стрелка |
| Ойнани ёпиш | Alt+F4 |
| Иловани ёпиш(вкладка) | Ctrl+W |
| Саҳифаларни тепага варақлаш | Page up |
| Саҳифаларни пастга варақлаш | Page down |
| Саҳифа бошига ўтиш | Home |
| Саҳифа охирига ўтиш | End |
| Аввалги саҳифага ўтиш | Back Spase |
| Саҳифани янгилаш | F5 |
| Жўнатмалар панели, адреслар панели ва ойнага ўтиш | F6 |
| Тўлик экранга ўтиш/оддий режим | F11 |
| Амалдаги саҳифадаги жўнатмаларни «Танланган саҳифалар»га қўшиш | Ctrl+D |
| Саҳифани файл кўринишида сақлаш | Ctrl+C |
| Саҳифани эслатмага сақлаб қўйиш | Ctrl+D |
| Саҳифани чоп этиш | Ctrl+P |
| Янги ойна очиш | Ctrl+N |
| Янги илова очиш | Ctrl+T |
| «Танланган саҳифалар» папкасини тартибга келтириш | Ctrl+B |
| Саҳифада қидирув | Ctrl+F |
| Кадрлар орасида олдинга жойлаштириш | Ctrl+Tab |
| Кадрлар орасида орқага жойлаштириш | Shift+Ctrl+Tab |

ДОМЕНЛАРНИНГ БЕЛГИЛАНИШИ

| Халқаро доменларнинг белгиланиши | | Миллий доменларнинг белгиланиши | |
|----------------------------------|---|---------------------------------|----------------------------------|
| Домен | Белгиланиши | Домен | Белгиланиши |
| .AERO | Авиация | .AC | Асунсьён |
| .ARPA | Internet Architecture Board маслаҳатига кўра амалий зарур инфратузилмани қўллаб-қувватловчи ташкilotлар | .AD | Андорра |
| .ASIA | Осиё ва Тинч океани минтақаси | .AE | Бирлашган Араб Амирликлари |
| .BIZ | Бизнес | .AF | Афғонистон |
| .CAT | Каталония тил ва маданият ҳамжамиятлари | .AG | Антигуа ва Барбуда |
| .COM | Тижорий ташкilotлар | .AI | Ангилла |
| .COOP | Кооперативлар | .AL | Албания |
| .EDU | Таълим | .AM | Арманистон |
| .GOV | Ҳукумат муассасалари | .AN | Антил Ороллари |
| .INFO | Умумий ахборот | .AO | Ангола |
| .INT | Ҳукуматлараро шартномага асосан иярилган ташкilotлар | .AQ | Антарктика |
| .JOBS | Иш ўринлари сайтлари | .AR | Аргентина |
| .MIL | Ҳарбий ташкilotлар | .AS | Америка Самоаси |
| .MOBI | Мобиль маҳсулот ва хизматлар | .AT | Австрия |
| .MUSEUM | Музейлар | .AU | Австралия |
| .NAME | Жисмоний шахслар | .AW | Аруба |
| .NET | Провайдерлар ва тармоқ ташкilotлари | .AX | Аланд Ороллари |
| .ORG | Нотижорий ташкilotлар | .AZ | Озарбайжон |
| .PRO | Касбий | .BA | Босния ва Герцеговина |
| .TEL | Шахсий маълумотларни нашр этувчи компания ва шахслар | .BB | Барбадос |
| .TRAVEL | Туризм соҳасидаги компаниялар учун сақлаб қолдирилган | .BD | Бангладеш |
| | | .BE | Бельгия |
| | | .BF | Буркина-Фасо |
| | | .BG | Болгария |
| | | .BH | Бахрайн |
| | | .BI | Бурунди |
| | | .BJ | Бенин |
| | | .BL | Сент-Бартелемей |
| | | .BM | Бермуда |
| | | .BN | Бруней |
| | | .BO | Боливия |
| | | .BR | Бразилия |
| | | .BS | Багама Ороллари |
| | | .BT | Бутан |
| | | .BV | Боувет Ороллари |
| | | .BW | Ботсвана |
| | | .BY | Беларусь |
| | | .BZ | Белиз |
| | | .CA | Канада |
| | | .CC | Кокос Ороллари |
| | | .CD | Конго Демократик Республикаси |

ДОМЕНЛАРНИНГ БЕЛГИЛАНИШИ

| | | | |
|-----|------------------------------|-----|------------------------------------|
| .CF | Марказий Африка Республикаси | .GQ | Экваториал Гвинея |
| .CH | Швейцария | .GR | Греция |
| .CI | Кот д'Ивуар | .GS | Жанубий Георгия |
| .CK | Кук Ороллари | .GT | Гватемала |
| .CL | Чили | .GU | Гуам Ороли |
| .CM | Камерун | .GW | Гвинея-Бисау |
| .CN | Хитой | .GY | Гайна |
| .CO | Колумбия | .HK | Гонконг |
| .CR | Коста Рика | .HM | Херд Ороли ва МакДональд Ороллари |
| .CU | Куба | .HN | Гондурас |
| .CV | Кабо-Верде | .HR | Хорватия |
| .CX | Рождество Ороли | .HT | Гаити |
| .CY | Кипр | .HU | Венгрия |
| .CZ | Чехия Республикаси | .ID | Индонезия |
| .DE | Германия | .IE | Ирландия |
| .DJ | Жибути | .IL | Исроил |
| .DK | Дания | .IM | Мен Ороли |
| .DM | Доминика | .IN | Ҳиндистон |
| .DO | Доминикан Республикаси | .IO | Британия Ҳинд Океани худуди |
| .DZ | Жазоир | .IQ | Ироқ |
| .EC | Эквадор | .IR | Эрон |
| .EE | Эстония | .IS | Исландия |
| .EG | Миср | .IT | Италия |
| .EH | Фарбий Сахара | .JE | Жерси Ороли |
| .ER | Эритрея | .JM | Ямайка |
| .ES | Испания | .JO | Иордания |
| .ET | Эфиопия | .JP | Япония |
| .EU | Европа Иттифоқи | .KE | Кения |
| .FI | Финляндия | .KG | Қирғизистон |
| .FJ | Фижи | .KH | Камбожа |
| .FK | Фолькленд Ороллари | .KI | Кирибати |
| .FM | Микронезия | .KM | Комор Ороллари |
| .FO | Фарьер Ороллари | .KN | Сент-Китс ва Невис |
| .FR | Франция | .KP | Корея Халқ Демократик Республикаси |
| .GA | Габон | .KR | Корея Республикаси |
| .GB | Буюк Британия | .KW | Кувайт |
| .GD | Гренада | .KY | Кайман Ороллари |
| .GE | Грузия | .KZ | Қозоғистон |
| .GF | Франция Гвинеяси | .LA | Лаос |
| .GG | Гернси Ороли | .LB | Ливан |
| .GH | Гана | .LC | Сент-Люсия |
| .GI | Гибралтар | .LI | Лихтенштейн |
| .GL | Гренландия | .LK | Шри-Ланка |
| .GM | Гамбия | .LR | Либерия |
| .GN | Гвинея | | |
| .GP | Гваделупа | | |

ДОМЕНЛАРНИНГ БЕЛГИЛАНИШИ

| | | | |
|-----|-------------------------|-----|-----------------------------------|
| .LS | Лесото | .PL | Польша |
| .LT | Литва | .PM | Сен-Пьер ва Микелон |
| .LU | Люксембург | .PN | Питкэрн |
| .LV | Латвия | .PR | Пуэрто-Рико |
| .LY | Ливия | .PS | Фаластин |
| .MA | Марокко | .PT | Португалия |
| .MC | Монако | .PW | Палау |
| .MD | Молдова Республикаси | .PY | Парагвай |
| .ME | Черногория | .QA | Қатар |
| .MF | Сен-Мартена | .RE | Реюньон |
| .MG | Мадагаскар | .RO | Руминия |
| .MH | Маршалл Ороллари | .RS | Сербия |
| .MK | Македония | .RU | Россия Федерацияси |
| .ML | Мали | .RW | Руанда |
| .MM | Мьянма | .SA | Саудия Арабистони |
| .MN | Монголия | .SB | Соломон Ороллари |
| .MO | Макао | .SC | Сейшел Ороллари |
| .MP | Шимолий Мариан Ороллари | .SD | Судан |
| .MQ | Мартиника | .UM | Ташки Кичик Ороллар |
| .MR | Мавритания | .US | АҚШ |
| .MS | Монсеррат | .UY | Уругвай |
| .MT | Мальта | .UZ | Ўзбекистон |
| .MU | Маврикий | .VA | Ватикан |
| .MV | Мальдив Ороллари | .VC | Сент-Винсент ва Гренадини |
| .MW | Малави | .VE | Венесуэла |
| .MX | Мексика | .VG | Виргин Ороллари (Британия) |
| .MY | Малайзия | .VI | Виргин Ороллари (АҚШ) |
| .MZ | Мозамбик | .VN | Вьетнам |
| .NA | Намибия | .VU | Вануату |
| .NC | Янги Каледония | .WF | Уоллис ва Футуна |
| .NE | Нигер | .WS | Самоа |
| .NF | Норфольк Ороли | .YE | Яман |
| .NG | Нигерия | .YT | Майотте |
| .NI | Никарагуа | .YU | Югославия |
| .NL | Нидерландия | .ZA | Жанубий Африка |
| .NO | Норвегия | .ZM | Замбия |
| .NP | Непал | .ZW | Зимбабве |
| .NR | Науру | .SE | Швеция |
| .NU | Ниуэ | .SG | Сингапур |
| .NZ | Янги Зеландия | .SH | Муқаддас Елена Ороли |
| .OM | Уммон | .SI | Словения |
| .PA | Панама | .SJ | Свалбард ва Жан Майен Ороллари |
| .PE | Перу | .SK | Словакия |
| .PF | Франция Полинезияси | .SL | Сьерра-Леоне |
| .PG | Папуа-Янги Гвинея | .SM | Сан-Марино |
| .PH | Филиппин | .SN | Сенегал |
| .PK | Покистон | | |

ДОМЕНЛАРНИНГ БЕЛГИЛАНИШИ

| | | | |
|-----|----------------------------------|-----|---------------------------------------|
| .SO | Сомали | .TL | Шарқий Тимор |
| .SR | Суринам | .TM | Туркменистон |
| .ST | Сан-Томе ва Принципи | .TN | Тунис |
| .SU | СССР (собик) | .TO | Тонга |
| .SV | Сальвадор | .TP | Португалия Тимори |
| .SY | Сурия | .TR | Туркия |
| .SZ | Свазиленд | .TT | Тринидад ва Тобаго |
| .TC | Тёрк ва Кайков Ороллар | .TV | Тувалу |
| .TD | Чад | .TW | Тайвань |
| .TF | Франциянинг Жанубий худудлари | .TZ | Танзания |
| .TG | Того | .UA | Украина |
| .TH | Тайланд | .UG | Уганда |
| .TJ | Тожикистон | .UK | Бирлашган Қироллик (Буюк Британия) |
| .TK | Токелау | | |

МУНДАРИЖА

| | |
|---|----|
| Кириш | 3 |
| 1-§. Интернет муҳотида ахборот фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари | 7 |
| 2-§. Интернетда ахборот: ҳуқуқий асослар | 15 |
| 3-§. Ахборот веб-сайтларининг таснифи | 20 |
| 4-§. Интернетнинг UZ ҳудудида доменларни рўйхатга олиш тартиби | 25 |
| 5-§. Интернет орқали коммуникация жараёни: э-почта имкониятлари | 29 |
| 6-§. Глобал тармоқнинг қидирув хизматлари | 31 |
| 7-§. RSS — янгиликлар лентаси: ишлаш тамойиллари ва қулайликлари | 37 |
| 8-§. Электрон кутубхона ва электрон китоблар | 39 |
| 9-§. On-lane — таржималарининг ахборот билан ишлашдаги қулайликлари | 43 |
| 10-§. Интернет сленгининг хусусиятлари | 47 |
| 11-§. Интернетда видео ва ТВ имкониятлари | 53 |
| 12-§. Интернетга жаҳон иқтисодий инқирозининг таъсири | 60 |
| 13-§. Интернетни келажакда нима кутмоқда? | 66 |
| Хулоса | 69 |
| Умумий назорат саволлари | 71 |
| Реферат ва мустақил иш мавзулари | 72 |
| Глоссарий | 74 |
| Фойдаланилган адабиётлар | 78 |
| Фойдали веб-манбалар | 81 |
| Иловалар | 82 |

Шерзодхон Қудратхўжаев

**ИНТЕРНЕТ ВА АХБОРОТ:
ХИЗМАТЛАР, ФОЙДАЛАНИШ АСОСЛАРИ**

(ўқув қўлланма)

Тошкент – «ISTIQLOL» – 2013

Муҳаррир

Рассом

Мусахҳиҳ

Саҳифаловчи

Ж. Раззоқов

Ҳ. Ёқубов

Н. Атабоева

С. Пулатов

Лицензия рақами АІ № 217. 03.08.2012 й. Босишга рухсат этилди 08.08.2013 й. Бичими 60×84^{1/16}. Times Tad гарнитурасида. Шартли босма табоғи 6,5 б.т. Адади 1000 нусха. Офсет қоғози. Буюртма № 43.

«ISTIQLOL NASHRIYOTI», Тошкент ш., 100129, Навоий кўчаси, 30-уй. Тел: 244-94-36, факс 244-51-98. Эл. почта: rojpoligraf71@yahoo.com.

«ISTIQLOL NASHRIYOTI» матбаа бўлимида чоп этилди. Тошкент ш., 100129, Навоий кўчаси, 30-уй.

3000

"Istiqlol"

ISBN 978-9943-308-70-1



9 789943 308701