

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI AXBOROT TEXNOLOGIYALARI VA
KOMMUNIKATSIYALARNI RIVOJLANTIRISH VAZIRLIGI

MUHAMMAD AL-XORAZMIY NOMIDAGI TOSHKENT AXBOROT
TEXNOLOGIYALARI UNIVERSITETI SAMARQAND FILIALI

“Kompyuter injiniringi” fakulteti

“Kompyuter tizimlari” kafedrası

5330500 - Kompyuter injiniringi (AT-servis) yo'nalishi

“Himoyaga ruxsat”

Kafedra mudiri

____ dots. Qarshiyev Z.A.

2018 yil “ ____ ” _____

**Davriy nashrlarga onlayn obunani tashkil qilish mobil ilovasini
ishlab chiqish**

mavzuda

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

Bitiruvchi: _____ G'oyibov Siroj

Ilmiy rahbar: _____ Murtazayeva U.

Taqrizchi: _____ Urunbayev E.

XFX malahatchi: _____ Qurbonov E.

SAMARQAND ~ 2018

MUNDARIJA

KIRISH		3
I-BOB. OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING XALQ HAYOTIDAGI O’RNI VA AHAMIYATI		
1.1.	O‘zbekiston Respublikasida davriy bosma nashrlarni tarqatish qoidalari	5
1.2.	Ommaviy axborot vositalari haqida.	9
1.3.	Davriy bosma nashrlarning majburiy nusxalari yuboriladigan muassasa va tashkilotlar	12
II-BOB. MOBIL ILOVALARNI YARATISHNING O’ZIGA XOS XUSUSIYATLARI		
2.1.	Mobil muhitning kontseptsiyasi va xususiyatlari.	17
2.2.	Mobil ilovalarning imkoniyatlari va afzalliklari.	24
2.3.	Ilovalarni ishlab chiqishning o'ziga xosligi	27
III-BOB. DAVRIY NASHRLARGA ONLAYN OBUNANI TASHKIL QILISH MOBIL ILOVASINI ISHLAB CHIQISH		
3.1.	Mobil ilovani yaratishning tarkibiy qismlari	30
3.2.	Davriy nashrlarga onlayn obuna bo’lishning mobil ilovasini ishlab chiqish	40
3.3.	Mobil ilovani testlash	45
XULOSA		50
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI		51
Ilova: Dastur matni		52

KIRISH

Mavzuning dolzarbligi. Mobil qurilmalardan foydalanuvchilar yildan yilga tezlik bilan ko'payib bormoqda. Bunday jarayonning natijasi har xil turdagi mobil ilovalarni rivojlantirishga ehtiyojni oshiradi. Hozirgi kunda, mobil ilovalar bilan dasturiy ta'minot bozorida ma'lum bir platforma uchun yaratilgan dasturlar tomonidan boshqariladi. Ammo, bunaqangi ilovalar maxsus platformadagi qurilmalarga o'rnatilishi mumkin, va bu har xil texnologiyalarni rivojlanishning asosiy kamchiliklaridan biri deb hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasining Prezidenti Shavkat Miromonovich Mirziyoev 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasi rivojlanishining ustuvor sohalarni rivojlantirishdagi Harakatlar strategiyasini Prezident farmoni bilan tasdiqladi. Mobil aloqa hamda raqamli televideniyeining qulay AKT infratuzilmasini yaratish, xususan, rivojlantirish, ya'ni optik qurilish bilan belgilangan yil rivojlantirishning besh yo'nalishi bo'yicha, shuningdek, "Xalq bilan muloqotni yili" doirasida Davlat dasturi aksiyalar strategiya 2017-2021 asosiy vazifalari, aloqa liniyasi, qo'llab-quvvatlash va dasturiy ta'minot ishlab chiqish bilan "Elektron hukumat" tizimini to'liq hamkorligini takomillashtirish masalalari qaratdi [1].

Masalaning qo'yilishi. Hozirda mobil ilovalarni ishlab chiqish texnologiyalari doimo takomillashtirilmoqda. Mobil platformalarni (Android, iOS, Windows Phone va boshqalar), platformalararo (multiplatformli) yechimlarni mobil ilovalarni ishlab chiqish texnologiyalarini rivojlantirishda eng istiqbolli bosqichi keng tarqalgan.

Bugungi kunga kelib, dasturiy ta'minot mahsulotlarini ishlab chiqarish bo'yicha etakchi o'rinlarni egallagan, shuningdek ishlab chiqaruvchilar soni Titan, Kony platformasi, Adobe PhoneGap texnologiyalari egallab turibdi, chunki bu echimlar butunlay ochiq va yaxshi hujjatlangan.

Barcha foydalanuvchilar qurilmalarida ishlaydigan mobil ilovani ishlab chiqish juda murakkab vazifadir, shuning uchun oldingi holat - o'zaro faoliyat platforma dasturini ishlab chiqish. Turli xil operatsion tizimlar asosida dasturning to'liq ishlashi uchun umumiy kodlarni yozishni o'z ichiga oladi.

Zamonaviy rivojlanish texnologiyalarining qobiliyatlari turli murakkablikdagi mobil ilovalarni yaratishga imkon beradi. Platformani tanlash kelajakda qo'llaniladigan talablarga bog'liq.

Ishning maqsad va vazifalari. Bitiruv ishining maqsadi Oliy ta'lim muassasalari talabalarining kompetentligini aniqlaydigan "So'rovnoma" mobil ilovasini yaratishdir.

Maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalarni hal qilish kerak:

- o'zaro faoliyat platformalar dasturlarini ishlab chiqishning arxitekturasini, vositalari va xususiyatlarini o'rganish;
- ushbu ma'lumotlar bazasida ishlovchi dasturni ishlab chiqish;
- foydalanuvchi interfeysini ishlab chiqish;
- Ishlab chiqilgan dasturni testdan o'tkazish.

Ishning amaliy ahamiyati. Bitiruv ishining maqsadi Oliy ta'lim muassasalari talabalarining kompetentligini aniqlaydigan "So'rovnoma" mobil ilovasini yaratib, talabalarda qo'llashdan iboratdir.

BMI ning qismlari bo'yicha qisqacha tavsilotlari. Ushbu malakaviy bitiruv ishi kirish, 3 ta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat.

Birinchi bobda mobil ilovalar va texnologiyalarning o'ziga xos xususiyatlari haqida qisqacha tavsilotlar berilgan.

Ikkinchi bobda mobil ilovalarni ishlab chiqishning krossplatformaviy texnologiyalarining o'ziga xos xususiyatlari o'rganilgan.

Uchinchi bobda krossplatformaviy "So'rovnoma" mobil ilovasini ishlab chiqish bosqichlari keltirilgan.

I-BOB. OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING XALQ HAYOTIDAGI O'RNI VA AHAMIYATI

1.1. O'zbekiston Respublikasida davriy bosma nashrlarni tarqatish qoidalarini

O'zbekiston Respublikasining [«Ommaviy axborot vositalari to'g'risida»](#), [«Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida»](#), [«Noshirlik faoliyati to'g'risida»](#), [«Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida»](#)gi qonunlari va O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999 yil 13 sentyabrdagi «Vaqtli matbuotni tarqatish korxonalarini boshqarish tuzilmasini takomillashtirish to'g'risida»gi 418-son, 2004 yil 7 maydagi «O'zbekiston aloqa va axborotlashtirish agentligi faoliyatini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi [215-son](#), 2004 yil 24 noyabrdagi «Ommaviy kommunikatsiyalar sohasida boshqaruv tuzilmasini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi [555-son](#) hamda 2006 yil 11 oktyabrdagi «O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarini davlat ro'yxatidan o'tkazish tartibini yanada takomillashtirish to'g'risida»gi [214-son](#) qarorlariga muvofiq "O'zbekiston Respublikasida davriy bosma nashrlarni tarqatish qoidalarini tasdiqlash to'g'risida"gi O'zbekiston aloqa va axborotlashtirish agentligi O'zbekiston matbuot va axborot agentligining qarori O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligi tomonidan 2008 yil 18 iyunda 1826-son bilan davlat ro'yxatidan o'tkazildi.

Mazkur Qoidalar O'zbekiston Respublikasining [«Ommaviy axborot vositalari to'g'risida»](#), [«Axborot erkinligi prinsiplari va kafolatlari to'g'risida»](#), [«Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida»](#)gi qonunlariga muvofiq davriy bosma nashrlarni tarqatish qoidalarini belgilaydi.

Ushbu Qoidalar davriy bosma nashrlarni tarqatish sohasidagi faoliyatini amalga oshirayotgan barcha xo'jalik yurituvchi sub'ektlarga (tahririyatlar, davriy bosma nashrlarni tarqatuvchilar va obunachilarga) shuningdek, ularning tarkibiy bo'linmalariga taalluqlidir.

Xorijiy davlatlarning davriy bosma nashrlarini O'zbekiston Respublikasi hududida tarqatish O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan

belgilanadigan tartibda, shuningdek, O‘zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalari asosida amalga oshiriladi.

Ushbu Qoidalarda quyidagi tushunchalar qo‘llaniladi:

bolalar sog‘lig‘iga zarar etkazuvchi axborot — O‘zbekiston Respublikasining “Bolalarni ularning sog‘lig‘iga zarar etkazuvchi axborotdan himoya qilish to‘g‘risida”gi Qonuniga muvofiq bolalar o‘rtasida tarqatilishi taqiqlangan yoki cheklangan axborot mahsuloti;

davriy bosma nashrlarni etkazib berish — davriy bosma nashrlarni obunachi ko‘rsatgan manzil bo‘yicha etkazib berish;

katalog — O‘zbekiston Respublikasida tarqatiladigan davriy bosma nashrlar nomlarining belgilangan tartibda tuzilgan ro‘yxati;

obunachi — davriy bosma nashrga obuna bo‘lgan jismoniy yoki yuridik shaxs;

tarqatuvchi — tahririyat, shuningdek, tahririyat bilan shartnomaga ko‘ra davriy bosma nashrlarni obuna bo‘yicha yoki chakana savdo tarmog‘i orqali tarqatish xizmatlarini ko‘rsatuvchi yuridik yoki jismoniy shaxs.

Davriy bosma nashrlarni tarqatish ularga obuna bo‘lishni tashkil qilish yo‘li bilan, shuningdek, chakana savdo tarmog‘i orqali amalga oshiriladi. Qonun hujjatlarida belgilangan tartibda davriy bosma nashrlarning elektron shakli ham tarqatilishi mumkin.

Davriy bosma nashrlarni tarqatish bevosita tahririyat tomonidan, shuningdek, belgilangan tartibda jismoniy va yuridik shaxslar tomonidan shartnoma asosida amalga oshirilishi mumkin.

O‘zbekiston Respublikasining «Ommaviy axborot vositalari to‘g‘risida»gi [Qonunida](#) belgilangan axborotlarni o‘z ichiga olgan davriy bosma nashrlar ham tarqatish uchun qabul qilinadi.

Obuna bo‘yicha davriy bosma nashrlar varaqchali va manzilli tizim bo‘yicha tarqatiladi. Varaqchali tizim bo‘yicha tarqatishda davriy bosma nashrlar tarqatuvchi tomonidan obunachilarning manzillari bo‘yicha keyingi saralash va etkazib berish uchun ishlov berish oraliq punktlariga yuboriladi. Manzilli tizim

bo'yicha tarqatishda davriy bosma nashrlar tarqatuvchi tomonidan bevosita obunachilar manzillari bo'yicha tarqatiladi.

Tahririyatlar tarqatuvchilar bilan ular tomonidan bosib chiqariladigan davriy bosma nashrlarni tarqatish bo'yicha shartnoma tuzadilar. SHartnomada davriy bosma nashrlarni tarqatish tartibi va shartlari, bosmadan chiqarish jadvali belgilanadi, tomonlar majburiyatlari va nizoli masalalarni hal qilish tartibi kelishib olinadi.

Obuna shartlari (hajmi, davriy bosma nashrning formati, bosib chiqarish davriyligi, obuna davri) tahririyat tomonidan belgilanadi. Davriy bosma nashrlarning yoshga oid tasnifini, shuningdek jamoat joylarida yopiq o'rovlarda tarqatilishi kerak bo'lgan davriy bosma nashrlarni aniqlash o'rnatilgan tartibda tahririyatlar tomonidan amalga oshiriladi.

Obunani o'tkazish tartibi (obunani qabul qilish va davriy bosma nashrlarga buyurtmalarni taqdim etish muddatlari, obunani qabul qilish joylari, tarqatish hududi, obunani hujjatlashtirish) tarqatuvchilar tomonidan belgilanadi.

Davriy bosma nashrlarga obuna o'tkazish shartlari va tartibi aholiga ma'lumot uchun tahririyatlar va tarqatuvchilar tomonidan ommaviy axborot vositalari orqali, reklama va boshqa usullar yordamida etkaziladi. Obunachi naqd pul to'lash yoki pul o'tkazish yo'li bilan davriy bosma nashrlarga obuna bo'lishi mumkin.

Tarqatuvchi kataloglarni nashr qiladi va ularga kiritilgan davriy bosma nashrlarga obuna qabul qilinishini amalga oshiradi.

Katalogda davriy bosma nashrning nomi va indeksi, katalogni nashr qilgan tarqatuvchining telefon raqami, davriy bosma nashrning obuna narxi, bosmadan chiqish davriyligi, obuna davri, davriy bosma nashrlarning yoshga oid tasnifi va boshqa axborotlar ko'rsatiladi.

Katalog qog'oz va elektron ko'rinishda nashr qilinishi mumkin.

Obunachi uchun qulay bo'lgan obunani qabul qilish joylarida quyidagi ma'lumotlar bo'lishi lozim:

- a) tarqatuvchining nomi, uning joylashgan joyi (yuridik manzili, telefon raqami va boshqalar);
- b) ish tartibi;
- v) davriy bosma nashrlar kataloglari;
- g) obunani qabul qilish punktlarining ish vaqti;
- d) obuna bo‘lish davri;
- e) obunani amalga oshirish tartibi, shartlari va narxlari;
- j) qo‘shimcha ko‘rsatiladigan xizmatlar ro‘yxati va ularning tariflari;
- z) obuna hujjatlarini to‘ldirish namunalari;
- i) boshqa zarur ma’lumotlar.

Barcha axborot obunachilarga ma’lumot uchun aniq va qulay shaklda etkazilishi lozim.

Obunani rasmiylashtirishda belgilangan namunadagi obuna hujjati obuna shartlariga muvofiq tushunarli va qisqartirishlarsiz to‘ldiriladi. Obunachi tomonidan davriy bosma nashrlarni etkazib berish manzili noto‘g‘ri ko‘rsatilgan bo‘lsa, tarqatuvchi javobgar hisoblanmaydi. Obuna rasmiylashtirilganligining tasdig‘i sifatida obunachiga davriy bosma nashrning nomi, obuna davri va narxi, davriy bosma nashr etkazib berilishi kerak bo‘lgan manzil, obunachining familiyasi, ismi, otasining ismi, shuningdek tarqatuvchining rekvizitlaridan iborat bo‘lgan obuna hujjati beriladi. Obuna navbatdagi obuna davridan boshlab katalogda ko‘rsatilgan obuna muddatiga yoki uning bir qismiga rasmiylashtirilishi mumkin.

Davriy bosma nashrlar obunachi tomonidan boshqa manzilga qayta manzillanishi mumkin. Qayta manzillash uchun obunachi tomonidan tarqatuvchiga obuna rasmiylashtirilganligini tasdiqlovchi obuna hujjati taqdim etiladi. Bunday hujjat yo‘qolgan bo‘lsa obunachining shaxsini tasdiqlovchi hujjat taqdim etiladi.

Rasmiylashtirish tartibi va qayta manzillash muddatlari tarqatuvchi tomonidan belgilanadi. Davriy bosma nashrlarni nashrdan chiqarish to‘xtatilganda yoki obunachining arizasi bo‘yicha obuna bekor qilinishi mumkin. Bunda obunachiga obuna narxi va qabul qilingan davriy bosma nashrlar o‘rtasidagi farqi

tarqatuvchi tomonidan bajarilgan xizmatlarni qoplash xarajatlari hisobga olingan holda to'lanadi.

Obuna bekor qilinganda obuna uchun to'langan to'lov obunachiga tarqatuvchi tomonidan quyidagi hollarda qaytariladi:

a) obunachining obunani bekor qilish to'g'risidagi arizasi bo'yicha — ariza berilgan kundan boshlab besh kun mobaynida;

b) davriy bosma nashrni bosmadan chiqarish to'xtatilganda — tahririyatdan axborot olingan kundan boshlab bir oy mobaynida.

Obunachiga davriy bosma nashrlar etkazib berilmagan bo'lsa, u holda obunachi tomonidan tarqatuvchiga ariza beriladi va obuna qabul qilinganligi yoki qayta manzillanganligini tasdiqlovchi hujjatni taqdim etadi.

1.2. Ommaviy axborot vositalari haqida

Ommaviy axborotni davriy tarqatishning doimiy nomga ega bo'lgan hamda bosma tarzda (gazetalar, jurnallar, axborotnomalar, byulletenlar va boshqalar) va (yoki) elektron tarzda (tele-, radio-, video-, kinoxronikal dasturlar, umumfoydalanishdagi telekommunikatsiya tarmoqlaridagi veb-saytlar) olti oyda kamida bir marta nashr etiladigan yoki efirga beriladigan (bundan buyon matnda chiqariladigan deb yuritiladi) shakli hamda ommaviy axborotni davriy tarqatishning boshqa shakllari ommaviy axborot vositasidir. O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalari o'z faoliyatini "Davlat tili to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Qonuniga muvofiq amalga oshiradi.

Ommaviy axborot vositalarining erkinligi O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalari erkin bo'lib, o'z faoliyatini ushbu Qonunga va boshqa qonun hujjatlariga muvofiq amalga oshiradi. Har kim, agar qonunda boshqacha qoida nazarda tutilmagan bo'lsa, ommaviy axborot vositalarida chiqish, o'z fikri va e'tiqodini oshkora bayon etish huquqiga egadir. Ommaviy axborot vositalari qonun hujjatlariga binoan axborotni izlash, olish, tarqatish huquqiga ega hamda tarqatilayotgan axborotning xolisligi va ishonchliligi uchun belgilangan tartibda javobgar bo'ladi.

Ommaviy axborot vositalari erkinligini suiiste'mol qilishga yo'l qo'yilmasligi Ommaviy axborot vositalaridan:

- O'zbekiston Respublikasining mavjud konstitutsiyaviy tuzumini, hududiy yaxlitligini zo'rlik bilan o'zgartirishga da'vat qilish;
- urush, zo'ravonlik va terrorizmni, shuningdek diniy ekstremizm, separatizm va aqidaparastlik g'oyalarini targ'ib qilish;
- davlat siri bo'lgan ma'lumotlarni yoki qonun bilan qo'riqlanadigan boshqa sirni oshkor etish;
- milliy, irqiy, etnik yoki diniy adovat qo'zg'atuvchi axborot tarqatish;
- agar qonunda boshqacha qoida nazarda tutilmagan bo'lsa, giyohvandlik vositalari, psixotrop moddalar va prekursorlarni targ'ib qilish;
- pornografiyani targ'ib etish;
- qonunga muvofiq jinoiy va o'zga javobgarlikka sabab bo'ladigan boshqa harakatlarni sodir etish maqsadida foydalanilishiga yo'l qo'yilmaydi.

Ommaviy axborot vositalari orqali fuqarolarning sha'ni va qadr-qimmatini yoki ishchanlik obro'sini tahqirlash, shaxsiy hayotiga aralashish taqiqlanadi. Prokuror, tergovchi yoki surishtiruvchining yozma ruxsatisiz surishtiruv yoki dastlabki tergov materiallarini e'lon qilish, muayyan ish bo'yicha sud qarori chiqmasdan turib yoki sudning qarori qonuniy kuchga kirmay turib, uning natijalarini taxmin qilish yoxud sudga boshqacha yo'l bilan ta'sir ko'rsatish taqiqlanadi.

O'zbekiston Respublikasida ommaviy axborot vositalarini senzura qilishga yo'l qo'yilmaydi. E'lon qilinayotgan xabarlar va materiallar oldindan kelishib olinishini, shuningdek ularning matni o'zgartirilishini yoki butunlay nashrdan olib qolinishini (efirga berilmasligini) talab qilishga hech kimning haqqi yo'q.

O'zbekiston Respublikasi Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligi, O'zbekiston Matbuot va axborot agentligining qarori bilan O'zbekiston Respublikasida davriy bosma nashrlarni tarqatish qoidalariga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritildi.

Davriy bosma nashrning elektron shakli davriy bosma nashrni tarqatish usullaridan biridir. Tegishli davriy bosma nashrning bosma va elektron shakllarining mazmuni aynan bir xil bo'lgan hamda qonun hujjatlari talablariga rioya etilgan taqdirda, davriy bosma nashr tahririyati davriy bosma nashrning elektron shaklini mustaqil ommaviy axborot vositasi sifatida ro'yxatdan o'tkazmasdan tarqatishga haqlidir. Davriy bosma nashrning bosma shaklida mavjud bo'lgan reklama xabarlarining elektron shakldan olib tashlanishi va (yoki) butunlay yoki qisman almashtirilishi, shuningdek elektron shaklda ifodalangan materiallar hajmining bosma shaklidagiga nisbatan qisqartirilishi mazmunning aynan bir xilligi buzilishi deb qaralmaydi. Davriy bosma nashr tahririyati davriy bosma nashrning elektron shakli tarqatilishi to'g'risida ro'yxatdan o'tkazuvchi organi yozma shaklda xabardor qilishi shart.

Davriy bosma nashrlarga ilovalar Davriy bosma nashrlar ilovalar bilan chiqarilishi mumkin. Ilovalar qaysi davriy nashrga taalluqli bo'lsa, ularda o'sha asosiy davriy bosma nashrning nomi ko'rsatilishi kerak. Davriy bosma nashrning alohida nomga ega bo'lgan ilovalariga mustaqil ommaviy axborot vositasi sifatida qaraladi va ular umumiy asoslarda ro'yxatdan o'tkazilishi kerak.

O'zbekiston Respublikasi hududida chet davlatlar ommaviy axborot vositalari mahsulotini tarqatish O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi belgilaydigan tartibga, shuningdek O'zbekiston Respublikasining xalqaro shartnomalariga muvofiq amalga oshiriladi. Chet davlatlarning ommaviy axborot vositalari tomonidan ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonun hujjatlari talablari buzilgan taqdirda, ularning mahsulotini O'zbekiston Respublikasi hududida tarqatish tugatilishi mumkin.

Ommaviy axborot vositalari to'g'risidagi qonun hujjatlarini buzganlikda aybdor shaxslar belgilangan tartibda javobgar bo'ladilar. Bosh muharrir, shuningdek jurnalist ommaviy axborot vositalarida haqiqatga mos kelmaydigan materiallarni tarqatganlik uchun quyidagi hollarda javobgar bo'lmaydi:

- agar bu ma'lumotlar rasmiy xabarlardan, normativ-huquqiy hujjatlardan yoki rasmiy statistika hisobotlari ma'lumotlaridan yoxud axborot agentliklari yoki

davlat hokimiyati va boshqaruvi organlarining matbuot xizmatlari orqali olingan bo'lsa;

- agar bu ma'lumotlar oldindan yozib olinmasdan efirga beriladigan mualliflik chiqishlarida mavjud bo'lsa yoki chiqishlarning so'zma-so'z takrorlanishi (stenografiya, audio-, videoyozuvi) bo'lsa.

1.3. Davriy bosma nashrlarning majburiy nusxalari yuboriladigan muassasa va tashkilotlar

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Davriy bosma nashrlarning majburiy nusxalari yuboriladigan muassasa va tashkilotlarning ro'yxatini tasdiqlash to'g'risida" qarori 2014 yil 31 yanvar 21-son bilan ro'yxatga olingan. «Ommaviy axborot vositalari to'g'risida»gi O'zbekiston Respublikasi Qonunining [29-moddasiga](#) muvofiq Vazirlar Mahkamasi Davriy bosma nashrlarning majburiy nusxalari yuboriladigan muassasa va tashkilotlarning ro'yxatini tasdiqlangan. Unda belgilanganidek, davriy bosma nashrlarning majburiy nusxalari tahririyat tomonidan belgilangan umumiy tiraj hisobidan yuboriladi.

O'zbekiston matbuot va axborot agentligi: davriy bosma nashrlarning majburiy nusxalari yuboriladigan muassasa va tashkilotlarning ro'yxatini tahririyat va matbaa korxonalariga etkazsin hamda muassasa va tashkilotlarga davriy bosma nashrlarning majburiy nusxalari yuborilishini nazoratga oladi. O'zi qabul qilgan normativ-huquqiy hujjatlarni bir oy muddatda ushbu qarorga muvofiqlashtirsin.

Mazkur qarorning bajarilishini nazorat qilish O'zbekiston Respublikasi Bosh vazirining o'rinbosari — Axborot tizimlari va telekommunikatsiyalar masalalari Kompleksi rahbari zimmasiga yuklansin.

Davriy bosma nashrlarning majburiy nusxalari yuboriladigan muassasa va tashkilotlarning ro'yxati

T/r	Muassasa va tashkilotlar nomi	Mavzusi	Nashr turlari	Nusxalar soni
1.	O'zbekiston Respublikasi	Huquqiy, ijtimoiy-	Gazeta	38

T/r	Muassasa va tashkilotlar nomi	Mavzusi	Nashr turlari	Nusxalar soni
	Prezidenti Devoni	siyosiy, iqtisodiy va tarixiy nashrlar	Jurnal	8
2.	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi	Huquqiy, ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va tarixiy nashrlar	Gazeta, jurnal	5
3.	O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining palatalari	Huquqiy, ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va tarixiy nashrlar	Gazeta	2
4.	O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining Inson huquqlari bo‘yicha vakili kotibiyati	Huquqiy, ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va tarixiy nashrlar	Gazeta	1
5.	O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyaviy sudi	Huquqiy nashrlar	Gazeta, jurnal	1
6.	O‘zbekiston Respublikasi Markaziy saylov komissiyasi	Huquqiy, ijtimoiy-siyosiy va tarixiy nashrlar	Gazeta, jurnal	1
7.	O‘zbekiston Respublikasi Milliy xavfsizlik xizmati	Barcha mavzudagi nashrlar	Nashrlarning barcha turlari	1
8.	O‘zbekiston matbuot va axborot agentligi	Barcha mavzudagi nashrlar	Nashrlarning barcha turlari	3
9.	«O‘zarxiv» agentligi	Barcha mavzudagi nashrlar	Nashrlarning barcha turlari	1
10.	Inson huquqlari bo‘yicha	Huquqiy (inson	Gazeta, jurnal	1

T/r	Muassasa va tashkilotlar nomi	Mavzusi	Nashr turlari	Nusxalar soni
	O‘zbekiston Respublikasi Milliy markazi	huquqlari bo‘yicha) nashrlar		
11.	O‘zbekiston Respublikasi Oliy sudi huzuridagi Sud qonunchiligini demokratlashtirish va liberallashtirish hamda sud tizimi mustaqilligini ta’minlash bo‘yicha tadqiqot markazi	Huquqiy, ijtimoiy- siyosiy va iqtisodiy nashrlar	Gazeta, jurnal, axborotnoma	1
12.	O‘zbekiston matbuot va axborot agentligining Ommaviy kommunikatsiyalar sohasidagi monitoring markazi	Barcha mavzudagi nashrlar	Nashrlarning barcha turlari	1
13.	Respublika Ma’naviyat va ma’rifat markazi	Barcha mavzudagi nashrlar	Gazeta, jurnal	1
15.	Respublika bolalar ijtimoiy moslashuvi markazi	Maxsus tibbiy, tarbiyaviy, huquqiy, ijtimoiy- siyosiy nashrlar	Gazeta, jurnal	1
16.	Korporativ boshqaruv ilmiy- ta’lim markazi	Huquqiy, ijtimoiy- siyosiy, iqtisodiy va tarixiy nashrlar	Gazeta, jurnal	1
17.	O‘zbekiston Respublikasi	Huquqiy, ijtimoiy-	Gazeta, jurnal	1

T/r	Muassasa va tashkilotlar nomi	Mavzusi	Nashr turlari	Nusxalar soni
	Prezidenti huzuridagi Davlat boshqaruvi akademiyasi	siyosiy va iqtisodiy nashrlar		
18.	O‘zbekiston Respublikasining Bank-moliya akademiyasi	Iqtisodiy nashrlar	Gazeta, jurnal, axborotnoma, byulleten	2
19.	O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Amaldagi qonun hujjatlari monitoringi instituti	Huquqiy, ijtimoiy- siyosiy, iqtisodiy va tarixiy nashrlar	Gazeta, jurnal	1
20.	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Ijtimoiy tadqiqotlar instituti	Huquqiy, ijtimoiy- siyosiy va iqtisodiy nashrlar	Gazeta, jurnal	1
21.	Fuqarolik jamiyati shakllanishini monitoring qilish mustaqil instituti	Huquqiy, ijtimoiy- siyosiy va iqtisodiy nashrlar	Gazeta, jurnal	2
22.	Toshkent davlat yuridik universiteti	Huquqiy, ijtimoiy- siyosiy va iqtisodiy nashrlar	Gazeta, jurnal	1
23.	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Toshkent Islom universiteti	Ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy, huquqiy, tabiiy nashrlar	Gazeta, jurnal	2
24.	Jahon iqtisodiyoti va	Ijtimoiy-siyosiy va	Gazeta, jurnal	2

T/r	Muassasa va tashkilotlar nomi	Mavzusi	Nashr turlari	Nusxalar soni
	diplomatiya universiteti	iqtisodiy nashrlar		
25.	Alisher Navoiy nomidagi O‘zbekiston Milliy kutubxonasi — axborot resurs markazi	Barcha mavzudagi nashrlar	Nashrlarning barcha turlari	2

Ushbu ro‘yxat asosida O‘zbekiston matbuot va axborot agentligi davriy bosma nashrlarning majburiy nusxalari yuboriladigan muassasa va tashkilotlar (barcha mavzudagi nashrlar yuboriladigan tashkilotlardan tashqari) bilan birgalikda ularning ehtiyojlaridan kelib chiqib majburiy nusxalari yuboriladigan davriy bosma nashrlarning har bir muassasa va tashkilot bo‘yicha ro‘yxatlarini shakllantiradi va doimiy ravishda yangilab boradi.

Majburiy nusxalari yuboriladigan davriy bosma nashrlarning har bir muassasa va tashkilot bo‘yicha ro‘yxatlari tahririyat va matbaa korxonalariga O‘zbekiston matbuot va axborot agentligi tomonidan etkaziladi.

Ro‘yxatga olingan yangi davriy bosma nashrlar davriy bosma nashrlarning ro‘yxatiga kiritilguniga qadar mazkur ro‘yxatga asosan taalluqliligi bo‘yicha to‘liq yuboriladi.

II-BOB. MOBIL ILOVALARNI YARATISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

2.1. Mobil muhitning kontsepsiyasi va xususiyatlari.

Mobil internetning faol ommaviy axborot vositalarining mavjudligi sohasi tarixi o'n yildan ortiq davom etib kelmoqda. Ko'p mutaxassislar mobil texnologiyasidan foydalanishni boshlanishida uni muvaffaqiyatli emas deb baholashgandi: ommaviy axborot vositalariga kirish mumkinmasligi yoki ulardan foydalanish juda cheklanganligi va mobil Internetning arzon emasligini misol tariqasida ko'rsatishgan edi. Biroq, yillar davomida, mobil Internet muhim ijtimoiy xizmat sifatida e'tirof ko'plab davlatlarda hayotimizda ajralmas qismiga aylangan, va muhim o'zgarishlar ro'y berdi.

Shu bilan birga, mobil texnologiyalar kommunikatsiya jarayonini sezilarli darajada tezlashtirdi, bu esa o'z navbatida ommaviy axborot vositalari uchun mutlaqo yangi auditoriyani yaratishga imkon yaratdi. Bu yangi muammo va an'anaviy ommaviy axborot vositalariga ma'lum bir ikkiyuzlamachilik xavfi edi: birinchi navbatda, axborotni iste'mol qilish jarayonida o'quvchi uchun samaradorlik juda muhim va ikkinchidan, foydalanuvchi o'zi to'liq mualliflik va kontent yaratuvchisi bo'ldi.

Dastlab, ma'lumot almashishning tezkor yo'li va fuqarolik jurnalistikasining paydo bo'lishi ehtimol professional jurnalistikaga tahdid sifatida ko'rib chiqildi. Endi ko'plab ommaviy axborot gigantlari mutlaqo boshqacha pozitsiyani egallashdi. Agar biz dushmanlarimizni engishga qodir bo'lmasak, biz ularni potentsial ittifoqchilarimiz qilamiz. Bu internetda o'z siyosatini qayta ko'rib chiqish, ijtimoiy media bilan hamkorlik qilish va mobil ilovalar iste'molchi, uning faol auditoriyasi bilan yanada yaqin hamkorlik qilish uchun yangi imkoniyatga aylandi. Va bu zamonaviy trend emas, balki zamonaviy axborot vositalarining yangi haqiqatidir.

Ba'zi tadqiqotchilar bosma OAV uchun mobillik davri "ikkinchi nafasni olish" ehtimoli mavjudligini ko'rsatdi. Avvalgi tirajlarni qaytarib bo'lmaydi,

shuning uchun ko'p ommaviy axborot vositalarining vazifasi yangi tomoshabinni jalb qilish, hozirgi holatni saqlab qolish va hali ham u bilan aloqada bo'lishdir.

Matbuotni rivojlantirishning yangi bosqichi - smartfon yoki planshetning kichik ekran formatidagi mavjudligi. Ushbu ariza ikki shaklda amalga oshirilishi mumkin: sayt veb-versiyasining mobil versiyasini yaratish yoki rivojlantirish

Mobil qurilmaning muayyan operatsion tizimi uchun mobil ilovalar.

Agar uni amalga oshirish uchun atrof-muhitning imkoniyatlarini tushunsangiz, dasturni yaratish kerak. Ilovalarning afzalliklari orasida Internetga doimiy kirib borish zarurati yo'qligi (dasturni ertalab faollashtirish orqali, foydalanuvchi kun bo'yi internetga ulanmasdan maqolalarni o'qishi mumkin) deb atash mumkin. Shuningdek, ariza shaxsiy ma'lumot to'plamini tuzishga imkon beradi. Bundan tashqari, geoge-targeting imkoniyati sizning joylashuvingizga bog'liq bo'lgan yangiliklarni o'quvchiga taqdim etish imkonini beradi, va reklama beruvchi - reklamaga haq to'lash, faqat kerakli auditoriya qismiga ko'rsatiladi.

Iste'molchiga kontentni tezkor yetkazib berishdan tashqari, mobil texnologiyalar bosma nashrlarni diversifikatsiya qilishga, gazeta yoki jurnal ko'rinishini qayta tiklashga imkon beradi.

Bugungi kunda har uchinchi o'zbek mobil Interneti mavjud, aholisining 40 foizi smartfonga ega va planshetlar tezkor ravishda o'sib bormoqda. Biroq, O'zbekistonning eksklyuziv OAVlari zamonaviy tendentsiyalardan voz kechdi va tomoshabinlar bilan muloqotning yangi yo'nalishlarini o'zlashtirdi.

O'zbekistondagi mobil qurilmalarning yuqori pasayishiga qaramasdan, mobil ilovalar bozori Android, iOS va Windows Phone-ning uchta asosiy platformasida hali ham kam rivojlangan. O'zbekistondan ommaviy axborot vositalarining operatsion tizim bozorlarida vakili deyarli nolga teng deb baholanishi mumkin. Faqat bitta ommaviy axborot vositalari o'zlarining rasmiy murojaatlarini e'lon qildilar.

O'zbekistondagi ommaviy axborot vositalari mobil platformalarni bunday e'tibordan chetda qoldirishlarini tushuntirish uchun mobil ilovalarni ishlab chiqish

jarayoni, imkoniyatlari, afzalliklari va kamchiliklari haqida tushuncha bo'lmasligi mumkin.

Zamonaviy ommaviy axborot vositalari uchun ushbu mavzuning dolzarbligi va ahamiyatiga qaramasdan, bugungi kunda mobil media iloalarini rivojlantirish bo'yicha juda kam tadqiqot mavjud. Mijozlar uchun mobil iloalar bo'yicha tadqiqotlarning alohida amaliy yo'nalishi tufayli asarlarining ko'pchiligi ilmiy va mashhurdir

Bunday ishlar ko'pincha xususiy kompaniyalar, jumladan, ommaviy axborot vositalari bo'lib, bu sohadagi kompaniyalarning umumiy siyosatini shakllantirish uchun ishlatiladi.

Mobil muhit portativ va ko'chma hisoblash uskunalari mavjudligi sohasi hisoblanadi.

Mobil muhitni tashkil etish mobil texnologiyalarni rivojlantirish bilan chambarchas bog'liq bo'lib, ularni hozir ko'rayotgan mobil qurilmalar yaratishga imkon berdi. Ushbu muhitni shakllantirishda ommaviy mobil Internet paydo bo'lishi va uni tezkor tadbiq qilish, ommaga kirib borishi ta'sir ko'rsatdi. Mobil muhitni bevosita aloqa rejimidan axborotni yaratish, shakllantirish va tarqatishda yangi ishtirokchiga aylantirishga ruxsat bergan kishi edi. Va bugungi kunda biz, birinchi navbatda, mobil jurnalistikani faol rivojlantirib, muloqotda shaxsning rolini faollashtirish, uning faol ishtirokchisi bo'lish, boshqalarga ta'sir o'tkazish imkoniyatini ko'rib chiqamiz.

Shu bilan birga, ko'chma muhit ham ma'lumot miqdori va iste'mol darajasining jadal o'sishiga olib keldi. IDC prognozlariga ko'ra, 2011 yildan beri sayyoradagi ma'lumotlarning miqdori har ikki yilda kamida ikki baravar ko'paydi. Bunday keskin sakrash asosan ko'plab mamlakatlarda mobil Internetning mavjudligi bilan bog'liq. Endilikda oddiy foydalanuvchi butun kun va har joyda kontentni ishlab chiqishi va iste'mol qilishi mumkin. Internetga ma'lumot olish uchun ruxsat berilsa, aslida yurish masofasidan, keyin mobil texnologiyalarning

paydo bo'lishi bilan birga barcha ma'lumotlarning foydalanuvchining cho'ntagida bo'ladi.

Mobil muhitning o'zi ham barcha ko'chma qurilmalarni o'z ichiga oladi, lekin rivojlanish bo'yicha mutaxassislar ko'pincha faqat keyingi mobil qurilmalar ro'yxatiga tushadilar: telefonlar, smartfonlar, phallets, PDA'lar, planshetlar, kiyim-kechak qurilmalari (aqlli soatlar, bilaguzuklar) va (kamroq) elektron kitoblar. Bunday torayish ushbu qurilmalar uchun mashhurlik va rivojlanish ustuvorligi bilan bog'liq.

Mobil muhitning xususiyatlari quyidagilarni aniqlash mumkin:

- samaradorligi (davlat rejasida eng yuqori daraja);
- stol qurilmalari bilan taqqoslaganda foydalanuvchining har bir trafikning pastligi;
- Foydalanuvchilarning iste'mol va mazmun yaratishda eng yuqori faolligi;
- bozorda raqobat kamligi;
- Foydalanuvchilarning reklama vositasi reklama uchun eng foydali hisoblanadi, chunki u stol qurilmalarining auditoriyasi bilan taqqoslaganda yanada sodda va faoldir.

Ilova kompyuter dasturi atamasi orqali aniqlanishi mumkin: kompyuterni boshqarish moslamasi tomonidan bajariladigan dasturlarning ketma-ketligi. Bunda, ushbu ketma-ketlik mobil qurilmada (telefon, smartfon, planshet va hokazo) amalga oshirilishini aniqlashtirish kerak.

Mobil ilovani yaratish jarayoni uning rivojlanishini nazarda tutadi, ya'ni. PDA, smartfonlar yoki mobil telefonlar kabi kichik ko'chma qurilmalar uchun ilovalar ishlab chiqilgan jarayon. Ushbu ilovalar ishlab chiqarish vaqtida qurilmada oldindan o'rnatilgan bo'lishi mumkin, foydalanuvchi tomonidan dasturiy ta'minotni tarqatish uchun turli platformalar orqali yuklab olinadi yoki mijoz yoki server tomonida ishlaydigan veb-ilovalar.

Dastur ishlab chiquvchilari o'zlarining dasturlarini sotuvlardagi daromad taqsimotidan daromad olish qobiliyatiga ega ilovalar do'konlarida taqdim etishlari va nashr qilishlari mumkin. Eng taniqli AppStore, faqat tasdiqlangan ilovalarni

tarqatish va iOS qurilmalarida ishga tushirish va Google Play, Android OS qurilmalarida ishlaydigan ilovalar [1].

Mobil telefon orqali xabarlardan foydalanishni ta'minlashga qaratilgan birinchi urinishlar mobil Internetni faol ravishda tarqatish davriga qadar amalga oshirildi. Misol uchun, 2000-yillarning boshlarida Bi-bi-si va El Pafs, ko'p nemis (3) va shved nashrlari [4] kabi rivojlangan mamlakatlarda ko'plab noshirlar SMS va MMS orqali majburiy o'qiydilar. Ko'pgina tadqiqotlar rivojlanayotgan mamlakatlarda paydo bo'lgan mobil xabarlar sohasidagi dinamik o'zgarishlarni, Braziliyada yangiliklarni ogohlantirish xizmatining Braziliyada [2], Xitoyda va bir necha Afrika mamlakatlarida tarqalishini ko'rsatadi. 2002 yilda "Yunnan Daily Press Group" media-xolding kompaniyasi tomonidan tayyorlangan ikkita xitoylik gazeta SMS orqali xabarlar xizmatini ishga tushirdi. Ushbu xizmat yordamida 2005 yil yanvar oyining eng yuqori cho'qqisida 290 ming abonentga xizmat ko'rsatildi.

Biroq, abonentlar soni keskin kamayib bordi va bir yil ichida abonentlar soni 120 mingga tushdi. Bunday yuksalish va inqiroz Xitoyning boshqa ko'plab nashrlar bilan bog'liq bo'lib, buning sababi SMS xizmati inqirozidan kelib chiqdi. Bu davr mobaynida birinchi SMS-viruslar va tijorat spam-maillar paydo bo'lib, faollashdi. Xizmatga bo'lgan ishonch natijasida, SMS tez sur'atda tusha boshladi. Vaqtinchalik hal qilish MMS xizmatiga murojaat qilib, yangi tomoshabinni jalb qildi. Shunday qilib, Yunnan Daily Press Group nashrlari obunani sezilarli darajada oshirdi. Biroq, dunyoning aksariyat mamlakatlarida bu xizmat qimmat va zararli edi [5, p. 187-201].

Uyali aloqa xizmatlarining xuddi shunday inqiroziga javob, boshqalarning yaxshilanishi bo'ldi. Mobil Internetning rivojlanishi foydalanuvchilarning keng doirasi uchun qulayroq bo'ldi va qurilma ishlab chiqaruvchilari telefon bilan bevosita muloqot qilish imkoniyatiga ega bo'lishdi, bu esa sensorli ekran yordamida mobil texnologiyalarni rivojlantirishda ma'lum o'sishga olib keldi.

Sensorli mobil qurilmalarning tezkor tarqalishiga parallel ravishda, kontent ishlab chiqaruvchilar, avvalambor, ommaviy axborot vositalari mobil

platformaning butunlay ta'sirini sezilarli darajada oshirdi. Shunday qilib, "iPhone" ning birinchi avlodi "The New York Times" logotipi orqali e'lon qilindi va nashrning o'zi tomonidan faol targ'ib etildi.

Dastlab, media kabi iPhone uchun Safari brauzer sifatida mobil brauzerlar, ularning mazmuni kirish ta'minlash va faqat keyin shunday deb atalmish xususiy yangiliklar ilovalari ishlab chiqish boshlandi. Dastlabki iOS bozoriga kirish orqali, Apple mobil platformasi aynan birinchi marta dunyodagi ommaviy axborot vositalari ko'p, va faqat 2008 yil sentyabr oyida tijorat Android ishga tushirilganidan so'ng, ko'p noshirlar, asosan turli xil telefon ishlab chiqaruvchilari harakatlari orqali, Google bozorga keldim, masalan, HTC, LG va Samsung. BlackBerry va Symbian platformasi bozorida barcha qimmatini yo'qotgan va endi rivojlantirish uchun mumkin bo'lgan platforma sifatida idrok qilinadi. Uchinchi kuch Apple va Google qarshi, Microsoft Windows Phone mobil operatsion tizimi (dastlab Windows Mobile) [6, 9-10].

Xalqaro axborot marketingi assotsiatsiyasi (INMA) 2012 yil iyun oyida "Mobil axborot strategiyasi strategiyalari paydo bo'lishi" mavzusidagi tadqiqotga asoslangan anik ma'ruza tayyorladi [7].

Hisobotning asosiy g'oyasi Yevropa va Shimoliy Amerikadagi axborot nashriyotining turli vakillarining idroki va harakatlariga o'xshashlik va farqlarni ta'kidlashdan iborat. Ko'pgina respondentlar, mobil qurilmalardan kelgan xabarlarning iste'mol qilish istagan paytda va har qanday joyda tomoshabinlarga kirish uchun qimmatli imkoniyatni taqdim etishini ta'kidlamoqdalar. Mobil qurilmadagi xabarlar axborot iste'mol qilish soatlarini kengaytirishga majbur qiladi va mobil qurilmalardan kelgan xabarlarni iste'mol qilish ish stolidan yangiliklar iste'molini ikki yil mobaynida oshiradi.

Bu ommaviy axborot vositalari ishtirokida va ta'sir doirasini kengaytirish uchun dasturlar ishlab chiqish uchun mobil texnologiyalar va xizmatlar investitsiya ommaviy axborot vositalarining ayrim sabab. Shunday qilib, noshirlar, ular «mobil birinchi» mashhur tamoyilini (birinchi mobil qurilma), ya'ni bir umumiy strategiyasini tashkil qildi rivojlantirish, balki moddaning dizayn nafaqat

tomoshabinlar tanish kompyuterlar keyin uyali tomoshabin aratilgan va qachon. Biroq, muallif ayrim noshirlar Internet rivojlantirish va qurilmalar o'zlari bilan sodir bo'ladi, deb taxmin qilish qiyin, chunki, har ikki tinglovchilar manfaatlarini qondirish uchun yanada moslashuvchan o'rnini olish afzal, deb qayd etadi.

Bunday farqlar ommaviy axborot vositalarining mobil telefonlar uchun yangiliklar nashr etilishiga qarama-qarshi yondashuvlarga asoslangan. Bir tomondan, masalan, "The Guardian" yangiliklar xizmati, odatiy va dolzarb yangiliklar va umumiy yangiliklar kabi odatiy va muhim kontentni nashr etishga aratilgan, San-Fransisko Xronikasi materiallar-fikr va bloglarga ustuvor ahamiyatga ega. chunki mobil foydalanuvchilar kompyuter foydalanuvchisiga qaraganda ancha faol.

Shuningdek, masalan, tor mavzusida axborot tarqatish e'tibor dolzarb ilovalar, ma'lum bir tokcha bor, Nyu-York Times "va saylov ilova (Nyu-York Tayms saylash to'g'risidagi ariza) yoki ariza basketbol jamoasi Chicago Tribune Chikago Bulls [5] va bunday Goteborgs-Posten restoranlar uchun hidoyat va Shvetsiyada Svenska Dagbladet kuni o'yinni Boxes kabi yordamchi xizmatlar. Boshqa tomondan, ba'zi kompaniyalar, masalan, Financial Times, mobil platformasi ham turli kishini, juda shubha bo'lib, ona ilovalar orqali nashrlar chop emas sezmagan. Buning o'rniga, ular "javob" yoki javob veb-dizayn (HTML5), shuningdek, boshqa kompaniyalar (Sanoma, Chicago Tribune va Deseret Yangiliklar) ishlatiladi.

Amerika kompaniyasi Digital First Media kabi boshqa kompaniyalar, o'zlarining strategiyasida mahalliy ilovalar yoki uyg'unlashtirilgan veb-dizaynlarni qo'llashni o'z ichiga olmaydi, biroq ularning hammasini birlashtiradi va yangiliklar bilan shaxsiy xabarnomalarni SMS orqali e'lon qiladi [8]. "Ta'sirchan" veb-dizayn veb-sayt dizayni, mobil qurilmalar, kompyuter, planshet yoki televizor bo'lsin, istalgan ekranda avtomatik ravishda moslashishini anglatadi. Ushbu usulning asosiy mohiyati potensial foydalanuvchilarning har qanday qurilmalarini yo'qotishdan iboratdir. Bunday qarorlar bilan operatsion tizimdagi farq yo'qoladi, shuning uchun o'z kichik ekotizimi yaratiladi va bu kontentni yanada qulay va

boshqariladigan qiladi [9]. Ular Facebook va Twitter kabi ijtimoiy tarmoqlardagi ko'priklar va ijtimoiy media almashinuvlariga nisbatan ko'proq cheklovlariga ega bo'lishlari uchun mahalliy dasturlar uchun bunday yondashuvni ta'kidlaydilar. Bu foydalanuvchi tomonidan faqat trafikni ishlab chiqarish jihatidan kamchilik emas, balki biznes nuqtai nazaridan ham trafikni o'lchash va foydalanuvchini reklama orqali boshqa saytlarga yo'naltirishdir.

Butun dunyo bo'ylab ommaviy axborot vositalari SMS va MMS xabarlarini taqsimlash bilan mobil tomoshabinlarga safar qila boshladilar. Keyingi bosqich bu saytlarning mobil versiyalari edi. Bugungi kunda uyg'unlashtirilgan veb-ilovalar bilan birlashtirilgan yoki hatto ularni bekor qilgan uyali mobil ilovalar sonining keskin oshishi mumkin. Ular nashriyotchilarning kam harakatlari va reklama uchun yaxshi imkoniyatlarga ega o'qishni yoqimli foydalanuvchi tajribasi bilan ta'minlaydi. Shunga qaramasdan, ko'plab ommaviy axborot vositalari hozirda bir nechta mobil platformalarda, xususan mahalliy mobil ilovalarda o'zaro faoliyat muhitining mavjudligining bir qismidir [10].

Natijada, ko'proq ommaviy axborot vositalarining mobil qurilmalar uchun yaratilgan an'anaviy noyob jurnalistik mazmuniga tayanmasligini ta'kidlash kerak. Buning o'rniga, ular jurnalistik mazmunni qayta tashkil etishni avtomatlashtirish mexanizmlaridan foydalanishga moyil bo'lib, yangiliklar o'qish jarayonining funksional yaxshilanishiga, tarkib taqdimotini takomillashtirishga qaratilgan.

2.2. Mobil ilovalarning imkoniyatlari va afzalliklari.

Ommaviy axborot vositalarini rivojlantirish strategiyasini aniqlashda rahbariyat axborotlarni tarqatish uchun kanallarni belgilaydi, ularning maqsadli auditoriyasi joylashgan kanalga harakatlarni jamlashga harakat qiladi. Shu bilan birga, saytning mobil versiyasi va mobil ilova o'rtasida kanalni tanlashda noto'g'ri hisoblarni aniqlash mumkin. Ko'plab yangi loyihalar cheklangan resurslar tufayli dastlabki dastur uchun bitta variantni tanlashi kerak. Biroq, bunday loyihalar tez-tez bu kanalni aniqlay olmaydi yolg'onchi printsiplarga asoslangan: eng arzon variantni tanlashadi.

Dastur muhitida qiziqarli hodisani ta'kidlash kerak: gibril mobil versiyasi va ilovasi. Bunday gibril - bu OSga o'rnatilgan brauzer asosida amalga oshiriladigan va saytning mobil versiyasini ishga tushiradigan, mobil versiyasi bilan cheklangan to'la-to'kis dasturning funksionalligini ta'minlamaydigan dastur. Ushbu hodisa ikkita tarqatish kanalining tomoshabinlariga bir vaqtning o'zida erishish istagi tufayli yuzaga keldi. Shunga qaramay, bu salbiy oqibatlariga olib keladi: birinchi navbatda, bu tasvirga zarar keltiradi.

Ba'zi yirik shved nashrlari mobil ilovani yaratishda asosiy sabab boshqa ommaviy axborot vositalari bilan raqobatlashayotganini ta'kidlashdi. Shvetsiyalik tadqiqotchi Oskar Vaiklundning fikriga ko'ra, ko'pchilik foydalanuvchilar undan foydalanishni istamasalar ham, telefon uchun mahalliy mobil ilovalarga ega bo'lgan ommaviy axborot vositalarini afzal ko'rishadi [10]. Shunday qilib, dastur ayni paytda zamonaviy nashr uchun muhim marketing va imzo tashish hisoblanadi.

Mobil versiya va ilovalar orasidagi farq bu kanallarning funksional imkoniyatlari o'rtasidagi farqni sezilarli darajada farq qiladi. Dastur an'anaviy mobil versiyasi bo'yicha bir qator afzalliklarga ega. Bu bizga ommaviy axborot vositasi strategiyasini yaratishda axborot tarqatishda ushbu kanalni jiddiy ko'rib chiqish zarurligi haqida gapirish imkonini beradi.

MailRuGroup ma'lumotlariga ko'ra, 2013 yil sentyabridan boshlab Runetdagi Internet-saytlarning egalarining faqatgina 5 foizi o'z arizasiga ega, 28 foizi esa mobil versiyani ishlatadi. Saytlarning 67% saytlarini mobil qurilmalar foydalanuvchilariga moslashtirmaslik kerak emas. Shu bilan birga, Internetga tashrif buyuruvchilarning taxminan 30 foizi mobil qurilmadan internetga chiqdi [11].

Mobil Internet davrining boshlanishi va hayotimizga faol kirib kelishi bilan, ko'plab ishlab chiquvchilar qiyin tanlovga duch kelishdi: saytlarning avvalgi mobil versiyalari kompyuterlar yoki saytlar versiyasi bilan birgalikda moslashuvchan va mustaqil ravishda turli ekran o'lchamlariga mos bo'lishi kerak.

Hozirgi vaqtda mahalliy ilovani yaratmasdan saytlarning mobil versiyasini yaratishning 3 asosiy usuli mavjud:

- Saytning alohida mobil versiyasi;
- Adaptiv dizayn;
- RESS (Responsive Design + Server Side).

Ushbu usullarning asosiy farqlari texnik jihatdan amalga oshiriladi, ammo bu har qanday tanlovning o'ziga xosligi va kamchiliklariga ega bo'lishiga imkon beruvchi muhim natijalarga olib keladi.

Saytni uyali telefon foydalanuvchilar uchun qulay qilish istagi asosida tez-tez smartfon yoki planshetli foydalanuvchiga mo'ljallangan saytlarning alohida versiyalari yaratiladi. Mobil foydalanuvchilarni saytning maxsus pastki domeniga yo'naltirishning eng keng tarqalgan amaliyoti. Ko'pchilik mobil versiyasi cheklangan funksiyali asosiy versiyasidir: ishlab chiquvchilar mobil qurilma foydalanuvchilari uchun eng zarur bo'lgan xususiyatlarni tanlashadi. Ushbu parametr juda ko'p ijobiy jihatlarga va juda ko'p kamchiliklarga ega.

Mobil versiyaning afzalliklari orasida o'zgarishlarni amalga oshirishda qulaylik, foydalanuvchi uchun ma'lum qulaylik (dizayn yanada sodda va tushunarli), ish tezligi va to'liq va mobil versiya o'rtasida tanlovni ta'kidlashingiz mumkin [12].

Shunga qaramasdan, ish stoli va mobil versiyalari uchun turli xil manzillar foydalanuvchilar uchun ba'zi bir noqulayliklar keltirib chiqarishi va shuningdek, sayt qidiruvi vositalarini targ'ib qilishda qo'shimcha harakatlar talab etilishini ta'kidlash lozim. Ayrim saytlarning yana bir muhim tanqisligi uning cheklanishi deb hisoblanishi mumkin: alohida mobil sayt yaratish - kontent va funksiyalarning bir qismidan qutilish demakdir. Bundan tashqari, umumiy ma'lumot rasmiga salbiy ta'sir ko'rsatadigan ikki xil kontent to'plami bo'lishi mumkin.

Umuman, saytlarning mobil versiyasini yaratish o'zini oqlaydi. Xususan, yirik loyihalar uchun. Masalan, dunyodagi eng yirik Amazon portali saytning maxsus mobil versiyasidan foydalanadi.

Har qanday mobil versiyadan oldin mobil ilovalarning muhim afzalliklaridan biri, biz birinchi navbatda tezlikni va yuqori ish faoliyatini farqlashimiz mumkin. Qurilmaga ilovani o'rnatish bilan bir qatorda foydalanuvchi algoritmlarni va

dasturning vizual dizayni muayyan elementlarini yuklaydi va ilovaga kirganda har safar tarmoqdan yuklab olinmaydi va dastlab qurilmada bo'ladi. Bu ma'lumotni yuklash tezligining sezilarli darajada ta'sir qiladi. Ushbu effektini mobil versiyani amalga oshirishda, hatto cookie-fayllardan foydalanishni hisobga olgan holda ham amalga oshirish mumkin emas.

Ilovaning keyingi afzalligi - dasturning o'zi. Tuzuvchi sayt odatdagi yoki mobil versiyasiga farq yangi dizayni, amalga oshirish yordam beradi, va shu bilan birga dizayn va platforma, ularning xususiyatlari xususiyatlariga qaratilgan bo'lib, ilovalarni yaratish uchun hisobga Muayyan platforma xususiyatlarini olish shart. Shunday qilib, dastlab dastur interfeysi intuitiv va OS foydalanuvchi uchun tanish bo'ladi. Bu haqiqat, eng muhimi, foydalanuvchi tajriba qaratilgan, dasturga sadoqat darajasini oshirish va yordam beradi.

Ayniqsa, foydalanuvchilar uchun jozibador bo'lib, dasturni oflayn rejimda ishlash qobiliyatidir. Kontentni yuklaydigan qurilma oldin uni foydalanuvchiga va tarmoqqa ulanmasdan qoldirishi mumkin. Misol uchun, foydalanuvchi yo'lda yangiliklar o'qib, axborotni uyda oldindan yuklab olish imkoniyatiga ega bo'ladi.

2.3. Ilovalarni ishlab chiqishning o'ziga xosligi

Yangiliklar ilovalarini tasniflash uchun biz ma'lum bir mezonni oldik. Ushbu kontentni amalga oshirishning asosiy tarkibi va texnologik xususiyatlarini o'rganib chiqqach, biz beshta rasmiy axborot ilovasini aniqladik: oqim ilovalari elektron axborot portallari, ommaviy axborot vositalari va bosma ommaviy axborot vositalarining ilovalari, agregatorlar va UGC-ilovalari. Ushbu bo'limda biz har qanday yangilik ilovasining mazmuni, monetizatsiyasi va rivojlanish xususiyatlarini ko'rib chiqamiz.

Oqimli ilovalar

Oqimli yoki oqimli ilovalar uchun audio va video kontentlari birinchi navbatda xarakterlidir. Va ko'pincha bepul taqdim etiladi.

Shu kabi dasturlarning iste'molchilari televizion kompaniyalar va radiostansiyalardir. Shuni ta'kidlash joizki, bu eng kam qo'llaniladigan dastur

hisoblanadi. Bu, asosan, oqim ilovalarining dasturiy ta'minotni brendlash va monetizatsiya qilish uchun boshqa turlarga nisbatan eng past imkoniyatlarga ega bo'lishiga bog'liq. chunki cheklangan Mobile, ikkinchidan, (LTE hali dunyoning ko'p mamlakatlarda kam uchraydi) va, chunki past tezlikda, birinchidan: bu mobil Internet yuqori sifatli kontentni tomosha qilish uchun har doim ham imkoni bo'lmaydi, deb aslida tufayli ekanligini transport va video va audio katta hajmini ko'rish qiymati foydalanuvchi uchun qimmat bo'ladi.

Shu kabi dasturlarning iste'molchilari televizion kompaniyalar va radiostansiyalardir. Shuni ta'kidlash joizki, bu eng kam qo'llaniladigan dastur hisoblanadi. Bu, asosan, oqim ilovalarining dasturiy ta'minotni brendlash va monetizatsiya qilish uchun boshqa turlarga nisbatan eng past imkoniyatlarga ega bo'lishiga bog'liq. chunki cheklangan Mobile, ikkinchidan, (LTE hali dunyoning ko'p mamlakatlarda kam uchraydi) va, chunki past tezlikda, birinchidan: bu mobil Internet yuqori sifatli kontentni tomosha qilish uchun har doim ham imkoni bo'lmaydi, deb aslida tufayli ekanligini transport va video va audio katta hajmini ko'rish qiymati foydalanuvchi uchun qimmat zavq bo'ladi.

Elektron axborot portali ilovalari

Elektron axborot portali ilovalari, avvalambor, matnli yangiliklar, kengaytirilgan maqolalar, qo'shimcha media-kontentlari, fotosuratlar, video-hisobotlarni taqdim etadi.

Elektron axborot portali ilovalari, avvalambor, matnli yangiliklar, kengaytirilgan maqolalar, qo'shimcha media-kontentlari, fotosuratlar, video-hisobotlarni taqdim etadi.

Axborot portali ilovalarni boshqa turdagi yangilik ilovalariga qaraganda monetizatsiya qilishdagi eng yuqori darajaga ega. Noyob dizayni, interaktivlikning yuqori darajasi va monetizatsiya uchun katta imkoniyatlar yaratish imkoniyati. Bunday arizalarning mazmuni odatda bepul yoki uning alohida qismi bepul.

Axborot portali uchun ilovalar yaratish vaqti va narxi avvalgi turidan bir oz yuqoriroq. Rivojlanishning asosiy vazifasi tarkibning tarkibi va kontseptsiyasini

aniqlashdir. Bunday dasturlarning funktsionalligi ancha kengdir va yakuniy to'siq kontseptsiyaga muvofiq rivojlanish yo'li bilan aniqlanadi.

Bosma nashrlar va ommaviy axborot vositalarining versiyalari

Ammo bosma nashrlar elektron versiyalari pulli kontent bilan ko'pincha pulli - gazeta va jurnallarning elektron versiyalari orqali ma'lum miqdorda alohida raqamlar yoki obunalarni sotish yo'li bilan tarqatiladi. Bunday ilovalardan olingan daromadlar o'zgarib turadi. Masalan, shunga o'xshash ilovalar orasidagi iPad uchun ilovalar qurilmaning texnik xususiyatlari va boshqa platformalar uchun ilovalarga qaraganda texnik jihatdan qulayligi va imkoniyatlari tufayli ancha yaxshi bo'ladi.

Matbuot nashrlarining murojaatlari juda ko'p har xil bo'lishi mumkin. Bunday dasturning birinchi vazifasi - nashrning haqiqiyliги va uslubi. Bu dizayni ishlab chiqishning asosiy muammolarini: bosmaxona va harakatlanish ziddiyatini oshiradi. Nashriyot uslubini saqlab qo'yish kerak, biroq ayni paytda versiyani mobil qurilmaga moslashtirish kerak. Bunday ilovalarni ishlab chiqish ko'p vaqt va xarajatlarni talab qilishi mumkin. Shu bilan birga, arzonroq echim bor: bosma nashr nusxasini elektron shaklda o'tkazish. Bunday yechim katta xarajatlarni talab qilmaydi, bu rivojlanishning boshlang'ichi, lekin umuman foydalanuvchi uchun noyob funktsionallikni ta'minlamaydi va dastur do'konida faqat nominal vakolatga ega.

Yangiliklar yig'uvchilari

Aggregatorlar mobil foydalanuvchilar orasida ommalashgan maxsus ilovalardir [14]. Ular avtomatik ravishda turli manbalardan kontent to'plash va uni qulay lenta qilish imkonini beradi. Bir vaqtning o'zida bitta tarmoqli orqali siz turli xil axborot vositalaridan yangiliklarni to'plashingiz mumkin. Ko'pincha, bu ilovalar eng ko'p kastemizdir, masalan. foydalanuvchi faqat kasetlarda ko'rgan kontentni emas, balki uning tashqi ko'rinishini, taqdimot tartibini va yana ko'p narsalarni sozlashi mumkin [15].

Eng yorqin misollar - Facebook, Surfingbird, Flipboard-dan qog'oz. Afsuski, hozirgi vaqtda Belaruslik aggregatorlar mavjud emas. Biroq, barcha mobil platformalardagi Belaruslik foydalanuvchilar ushbu ilovalardan rasmiy ravishda

almashish sifatida foydalanadilar. Aksariyat agregatorlar ushbu kontentni etkazib berish bo'yicha yakka tartibdagi ommaviy axborot vositalari bilan kelishuv tuzdilar. Aks holda, foydalanuvchining o'zi bu ma'lumotni kompaniyani qo'lda bilmasdan, masalan, RSS-oqim orqali qo'shishingiz mumkin.

Ko'pincha, ushbu ilovalar reklama yoki homiylik mazmuni ko'rinishida pul ishlang. Shu bilan birga, noyob hodisalar ham mavjud: Flipboard juda mashhur dasturda hozirda pulni olish uchun aniq marketing strategiyasi mavjud emas. U mutlaqo bepul tarqatiladi, dasturda reklama va homiylik mazmuni yo'q. "Flipboard" loyihaga sarmoya kiritishni ikki barobar ko'paytirdi, bu pulni investorlarga qaytarmaslikning haqiqiy kafolati.

Sarmoyadorlarning katta moliyaviy "yostiqchasi" Flipboard yaratuvchilariga loyihani rivojlantirishga qaratilgan, monetizatsiya haqida o'ylamaslikka imkon beradi. Shunga qaramay, loyihani yaratuvchisi Mayk Makke qayd etishicha, hozirda ular o'zlarining fikricha, bu yil operatsion tanaffusga erishish imkonini beradigan reklama modelini ishlab chiqishda faol ishtirok etmoqda [16].

III-BOB. DAVRIY NASHRLARGA ONLAYN OBUNANI TASHKIL QILISH MOBIL ILOVASINI ISHLAB CHIQUISH

3.1. Mobil ilovani yaratishning tarkibiy qismlari

Barkamol, muvaffaqiyatli va maqsadga muvofiq dasturni yaratish katta xarajatlarni nafaqat moliyaviy, balki vaqtinchalik va kadrlar bilan ham talab qiladi.

Asta-sekin OAVning, matbuot xizmatlari, bo'limlarning tobora ko'proq rasmiy vakillari O'zbekistonning mobil ilovalari bozoriga kirishmoqda, biroq ularning norasmiy, havaskor dasturlari hali bozorda hukmronlik qilmoqda.

Ko'pincha mijoz iste'molchi, foydalanuvchi manfaati uchun emas, balki o'zi uchun dasturni buyurtma qilish orqali o'z mahsulotini saqlab qolish uchun o'z mahsulotiga bo'lgan talabni tushunmaydi va faqat ushbu mahsulotning narxiga cheklanadi. Ko'p jihatdan bu, Belarusning mobil ilovalari bozorining ayrim hududlarida durgunlashmaya sabab bo'ladi. Biroq, bu borada to'g'ridan-to'g'ri rivojlanish muammolari ham muhim.

Avvalo, sizning mahsulotingiz uchun dasturning ahamiyatliligi yoki ixtiyoriyligi haqida zaif tushunish kerak. Shu sababli, ko'pincha foydalanuvchilarga ma'lumotni boshqa turdagi etkazib berishga nisbatan talabnomalarning afzalliklariga to'liq e'tibor berilmaydi. Biz ko'rib chiqqan dasturlarning aksariyat misolida bunday vaziyatni kuzatdik. Ularning orasida saytning mobil versiyasida emas, balki foydalanuvchining dasturda birinchi o'rinda turgan ilovalarni shaxsiylashtirmasligining deyarli to'liqligi qayd etilishi mumkin. Xaridor o'z ilovasiga maxsus funksiyalarni qo'shishni mo'ljallamasa, saytning mobil versiyasini cheklash yaxshiroqdir.

Dasturning kontseptsiyasini yaratishda, ishlab chiquvchilar va mijozlar ba'zan juda ko'p miqdorda investitsiyalarni amalga oshirishga harakat qiladilar, ammo foydalanuvchining uyda yoki ofisda katta ekranli shaxsiy kompyuterga ega emasligini, ammo kichik o'lchamdagi mobil qurilmani va, ehtimol, uyda yoki ishlashda transportda ishlatiladi. Shu sababli, ishlab chiqaruvchi va mijoz kompyuter va mobil qurilmani ajrata olmasa, ergonomik muammolar paydo bo'ladi.

Keyingi muammo - mobil ilovalarni ishlab chiqish. Ushbu muammolarning aksariyati ushbu yo'nalishning o'ziga xos xususiyatlarini tushunmasligidan kelib chiqadi. Shunday qilib, biz bandlik interfeysini oldindan qayd etdik. Ushbu ro'yxatda, shuningdek, intuitiv bo'lmagan va "dasturchisidan dizayn" ni yaratishingiz mumkin. Ba'zi ilovalar misolida biz ularning kichik bir qismini turli xususiyatlarga ega qurilmalarga moslashtirilmagan adaptiv dizaynga ega ekanligimizni ko'rdik.

Python xususiyatlari

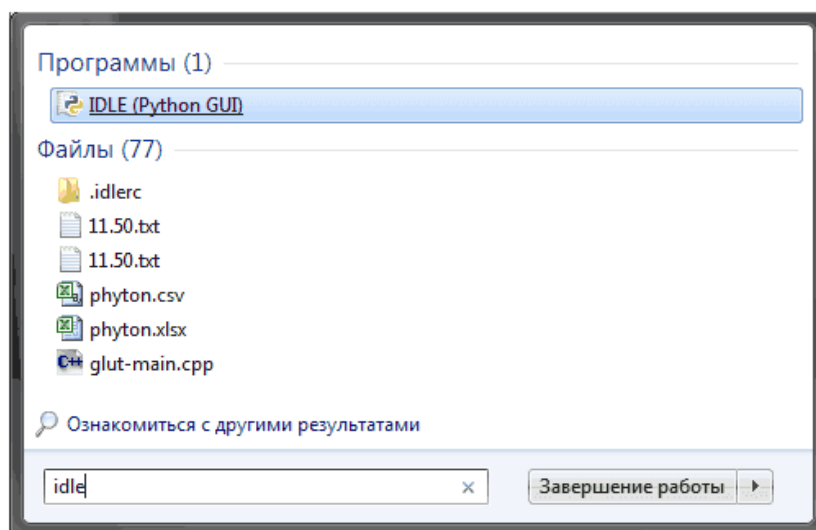
Python quyidagilarni ishlarni qila oladi:

- XML / html fayllari bilan ishlash
- Http so'rovlari bilan ishlash
- GUI (grafik interfeys)
- Veb-skriptlarni yaratish
- FTP bilan ishlash
- Tasvirlar, audio va video fayllar bilan ishlash
- Robotlar
- Matematik va ilmiy hisob-kitoblarni dasturlash va h.k.

Shunday qilib, Python kunlik vazifalarning sherning ulushini, masalan, zaxira, elektron pochtani o'qish yoki o'yinchoqning bir turini hal qilish uchun javob beradi. Python dasturlash tili deyarli cheksizdir, shuning uchun u yirik loyihalarda ham qo'llanilishi mumkin. Misol uchun, python Google va Yandeks kabi IT gigantlari tomonidan jadal foydalanilmoqda. Bundan tashqari, pythonning oddiyligi va ko'p qirraliligi uni eng yaxshi dasturlash tillaridan biriga aylantiradi.

Pythonni yuklab olib, o'rnatgandan so'ng, IDLE (tarqatish bilan birga kelgan Python ishlab chiqish muhiti) ni oching.

Windows OSda misollar keltiramiz



IDLE dasturini ishga tushirish (dastlab interaktiv rejimda ishga tushirilgan), undan keyin birinchi dasturni yozishni boshlashingiz mumkin. An'anaga ko'ra birinchi dasturimiz "salom dunyosi" dir.

Pythonda "salom dunyosi" ni yozish uchun birgina yo'nalish etarli:

```
print("Hello world!")
```

Ushbu kodni IDLE-ga kiriting va Enter tugmasini bosing. Natija rasmda ko'rinadi:



Interaktiv rejimda biz bir-birimizni bilib olishimiz kerak, masalan, yozib olishingiz mumkin

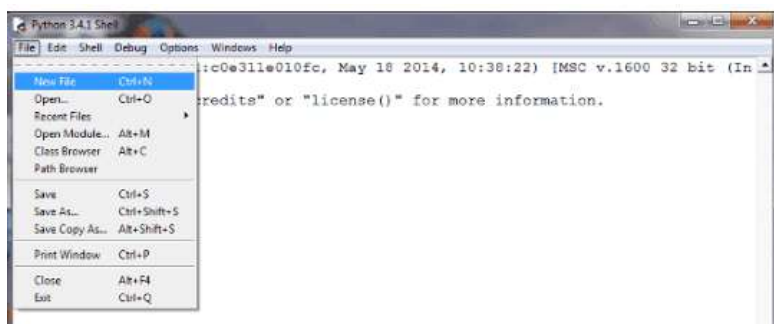
```
print(3 + 4)

print(3 * 5)

print(3 ** 2)
```

Biroq, interaktiv usul asosiy bo'lmaydi. Asosan, dastur kodini faylga saqlaysiz va faylni allaqachon ishga tushirasiz.

Yangi oyna yaratish uchun interfaol IDLE rejimida Fayl → Yangi fayl (yoki Ctrl + N tugmalarini bosing) -ni tanlang.



3.2. Davriy nashrlarga onlayn obuna bo'lishning mobil ilovasini ishlab chiqish

IOS uchun yig'ish faqat Mac OS X ostida (Apple litsenziya shartnomasi shartlariga muvofiq) amalga oshirilishi mumkin, Windows ostida iOS uchun qurishni ishga tushirishning usuli yo'q.

Yaratilayotgan mobil ilovamiz quyidagi vazivalarni bajarishi kerak:

- davriy nashrning ro'yxatini ko'rib chiqishi;
- davriy nashrning ro'yxatini guruh ro'yxatlarida ko'rib chiqishi;
- yangi ma'lumot kiritishi;
- obuna bo'lishi;
- yangiliklarni kiritishi;
- obuna natijalarini monitoring qilishi;

Mobil ilovaning asosiy oynasida 4 ta bo'lim joylashadi:

- davriy nashrning ro'yxati
- obuna bo'lish
- monitoring
- yangiliklar



3.2.1-rasm. Mobil ilovaning asosiy oynasi.

Davriy nashr haqida ma'lumot qo'shish

YANGI TALABA QO'SHISH



menyusini tanlaymiz. Unda davriy nashr haqida asosiy ma'lumotlarni kiritish uchun quyidagi oyna ochiladi:

- Ism (имя студента);
- Familiya (фамилия студента);
- Tug'ilgan sanasi (год рождения студента);
- Yo'nalish (направление);
- Kursi (курс);

Bitiruvchilar Portfoliosi

Yangi talabani qo'shish uchun quyidagilarni to'ldiring

Ism

Familiya

Tug'ilgan sanasi

Yo'nalish

BMI mavzusi

BMI rahbar F.I.SH

Hozirgi ish joyi

MA'LUMOTLARNI QO'SHISH

3.2.2-rasm. Davriy nashr haqida ma'lumotlarni kiritish oynasi

Tegishli bo'limlarni to'ldirib, talaba haqidagi ma'lumotni kiriting. Ma'lumotlar bazasida saqlanadi. Ma'lumotlarni ko'rish uchun

TALABALAR RO'YXATINI KO'RISH



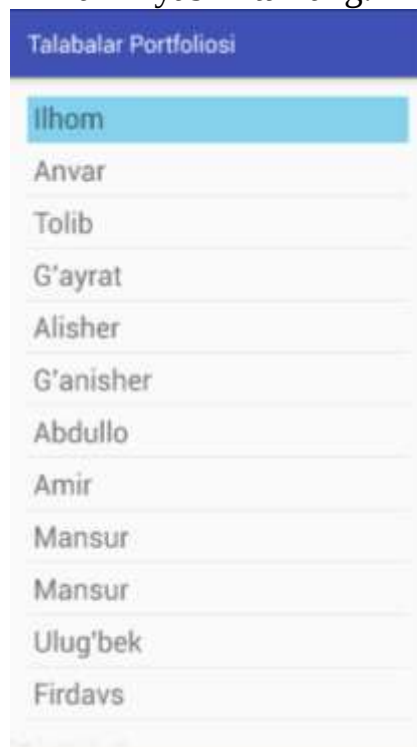
bo'limni tanlang. Ushbu

bo'limni tanlaganingizda, talabalar ro'yxati ochiladi.

Talabalar Portfoliosi
Tolib
G'ayrat
Alisher
G'anisher
Abdullo
Amir
Mansur
Mansur
Ulug'bek
Firdavs
Yulduz
Farangiz

3.2.3-rasm. Davriy nashr ro'yxati oynasi

Ro'yxatdagi talaba haqida ma'lumotni ko'rish uchun kerak bo'lgan talabaning familiyasini tanlang.



3.2.4-rasm. Davriy nashrni tanlash oynasi

Istagan Davriy nashrning nomini bosing va talaba haqida ma'lumotni ko'ring.



3.2.5-rasm. Obuna haqida axborot oynasi.

Xulosa

Har qanday nashr uchun ommaviy axborot vositalarining mobil sohadagi faoliyati muhim ahamiyat kasb etdi. Dunyo Internet-trafikining yarmi mobil qurilmalarga to'g'ri keladi. Bu raqamlar o'sishda davom etmoqda. Tomoshabinlar talablarini e'tiborsiz qoldiring - nashriyot mahsulotlari potensial iste'molchilarining katta foizini yo'qotish dasturini ishlab chiqish. Shuning uchun, bir qancha nashriyot "mobil birinchi" deb nomlangan rivojlanish strategiyasini e'lon qildi, ya'ni. auditoriya mobil qurilmalari va undan keyin ish stoli ehtiyojlarini birinchi o'ringa qo'yish. Bu mobil qurilmalar uchun moslashtirilgan saytlarni yaratishda yoki mobil ilovani yaratishda ifodalanadi.

Mazmun-analitik tadqiqotlar, o'zbek OAVlarining tanlangan ilovalarini tahlil qilish, shuningdek ekspertlar intervyusi O'zbekiston bozoridagi zamonaviy mobil dasturiy ta'minot bozorining asosiy tavsiflari, tendentsiyalari va muammolarini aniqlashga imkon berdi:

- Arizalarning katta qismi respublika markaziga ega, xususiy kapitalga tegishli;
- davlat ommaviy axborot vositalari mobil ilovalar bozorini va umuman olganda mobil auditoriyani butunlay e'tiborsiz qoldiradi;
- segmentidagi mobil axborot dasturlarining aksariyati elektron axborot portali;
- yuqori darajadagi oqimli dasturlar;
- ilovalarni yangilash tezligi Belarus bozorida salbiy hodisa deb hisoblanishi mumkin: dasturlarning 58 foizi e'lon qilingan vaqtdan boshlab yangilanishlarni olmagan;
- Yangiliklari ilovalar 70% dasturlar va ilova eng foydalanuvchilarga kam qiziqish uchun aniq marketing strategiyasi yo'qligini ko'rsatib, hech Tijoriy bor.
- monetizatsiya vositasi sifatida bozorda faqat mobil reklamadan foydalanishning 10%. Belarus bozorining bu yorqin xususiyati bir qator jahon tendentsiyalari va haqiqatlaridan tashqarida emas;
- mobil xabar dasturlarining faqat to'rtidan biri o'z foydalanuvchilariga

xususiylashtirish uchun asosiy funktsional imkoniyatlarni taqdim etadi. Shu asosda, ular mobil versiyasiga nisbatan har qanday foyda bilan ta'minlash emas, chunki ariza qolgan tashkil etish, amaliy bo'ladi va resurslar, nashrlar chiqindi sifatida da'vo qilishi mumkin, deb ta'kidlash joizki;

- Dasturlarning yarmidan ko'pi saytning mobil versiyasiga yaqin. Bunday trend eski dizayn meros ilovalar, shuningdek Saytning mobil versiyasiga andozalari takrorlanishi Belarus bozorining salbiy xususiyatni aks ettiradi;

- Ba'zi ilovalar to'liq gibrididir: ilovadagi ichki brauzerdan foydalanib va foydalanuvchini saytning mobil versiyasiga qayta yo'naltirish;

- marketing sohasida savodxonlik darajasi kamligi va arizaning dolzarbligi yoki ixtiyoriyligi haqida umumiy g'oyalar;

- dasturlarining aksariyati foydalanuvchilarga ilovalarni shaxsiylashtirishga ruxsat bermaydi;

- ommaviy axborot vositalarining aksariyati o'z strategiyalarini mobil auditoriyaga yo'naltirishga intilmayapti;

- mutaxassislar uchun foydalanuvchi tajribasini o'rganish uchun mutaxassislarni jalb qilish odatiy emas;

- segmentidagi aksariyat dasturlar monetizatsiya qilinmaydi;

- dizayn mutaxassislari muammolar orasida OS dizayni, faqat portret ekran yo'nalishini rivojlantirish va dasturning tomoshabinlar uchun maqsadda tushunish yo'qligi xususiyatlarini pisand, muammolar ergonomikasi aniqlash.

Tadqiqot rivojlanish va marketingning asosiy tendentsiyalari, xususiyatlari, xususiyatlarini ochib beradi. Ommaviy axborot vositalarining mobil ilovalari bozori asosiy muammolari aniqlandi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўхрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони (Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 йил, 6-сон, 70-модда).
2. Вопросы и ответы по Java J2ME [Электронный ресурс]. URL: <http://www.java2phone.ru/faq.php> (дата обращения 23.01.2012).
3. Кроссплатформенная разработка на мобильных устройствах [Электронный ресурс]. URL:<http://habrahabr.ru/blogs/mobiledev/106629/> (дата обращения 23.01.2012).
4. Курс лекций «Техника безопасности при работе на компьютере».
5. Обзор Java 2 Micro Edition [Электронный ресурс]. URL: <http://forum.antichat.ru/thread198161.html%20> (дата обращения 28.01.2012).
6. Онлайн-конвертер HTML5-приложений под Android/iOS [Электронный ресурс]. URL:<http://habrahabr.ru/blogs/mobiledev/129630/> (дата обращения 23.01.2012).
7. Программирование под Symbian OS: Начало [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rsdn.ru/article/pda/symbian.xml> (дата обращения 23.01.2012).
8. Разработки приложений на Qt [Электронный ресурс]. URL: <http://live.xakep.ru/blog/smart/1050.html> (дата обращения 23.01.2012).
9. Разработка под Windows Phone: Часть 1: Инструментарий разработки, шаблоны и первое приложение [Электронный ресурс]. URL: http://msdn.microsoft.com/ru-ru/windowsphone/hh420941#mark_1 (дата обращения 23.01.2012).
10. Разработка под Apple iOS [Электронный ресурс]. URL: <http://habrahabr.ru/blogs/macosexdev/86597/> (дата обращения 23.01.2012).
11. Разрабатывайте приложения для Windows Phone Mango на HTML5 и JavaScript [Электронный ресурс]. URL: <http://habrahabr.ru/company/microsoft/blog/128073/> (дата обращения 23.01.2012).

12. Разработка мобильных приложений на PhoneGap и jQuery Mobile [Электронный ресурс]. URL:<http://habrahabr.ru/blogs/webdev/118059/> (дата обращения 23.01.2012).

13. Supported Features [Электронный ресурс]. URL: <http://phonegap.com/about/features> (дата обращения 23.01.2012).

14. Хомоненко А.Д. Основы современных компьютерных технологий. - СПб.: Корона-принт, 2004.

15. Башмаков А.И., Башмаков И.А. Разработка компьютерных учебников и обучающих систем. М.: Филинь, 2003. 616 с.

16. Бовт И. Обзор средств быстрой разработки мультимедийных курсов [Электронный ресурс] // eLearning World. 2007. № 2-3. URL: <http://www.elw.ru/magazine/23/>

17. Соловов А.В. Электронное обучение: проблематика, дидактика, технология. Самара: Новая техника, 2006. 464 с.

18. Маминов С. Learning Content Development System. URL: <http://nixika.ru/learning-content-development-system> // Технический блог Сергея Мамина. (Дата обращения - 04.05.09).