

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI AXBOROT TEXNOLOGIYALARI VA
KOMMUNIKATSIYALARINI RIVOJLANTIRISH VAZIRLIGI**

**MUHAMMAD AL-XORAZMIY NOMIDAGI TOSHKENT AXBOROT
TEXNOLOGIYALARI UNIVERSITETI
NUKUS FILIALI**

Axborot texnologiyalari kafedrası

Kompyuter injiniringi (Kompyuter injiniringi) yo'nalishi

Himoyaga ruhsat etildi

Kafedra mudiri

Aytmuratov B. I.

2017 y. «___» _____

**Xujjatlarni onlayn rejimida paralel yaratish imkoniyatlaridan
foydalanish**
mavzusida

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

Bitiruvchi : _____ Najimaddinov N.

Rahbar: _____ Qutlimuratov Yu.

	MUNDARIJA	
	Kirish	5
I.Bob.	Internet tarmoqi imkoniyatlaridan foydalanish texnologiyalari	7
§1.1.	Internet tarmog‘i va uning ahamiyati	11
§1.2.	Elektron pochta xizmati va uning imkoniyatlari	21
§1.3.	Internet axborot qidiruv tizimlaridan foydalanish imkoniyatlari	
II.Bob.	Onlayn rejimida ma’lumotlarni paralel kayta ishlashning imkoniyatlaridan foydalanish	27
§2.1.	Onlayn rejimida guruhlarining birga ishlashning rivojlanishi xolatlari	27
§2.2.	Guruhlarining onlayn rejimida birga ishlashning uslublari	32
§2.3.	Google qidiruv tizimidagi online rejimi imkoniyatlaridan foydalanish	36
	Xulosa	45
	Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati	46
	Ilova	

Kirish

Utkan 20 asr yillari davomida Internetdan axborotlarni, er yuzida sodir bo'lgan o'zgarishlarni, ilmiy-tadqiqot masalalari uchun xar-xil turdagi ma'lumotlarni yig'ish vositasi sifatida foydalanilar edi. Internetdan foydalanishda birinchi navbatda aloqa va ommaviy axborot vositalaridan, ilmiy tadqiqot, marketing va keyinchalik barcha yo'nalishlarda qo'llanish ommabob masalalarga aylandi. Internetda ma'lumotlarni yig'ish usuli nazariyasining asosiy yo'nalishlari, ilmiy tadqiqot amaliyotininng biriga aylandi. Bu tarmoq muhitida dastlabki o'rganishlar sifatida madaniy nuqtai nazardan rivojlangan va kullanilgan usullari "real hayot"ni urganish uchun ilmiy tadqiqotlar olib borishda foydalanilgan. Ammo, veb-auditoriyasini tahlil qilish uchun sifatli yondashuvdan foydalanish, uslubiy, falsafiy va jiddiy baholashga olib kelishi davom etmoqda. "An'anaviy" kuzatish, intervyu, fokus guruhlar va savolnomalar kabi ma'lumotlarni yig'ish usullari, bu yangi ijtimoiy guruhlar ilmiy-tadqiqotlar uchun material olish imkonini beradi, lekin muvaffaqiyatga erishish turli darajali bulishi kutilmokda. Ushbu bitiruv malakaviy ishida internetda biz xujjatlar ustida guruhlar bilan ishlash usullaridan foydalanish imkoniyatlarini kurib chikamiz.

Bitiruv malakaviy ishi kirish, ikki bob, turtta paragraf, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ruyhati va ilovadan tashkil topgan.

Kirishda tanlangan mavzu dolzarbligi isbotlangan hamda bitiruv malakaviy ishining maqsadi va qo'yilgan maqsadga erishish uchun asosiy masalalar berilgan, ishning tarkibi yoritilgan.

Ishning birinchi paragrafida internet tarmoqi imkoniyatlaridan foydalanish texnologiyalari va uning axamiyatlari keltirilgan.

Ishning ikkinchi paragrafida elektron pochta xizmati va uning imkoniyatlari xakida aloxida batafsil keltirilib utilgan.

Ikkinchi bobning birinchi paragrafida internet axborot qidiruv tizimlaridan foydalanish imkoniyatlari, internet qidiruv tizimlari tarmog'idagi foydalanuvchilar o'ziga xos bo'lgan biror ma'lumot yoki materialni maxsus qidiruv tizimlari orqali topish imkoniyatlari usullarini qo'llash masalalari kurib chiqilgan.

Ikkinchi bobning ikkinchi paragrafida Google qidiruv tizimidagi online holati imkoniyatlaridan foydalanishda barcha xizmatlaridan foydalanish maqsadida akkaunt online holati uchun aniq amaliy misol keltirilgan.

Xulosa qismida bitiruv malakaviy ishida asosiy qilingan ishlarning natijalari yoritilgan.

Adabiyotlarning ruyhatida malakaviy bitiruv ishini bajarishda foydalangan adabiyotlar keltirilgan.

.

I.Bob. Internet tarmoqi imkoniyatlaridan foydalanish texnologiyalari.

§1.1. Internet tarmog‘i va uning ahamiyati

Internet tushunchasi. Internet bu yagona standart asosida faoliyat ko‘rsatuvchi jahon global kompyuter tarmog‘idir. Uning nomi ikki xil talqin qilinadi, ya’ni “International Network” – xalqaro tarmoq va “Interconnected networks” «tarmoqlararo» degan ma’noni anglatadi. U mahalliy (lokal) kompyuter tarmoqlarni birlashtiruvchi axborot tizimi bo‘lib, o‘zining alohida axborot maydoniga ega bo‘lgan virtual to‘plamdan tashkil topadi.

Internet tarmoqg‘i, unga ulangan barcha kompyuterlarning o‘zaro ma’lumotlar almashish imkoniyatini yaratib beradi. Internet tarmog‘ining har bir mijosi o‘zining kompyuteri shaxsiy kompyuteri orqali boshqa shahar yoki mamlakatga axborot uzatishi mumkin. Masalan, Vashingtondagi Kongress kutubxonasi katalogini ko‘rib chiqish, Nyu-Yorkdagi Metropoliten muzeyining oxirgi ko‘rgazmasiga qo‘yilgan suratlar bilan tanishish, xalqaro anjumanlarda ishtirok etish, bank muomalalarini amalga oshirishi va hatto boshqa mamlakatlarda istiqomat qiluvchi Internet tarmog‘i mijozlari bilan shaxmat o‘ynash mumkin.

Global tarmoq tushunchasi. Internet tarmog‘ining asosiy yacheykalari (qismlari) bu shaxsiy kompyuterlar va ularni o‘zaro bog‘lovchi lokal tarmoqlardir. Internet tarmog‘i – bu global tarmoq vakili hisoblanadi.

Internet alohida kompyuterlar o‘rtasida aloqa o‘rnatibgina qolmay, balki kompyuterlar guruhini o‘zaro birlashtirish imkonini ham beradi. Agar bironbir mahalliy tarmoq bevosita internetga ulangan bo‘lsa, u holda mazkur tarmoqning har bir ishchi stansiyasi (kompyuteri) xizmatlaridan Internet foydalanish mumkin. SHuningdek, Internet tarmog‘iga mustaqil ravishda ulangan kompyuterlar ham mavjud bo‘lib, ularni xost kompyuterlar (host – asosiy hisoblash mashinasi) deb atashadi. Tarmoqqa ulangan har bir kompyuter o‘z manziliga ega va u yordamida dunyoning istalgan nuqtasidagi istalgan foydalanuvchi bilan muloqot qila olishi mumkin.

Internet tarmog'ining tuzilishi. Internet o'z - o'zini shakllantiruvchi va boshqaruvchi murakkab tizim bo'lib, asosan uchta tarkibiy qismdan tashkil topgan:

- texnik;
- dasturiy;
- axborot.

Internet tarmog'ining texnik ta'minoti har xil turdagi kompyuterlar, aloqa kanallari (telefon, sun'iy yo'ldosh, shisha tolali va boshqa turdagi tarmoq kanallari) hamda tarmoqning texnik vositalari majmuidan tashkil topgan.

Internet tarmog'ining ta'minoti dasturiy ta'minoti (tarkibiy qismi) tarmoqqa ulangan xilma-xil kompyuterlar va tarmoq yagona vositalarini standart asosida (yagona tilda) ishlashni ta'minlovchi dasturlar.

Internet tarmog'ining axborot ta'minoti Internet tarmog'ida bo'lgan mavjud turli elektron hujjatlar, grafik rasm, audio yozuv, video tasvir, veb-sayt va hokazo ko'rinishdagi axborotlar majmuasidan tashkil topgan.

Internetning ikkita asosiy vazifasi bo'lib, buning birinchisi axborot makoni bo'lsa, ikkinchisi esa kommunikatsion vositasidir.

Internetga bog'lanish. Internet tarmog'iga ulanish ajratilgan aloqa kanali (optik tola, sun'iy yo'ldosh aloqasi, radiokanal, ajratilgan kommutatsiyalanmaydigan telefon liniyasi) doimiy bo'yicha ulanish, shuningdek kommutatsiyalanadigan, ya'ni uzib-ulanadigan ulanish (Dial-up access, Dial-up) ko'rinishida amalga oshiriladi.

Telefon liniyasi orqali internetga ulanish. Internet tarmog'iga oddiy telefon tarmoqlari orqali standart modem qurilmalari yordamida ulanish mumkin. Telefon liniyasi orqali Internetga ulanishda modem qurilmasidan tashqari maxsus dasturdan (protokol) ham foydalaniladi. Bunda ushbu dastur yordamida Internetga ulanganda telefon liniyasi band qilinadi, seans tugatgandan so'ng telefon tarmog'i bo'shatiladi va unda boshqa foydalanuvchi foydalaniishi mumkin. Internetga ulanishni amalga oshiruvchi dasturning yutug'i shundaki, ular Internetga to'g'ridan to'g'ri ulanishga imkon beradi.

Telefon liniyasi orqali «CHaqiruv» Internetga bo'yicha bog'lanish Internet xizmatlarini taqdim etuvchi provayder bilan mijoz o'rtasida amalga oshiriladi. Bunda foydalanuvchi mantiqiy nom (login) va maxfiy belgi (parol) yordamida Internetga to'g'ridan-to'g'ri ulanadi.

O'zbekiston Respublikasidagi Internet tarmog'ining rivojlanishi. Respublikamizda milliy Internet-segmentini rivojlantirish bo'yicha ishlar O'zR Vazirlar Mahkamasining "Kompyuterlashtirishni yanada rivojlantirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish chora-tadbirlari to'g'risida" 2002 yil 6 iyundagi 200-son qarori bilan tasdiqlangan "2002-2010 yillarda kompyuterlashtirish va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini rivojlantirish dasturi"ga asosan amalga oshirilmoqda.

Respublika telekommunikatsiya tizimlarini modernizatsiya qilish va rivojlantirish bo'yicha loyihalarni amalga oshirish natijasida mamlakatimiz aholisining keng qatlamlari uchun Internet xizmatlaridan foydalanish borgan-sari engil bo'lib bormoqda. Hozirgi vaqtda respublikamizda Internet foydalanuvchilarining umumiy soni 7,3 mln. kishidan ortdi, shundan 3,5 mln. kishi, ya'ni 1000ta fuqarodan 111tasi aloqa liniyalari orqali Internetga shaxsiy kompyuterlari orqali ulanadi. Mobil Internet foydalanuvchilarining soni esa hozirgi kunda 3,8 mln. kishini tashkil etadi.

Respublikamizda AKTni rivojlantirishga bo'lgan katta e'tibor tufayli Internet tarmog'ida milliy resurslar soni yildan yilga ortmoqdan. Hozirgi kunda respublikada .UZ domen zonasida ikkinchi darajali domen nomlarini ro'yxatga olish bo'yicha 7 ta registratorlar faoliyat ko'rsatadi: Tomas, Billur.com, Arsenal-D, Sarkor Telecom, VSS, TV-Inform va Simus.

Milliy axborot resurslarini rivojlantirish bo'yicha Hukumat qarorlari va chora-tadbirlar rejasini amalga oshirish natijasida .UZ Milliy domen zonasidagi domen nomlarining soni yildan-yilga ortmoqda. Jumladan, 01.01.2011y. holatiga .UZ Milliy domen zonasidagi domen nomlarining soni 11088 tani tashkil etdi, yil boshiga nisbatan bo'lgan o'sish 16%ni tashkil etdi.

Ma'lumotlarni uzatish, jumladan, Internet tarmog'iga ulash xizmatlarni taqdim etuvchi xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning soni bugungi kunda 982tani tashkil etadi, jamoa foydalanish punktlarining umumiy soni esa 1025taga etdi.

Provayder va operatorlarning aksariyat qismi Toshkent shahrida joylashganligiga qaramay, respublikamizning boshqa hududlari, ayniqsa Samarqand va Buxoro viloyatlarida ham provayder va operatorlar sonining barqaror o'sishi kuzatilmoqda.

Internet tarmog'i vazifasi va undan foydalanish maqsadlari. Internet tarog'inig vazifasi internet tarmog'i abonetlariga veb-hujjatlarni o'qish, elektron pochta, fayl uzatish va qabul qilish, muloqotda bo'lish, tarmoqda hujjatlarni saqlash va ular bilan ishlash xizmatini ko'rsatish. Internet tarmog'idan axborotlarni almashish, masofaviy ta'lim olish, konferensiyalar o'tkazish, veb-saytlarni tashkil etish, elektron pochtani joriy qilish, muloqot o'rnatish va shu kabi maqsadlarida foydalaniladi.

§1.2. Elektron pochta xizmati va uning imkoniyatlari

Brauzer, sharhlovchi (ko'zatib boruvchi), navigator (ingliz tilidan browser – kitob varaqllovchi inson ma'nosini anglatadi) – ob'ektlarning, masalan veb sahifalarning vizuallashtirilishini ko'rish uchun mo'ljallangan dasturdir. Bugungi kunda juda ko'p miqdorda brauzerlar mavjud bo'lib, ular ixtiyoriy platformalar(amaliyot tizimlar) uchun yozilganidir. Boshqacha qilib aytganda, Veb-sharhlovchi yoki braúzer — bu veb-saytlarni ko'rish, ya'ni veb sahifalarni qayta ishlash, chiqarish, bir sahifadan boshqasiga o'tish maqsadida ularni «O'rgimchak to'ridan» so'rov qilish uchun mo'ljallangan dasturiy ta'minotdir. Ko'pgina brauzerlar FTP-serverlarning mundarijalarini ko'rish xususiyatiga egadir. Brauzerlar «Butun dunyo o'rgimchak to'ri» paydo bo'lgandan buyon rivojlana borib, uning o'sishi natijasida shaxsiy kompyuter uchun muhim dasturga aylangan. Hozirda brauzer — veb-sahifalarining turli tashkil qiluvchilarini qayta ishlash va chiqarish hamda veb-saytlar va ularga tashrif buyuruvchilar o'rtasida interfeysni yaratib beruvchi kompleks ilova hisoblanadi. Amaliy jixatdan barcha ommabop brauzerlar tekinga yoki boshqa ilovalarga qo'shib tarqatiladi, masalan: Internet Explorer (Windows ning qismi sifatida), Mozilla Firefox (erkin dasturiy ta'minot), Opera (8.50 versiyasidan boshlab tekin), Safari (Mac OS ning qismi sifatida).

Birinchi keng tarqalgan grafik interfeysli brauzer bo'lib NCSA Mosaic hisoblangan, so'ngra uzoq vaqtgacha Netscape Navigator bozorni tark etmagan. 1995 yilda Microsoft kompaniyasi Internet Explorer 3.0 ni o'z ichiga olgan Windows 95 AT ni ishlab chiqardi. Bu esa «brauzerlar urushi» boshlanishiga asos bo'ldi. Natijada Netscape talofatga uchradi, Internet Explorer esa bozorning 95 foizdan ortig'ini egalladi. Talofatga uchrayotgan Netscape esa MPL (Mozilla Public License) erkin litsenziyasida o'z brauzerining dastlabki kodini chiqardi va uning asosida yangi Mozilla va Mozilla Firefox brauzerlari yaratildi hamda sekin-asta ommabop bo'la bordi. 2005 yilda Opera brauzeri ham tekinga tarqatila boshlandi.

Agar kurashda asosiy usul bo'lib brauzerlarga spetsifik va nostandart imkoniyatlarni qo'shish bo'lmaganda, brauzerlar orasidagi urush

korporatsiyalarning tijorat ishlari bo‘libgina hisoblanar edi. Ko‘p tafovutlar hujjatlarga interaktivlikni beruvchi ssenariy tili hisoblangan Javascript ni qo‘llashda yuzaga keldi. Natijada ko‘p hujjatlar aniq bir brauzer uchun optimallashtirib, boshqalarda umuman o‘qilmadi.

WWW-Konsorsium ko‘pgina puxta ishlangan standartlarni qabul qiladi (HTML, Javascript, CSS larning turli laxjalari va boshqalar), lekin bu standartlarga amal qilish butunlay brauzer ishlab chiqaruvchilariga yuklatildi. Oxirgi yillarda standartlarni qo‘llash darajasi ancha o‘tdi va zamonaviy brauzerlardan faqat Internet Explorer (2001 yilda chiqqan oltinchi laxjasi) standartlarga rioya qilishda muhim kamchiliklarga egadir (2006 yil 18 oktyabrda chiqqan ettinchi laxjasini standartlarga mos kelishi to‘liq tekshirilmagan).

Windows (Microsoft) oilasidagi amaliyot tizimlarining lokallashtirilgan laxjalarida brauzerlar shunchaki *sharhlovchilar*, *tarmoq sharhlovchilari* yoki *veb-sharhlovchilar* deb nomlanadi.

An’anaviy pochta xizmati. An’anaviy pochta xizmati bizga ma’lum bo‘lgan va har bir shahar va markazlarda joylashgan pochta aloqasi korxonalari orqali amalga oshiriladi. Bunda jo‘natilishi rejalashtirilayotgan xat maxsus konvertga solinib, yuboruvchi va qabul qiluvchining indeksi, manzili va kimga mo‘ljallanganligi yoziladi. SHu ma’lumotlarga asoslangan holda pochta korxonasi kelgan xatni markaziy pochta korxonasiga yuboradi va u erda saralanib tegishli manzilga eltib berishni ta’minlaydi. Kamchiligi shundaki yuborilgan xabar yoki xat manzil uzoqligiga qarab kunlab, oylab borishi, ba’zi hollarda umuman etib bormasligi ham mumkin.

Elektron pochta xizmati va uning afzalliklari. Internet–xalqaro tarmog‘ining asosini Electronic mail (E-mail) - elektron pochta xizmati tashkil qiladi. Elektron pochta xuddi odatdagi pochtadek bo‘lib, faqat bunda xatni qog‘ozga emas, balki kompyuter klaviaturasidan harf va so‘zlarni terib, ma’lum elektron yozuv ko‘rinishiga keltiriladi. Elektron pochta maxsus dastur bo‘lib, uning yordamida Internet tarmog‘i orqali dunyoning ixtiyoriy joyidagi elektron manzilga xat, hujjat, ya’ni ixtiyoriy ma’lumotni tezda (bir necha soniya va

daqiqalarda) jo‘natish va qabul qilib olish mumkin. Elektron pochtaning kamchiligi shundan iboratki, xat jo‘natuvchi va qabul qiluvchining har ikkalasi ham foylanayotgan kompyuter Internet tarmog‘iga ulangan bo‘lishi zarur.

Xabar va pochta qutisi tushunchalari. Xabar, umuman olganda, foydalanuvchi pochta orqali yuborishi kerak bo‘lgan ma’lumot xisoblanadi va oldindan boshqa dasturda (masalan Word) tayyorlab, keyin elektron pochta orqali jo‘natishi maqsadga muvofiqdir. Pochta serveri ham o‘zining matn terish oynachasiga ham ega bulib, xabarni shu oynada yozish mumkin.

Pochta qutisi – bu foydalanuvchi uchun elektron pochta xizmatini taqdim etuvchi kompyuterda qayd qilingan nomdir. Ushbu nom kompyuter xotirasida papka ko‘rinishida shakllantiriladi va u o‘zida kiruvchi va chiquvchi xabarlarni vaqtinchalik saqlaydi. Elektron pochta manzillaridagi elektron pochta manzili belgisidan (_____ @ _____) oldin kelgan yozuv pochta qutisi nomini anglatadi.

Xabarlarning turlari. Xabarlar turli ko‘rinishda bo‘lishi mumkin masalan: matn, grafik, rasm, ovoz va video ma’lumotlar. YUborilishi rejalashtirilayotgan ma’lumotlarning hajmi bo‘yicha ham chegaralanish mavjud. Har bir pochta provayderi o‘zining siyosatiga ega bo‘lib bitta xabarning 2, 5, 10Mb hajmgacha bo‘lgan xabarlarni yuborishni ta’minlaydi. Agarda bu hajm oshib ketsa katta hajmdagi xabarlarni Rar yoki Zip dasturlari yordamida arxivlab yuborish tavsiya etiladi.

Elektron pochta manzili. Elektron manzil @ belgisi bilan ajratilgan ikki qismdan iborat, ya’ni manzilgoh @ foydalanuvchi nomi. Elektro manzilga misol tarikasida. tuit@tuit.uz, tuit@inbox.uz larni keltirish mumkin, bu elektron manzillar “tuit” nomli ishlatuvchining <http://mail.tuit.uz>, <http://inbox.uz> pochta serverida joylashgan pochta kutisi xisoblanadi.

Xabarlarni uzatish va qabul qilish. Tashkil qilingan elektron pochta orqali boshqa elektron manzilga xat jo‘natish ketma-ketligini ko‘rib chiqamiz: dastlab, mail.ru Web sahifasi ishga tushiriladi va ekranda hosil bo‘lgan ishchi oynaning *Imya* darchasida foydalanuvchi elektron manzili va *Parol* darchasida paroli

kiritiladi va *Voyti* tugmachasi bosiladi. *Komu* darchasiga xat jo‘natilishi kerak bo‘lgan elektron manzil, *Kopiya* darchasiga, agar shu xat boshqa manzilga ham jo‘natilishi kerak bo‘lsa, o‘sha manzil, *Tema* darchasiga xat mavzusi yoziladi. Xat mazmuni pastki bo‘sh oynaga yoziladi va *Otpravit* tugmachasi bosiladi. Agar xat to‘g‘ri jo‘natilgan bo‘lsa, u holda ekranda *Uspeshno otpravlenn* ma’lumoti paydo bo‘ladi. Foydalanuvchi elektron manzil orqali kompyuter xotirasidagi ixtiyoriy fayllarni ham jo‘natishi mumkin. Buning uchun *Prikrepite* tugmachasi bosiladi. Agar bir nechta faylni jo‘natish kerak bo‘lsa, qolgan fayllar ham shu tartibda tanlanadi.

Foydalanuvchi elektron pochtaga kelgan xatlarni ko‘rishi uchun *Vxodiyayie* buyrug‘i tanlanadi. Ekranda pochtaga kelgan xatlar ro‘yxati paydo bo‘ladi. Unda xat kimdan, mavzusi, pochtaga qachon kelib tushgan va fayl o‘lchami to‘g‘risida ma’lumot saqlangan. Foydalanuvchi xatni o‘qishi uchun, *Tema* bandida sichqonchani chap tugmachasi bosiladi. Ekranda xat mazmuni paydo bo‘ladi. Foydalanuvchi xatni o‘qishi va agar zaruriyat bo‘lsa *Fayl*→*Pechat* buyrug‘i orqali printerda chop qilishi mumkin. Elektron pochtaga keraksiz xatni o‘chirish uchun dastlab u belgilanadi va *Udalit* tugmachasi bosiladi. o‘chirilgan fayl *Korzinaga* borib tushadi. Korzinani tozalash *Ochistit Korzina* buyrug‘i orqali amalga oshiriladi.

Xabarlarni ko‘pchilikka yuborish. Ma’lum bir sabablarga ko‘ra bir xil mazmundagi xabarlarni bir necha manzil yoki pochta qutisiga yuborish zaruriyati paydo buladi. SHunda, *Komu* darchasiga xat jo‘natilishi kerak bo‘lgan elektron manzillar “ ; ” (nuqta vergul) belgilari bilan ajratiladi, masalan: (tuit@tuit.uz; tuit@inbox.uz; va boshqa manzillar), *Kopiya* darchasiga, agar shu xat boshqa manzilga ham jo‘natilishi kerak bo‘lsa, o‘sha manzil, *Tema* darchasiga xat mavzusi yoziladi. Ushbu vazifadan biror elon yoki yangilikni ko‘pchilikka barobar yuborish uchun foydalaniladi.

Spam tushunchasi, spamlarning turlari va ularga karshi kurashish. «Spam» termini yangi mazmunda jonga teguvchi elektron tarqatmalar yoki pochta chiqindilari degan ma’noni anglatadi. Spamlar 1993-yilda paydo bo‘lgan. Usenet

kompyuter tarmog'i administratori Richard Depyu yaratgan dasturdagi xato 1993-yil 31-mart kuni konferensiyalardan biriga ikki yuzta bir xil xat jo'natilishini keltirib chiqardi. Uning norozi suhbatdoshlari jonga teguvchi xabarlarga tezda - «spam» degan nom topdilar. «Kasperskiy Laboratoriyasi» tushunchasiga ko'ra, spam - bu so'ralmagan anonim ommaviy tarqatmalardir.

Spam (foydalanuvchi tomonidan so'ralmagan axborot) jo'natuvchining (spamer) maqsadi va vazifalariga qarab tijorat axborotiga ega bo'lishi yoki unga hech qanday aloqasi bo'lmasligi mumkin. SHunday qilib, mazmuniga qarab, xabarlarning «tijorat» spami - «unsolicited commercial e-mail» (umumiy qabul qilingan abbreviaturasi - UCE) va «notijorat» - «unsolicited bulk e-mail» (UBE) turlari mavjud.

Anonim: barcha ko'pincha aynan yashirin yoki qalbakilashtirilgan qayta aloqa manzili ko'rsatilgan avtomatik tarqatmalardan jabrlanadi.

Ommaviy: ushbu tarqatmalar aynan ommaviy va faqatgina shular spamerlar uchun haqiqiy biznes hamda foydalanuvchilar uchun haqiqiy muammo hisoblanadi.

So'ralmagan: imzolangan tarqatmalar va konferensiyalar bizning tushunchamizga kirmasligi kerakligi yaqqol tushunarli. Har bir elektron pochta xizmati o'zining foydalanuvchilariga spamdan himoyalash vositalarini taklif qilishadi. YA'ni spamga taalluqli bo'lgan elektron manzillar spam filtriga kiritiladi va ushbu manzillardan kelayotgan spamlar xabarlar vaqtincha saqlanuvchi katalogga avtomatik tarzda joylashtiriladi va 30 kundan keyin o'chirib tashlanadi.

Filtrlar va kora ruyxat. Filtrlar asosan kelayotgan xatlarni saralash, tartiblash funksiyasini bajaradi. Qora ruyxat esa xat yuboruvchi manzilni maxsus jurnalga kiritib bu manzildan boshqa xat olmaslik maksadida ishlatiladi.

Milliy elektron pochta xizmatlari. Xozirgi kunda milliy pochta xizmatlari ham ancha rivojlanib bormokda. O'zbekistondagi har bir Internet provayder o'zining pochta serveri va xizmatiga ega bulib, asosan o'zining mijozlariga xizmat ko'rsatadi, ularning ichidan mail.uz, inbox.uz kabilari ochik hisoblanadi va bu

tizimdan hohlovchilar bepul foydalanib xat va xabarlar jo‘natib qabul qilishlari mumkin.

Xalkaro pochta xizmatlari: mail.ru, gmail.com, yahoo.com. Elektron pochta orqali ma’lumot yuborish uchun ikki yo‘nalish mavjud, bulardan biri bepul elektron pochta xizmati deb yuritilib, undan foydalanish uchun Internetda ma’lum bir Web sahifalari mavjuddir. Bular mail.ru, yahoo.com, mail.uz, gmail.com va hokazo. Foydalanuvchi dastlab, pochta manziliga ega bo‘lishi kerak. Pochta manzilini tashkil qilish uchun Internet Explorer dasturining asosiy oynasiga ushbu Web sahifalaridan biri chaqiriladi va ishga tushiriladi.

Elektron pochtdan foydalanish va elektron xabarlarni almashish madaniyati. Hayotdagi etika kabi elektron pochtda ham etika mavjud. Ularning ba’zilariga to‘xtalib o‘tamiz:

- Pochtangizni tez-tez o‘qib turing. Ko‘pchilik foydalanuvchilar o‘z xatlarini faqatgina bo‘sh vaqtlaridagina o‘qiydilar. Bu korrespondentlarga nisbatan bo‘lgan behurmatlikdir. Buning oqibatida siz juda ham muhim bo‘lgan axborotni qo‘ldan boy berishingiz mumkin. Foydalanuvchi pochtasini har doim, o‘z vaqtida o‘qib borishi lozim.

- Xatda albatta sarlavha (subject) ko‘rsatish zarurdir. Bu mijozlarni ortiqcha ishlardan qutqaradi.

- Xatingizni oluvchini biling va hurmat qiling.

- Xatni xatosiz yozing. Grammatik va orfografik xatolar bilan yozilgan xat jo‘natuvchi to‘g‘risida yaxshi taassurot qoldirmaydi.

- Qisqa yozing. Elektron pochtda yozayotgan xatingizni mazmunini qisqa va aniq ko‘rsata biling. Xatingizdagi xatolar va fikrdan chiqib ketishlik birinchi o‘rinda xatingizni emas, balki sizning o‘zingizni xarakterlaydi.

- O‘z xatingizni boshqa manzillarga ko‘chirishlikdan saqlaning. O‘z xatingizni faqatgina shu xat tegishli bo‘lgan manzillarga jo‘nating. Aks holda, xatlarni ko‘p manzillarga jo‘natish hamkorlaringizda yaxshi taassurot uyg‘otmasligi mumkin.

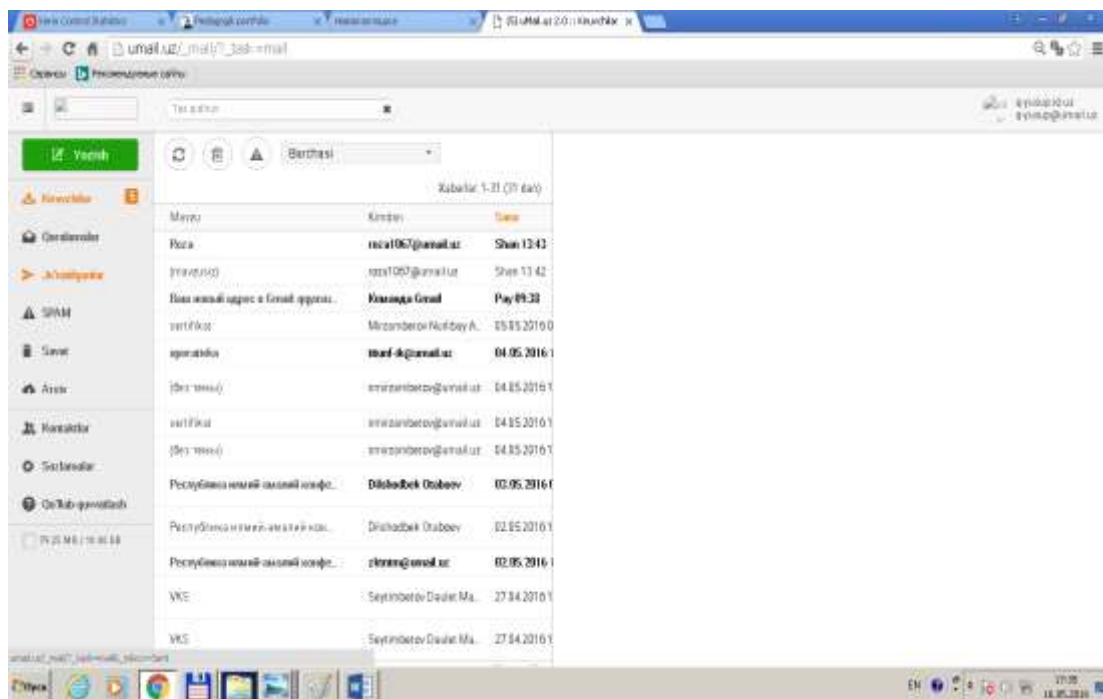
– Kerak bo‘lmagan taqdirda o‘z xatingizga javob va so‘rovlar yo‘llamang. Kerak bo‘lmagan taqdirda «iltimos javob bering» yoki «iltimos xatni tasdiqlang» kabi so‘rovlarni yo‘llamang.

– So‘rovlarga to‘liq javob bering. So‘rovlarga javob berishda qisqa «ha» yoki «yo‘q» kabi javob bermang. Bu hol xat oluvchida tushunmovchiliklarga olib kelishi mumkin.

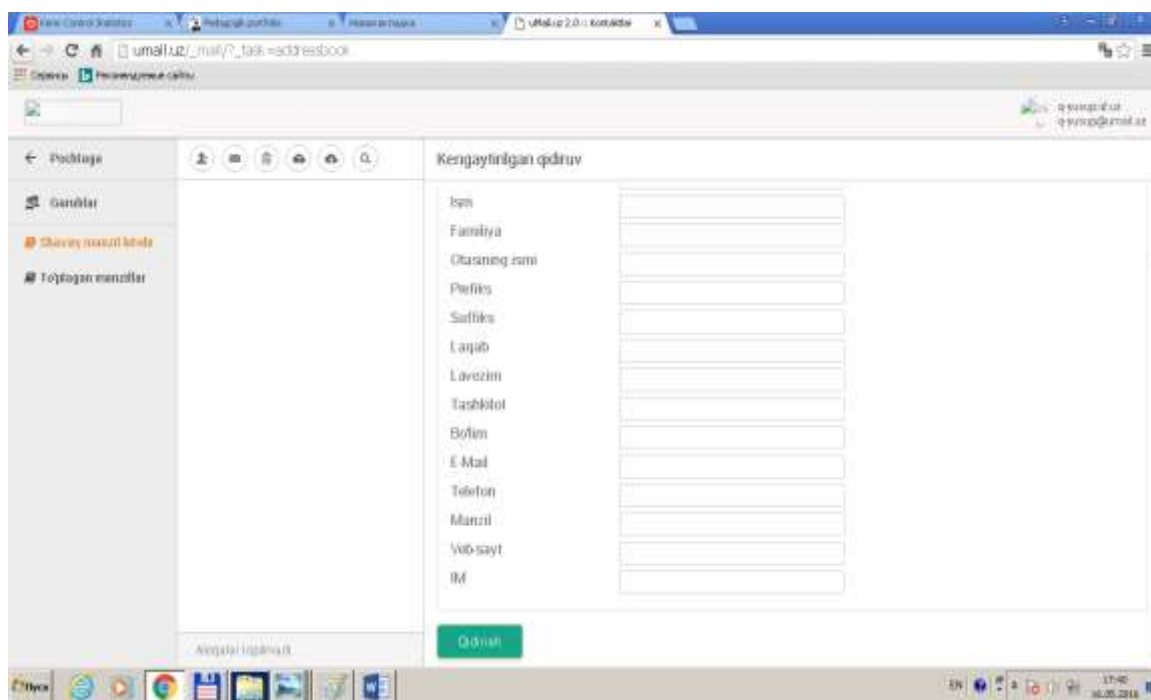
UMAIL.UZ Elektron pochtaida ishlash 1.1.-1.7.-rasmlar ketma-ketligida kuyidagicha keltiriladi.



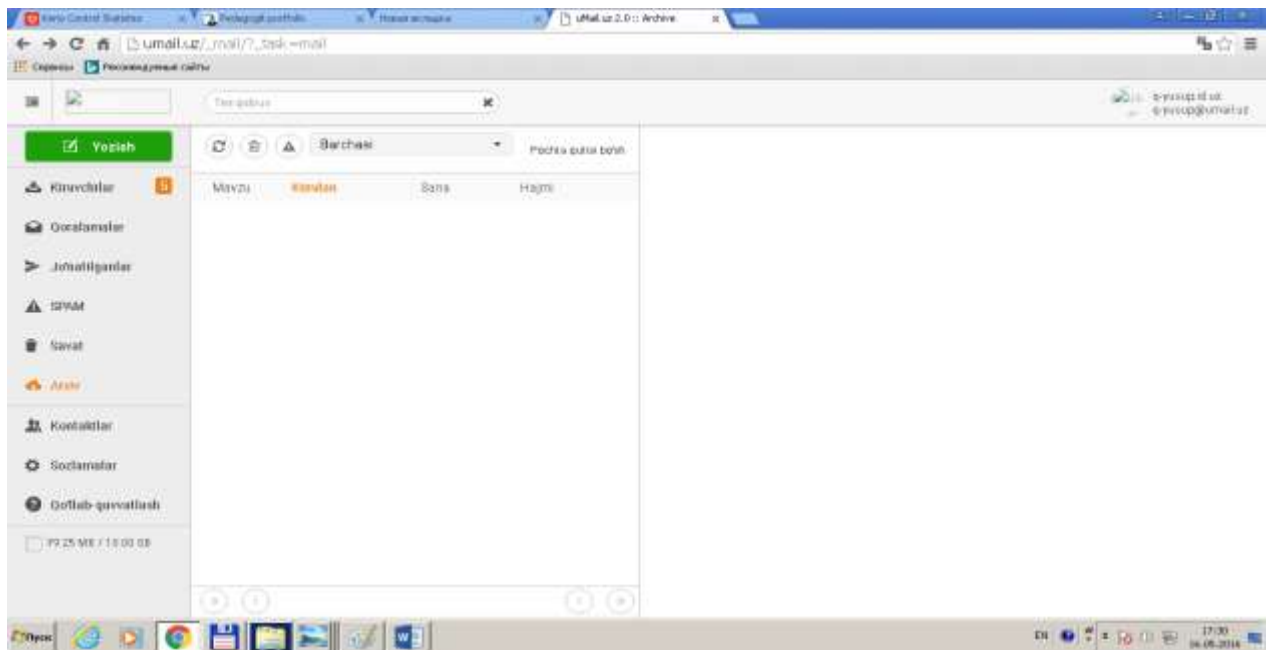
1.1.-Rasm. UMAIL.UZ Elektron pochtaga ID.UZ tizimi orqali kirish



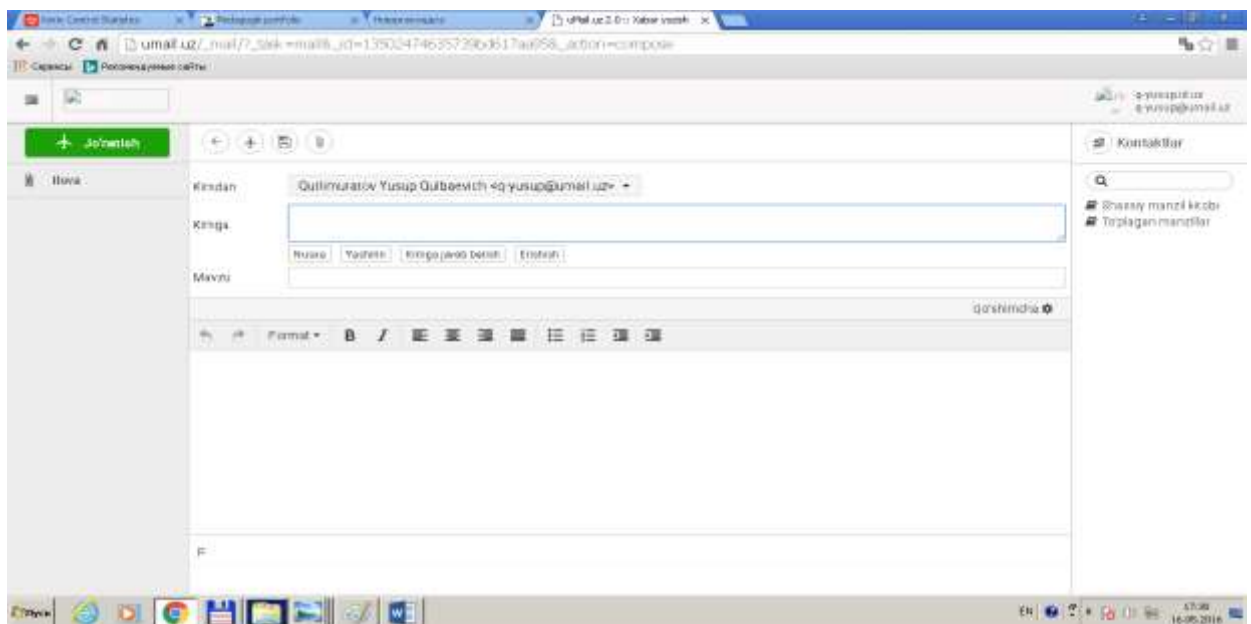
1.2.-Rasm. UMAIL.UZ Elektron pochta olinasining umumiy ko'rinishi.



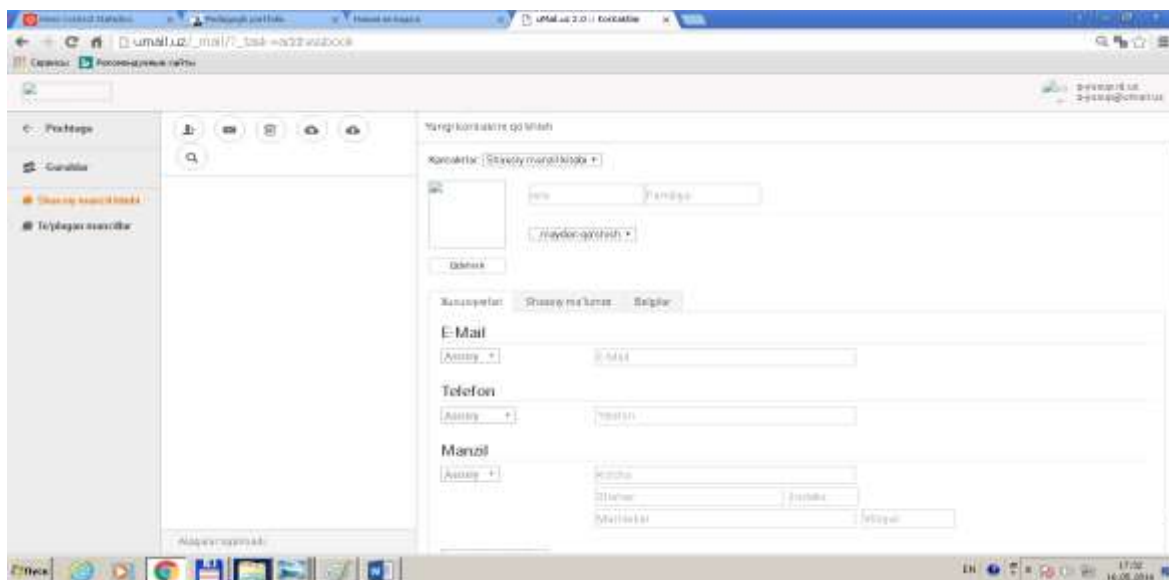
1.3.-Rasm. UMAIL.UZ Elektron pochta olinasining umumiy ko'rinishi.



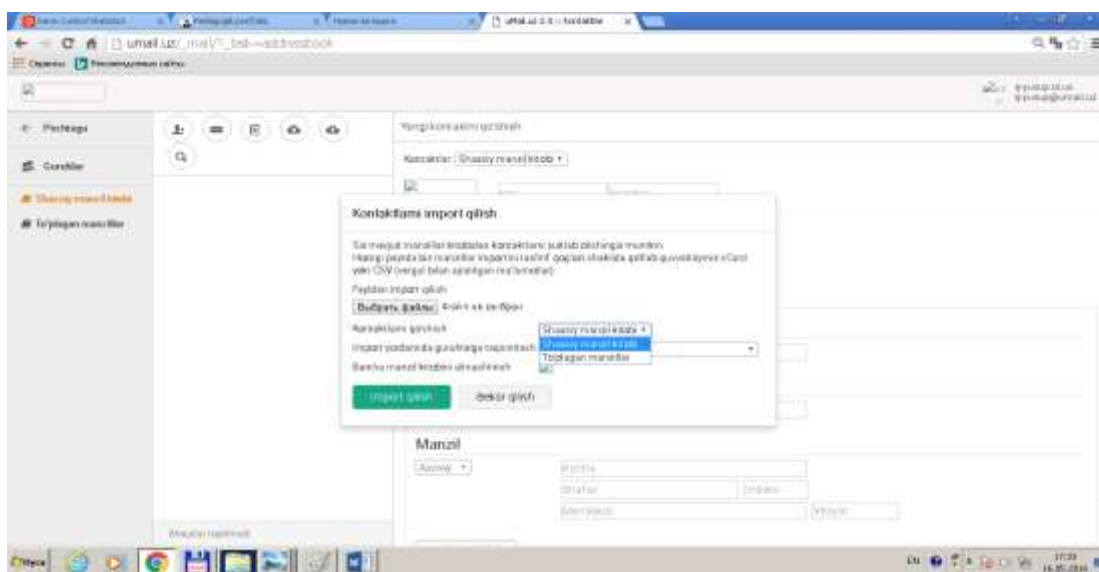
1.4.-Rasm. UMAIL.UZ Elektron pochtasi oynasining kiruvchilar bo'limining umumiy ko'rinishi.



1.5.-Rasm. UMAIL.UZ Elektron pochtasi oynasining jo'natish bo'limining umumiy ko'rinishi.



1.6.-Rasm. UMAIL.UZ Elektron pochta shaxsiy manzil kitobiga yangi kontaktlar qo'shish bo'limining umumiy ko'rinishi.



1.7.-Rasm. UMAIL.UZ Elektron pochta shaxsiy manzil kitobiga kontaktlarni import bo'limining umumiy ko'rinishi.

§1.3. Internet axborot qidiruv tizimlaridan foydalanish imkoniyatlari

Qidiruv tushunchasi. Internet tarmog'idagi qidiruv tushunchasi shuni anglatadiki, bunda har bir foydalanuvchi o'ziga kerakli bo'lgan biror ma'lumot yoki materialni maxsus qidiruv tizimlari orqali topish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Internet tarmog'i foydalanuvchilari qidiruvni Internet muhitida joylashgan veb-saytlar, ularning manzili va ichki ma'lumotlari bo'yicha olib borishi mumkin. Bu esa foydalanuvchiga kerakli bo'lgan axborotni samarali qidirish va tez topish imkoniyatini beradi.

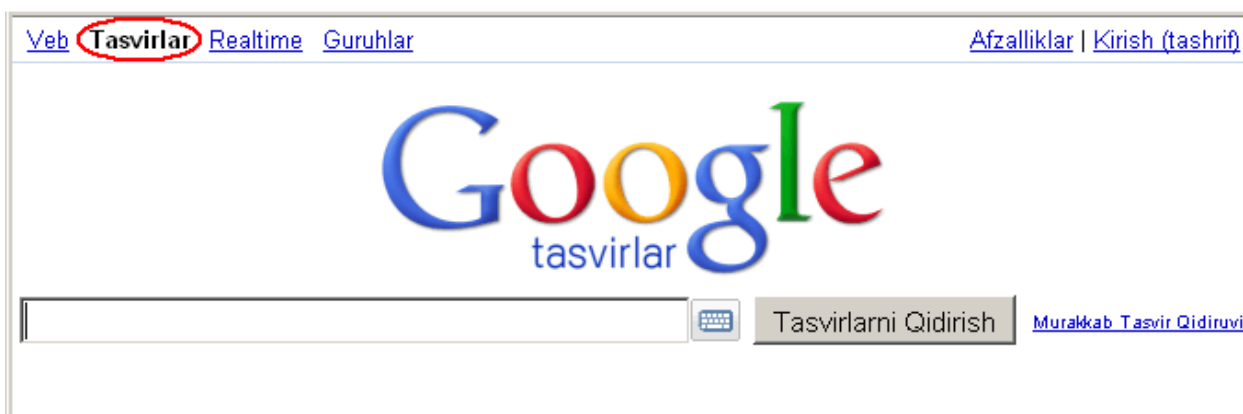
Axborotlarni qidirish. Internet tarmog'i shunday bir muhitki u o'zida turli ko'rinishdagi va turli tillardagi ko'plab axborotlarni jamlagan. Bunda ushbu axborotlar ichidan kerakli bo'lgan ma'lumotlarni qidirib topish muammosi paydo bo'ladi. Internet tarmog'ida har bir foydalanuvchi axborotni qidirish uchun o'zbek, rus, ingliz yoki boshqa tillardagi bir yoki bir necha so'zdan tashkil topgan so'rovlardan foydalanadi. YA'ni ma'lumotlarni uning sarlavhasi yoki uning tarkibida ishtirok etgan so'zlar va jumlar bo'yicha qidirib topish mumkin. Bunda foydalauvchi tomonidan Internet qidiruv tizimi qidiruv maydoniga kerakli ma'lumotga doir so'z yoki jumla kiritiladi va qidiruv tizimi ishga tushiriladi. SHundan so'ng qidiruv tizimi foydalanuvchiga o'zi tomonidan kiritilgan so'z yoki jumlagi mos keluvchi ma'lumotlarni qidirib topadi va kompyuter ekranida ularning ro'yxatini hosil qiladi. Vanihoyat ro'yxatdagi ma'lumotlarni ketma-ket ko'rib chiqilib kerakli bo'lganlari kompyuterga saqlab olinadi.

Axborotlarni parametrlari bo'yicha qidirish. Ko'rib o'tilganidek, har bir foydalanuvchi Internet tarmog'i orqali o'ziga kerakli bo'lgan ma'lumotlarni uning mavzusi hamda tarkibidagi so'z yoki jumla bo'yicha qidirib topishi mumkin, lekin Internet tarmog'ida ma'lumotlar shunchalik ko'pki, ta'kidlab o'tilgan usul samara bermasligi mumkin. Bunday hollarda Internet qidiruv tizimlari qidiruvning bir qancha qo'shimcha usullari bo'yicha qidiruvni taqdim etadi, bular:

- ma'lumotlarni uning tili bo'yicha qidiruv;
- ma'lumotlarni uning turi (matn, rasm, musiqa, video) bo'yicha qidiruv;
- ma'lumotlarni uning joylashgan mintaqasi bo'yicha qidiruv;

- ma'lumotlarni uning joylashtirilgan sanasi bo'yicha qidiruv;
- ma'lumotlarni uning joylashgan Internet zonasi bo'yicha qidiruv;
- ma'lumotlarni xavfsiz qidiruv.

Rasmlarni qidirish. Rasmlar ma'lumotlarning grafik yoki tasvir ko'rinishi hisoblanadi. Internet tarmog'ida grafik ma'lumotlarning ko'plab turlari uchraydi, ya'ni: chizma (vektor), foto (rastr), harakatlanuvchi (animatsiya) hamda siqilgan rasmlar. Bunday grafik ma'lumotlar tarkibida matnli axborot mavjud bo'lmaydi. SHundan ko'rinib turibdiki, demak rasm ko'rinishidagi ma'lumotlar ustida faqatgina uning nomi yoki turi bo'yicha qidiruv olib borish mumkin. Ko'pgina internet qidiruv tizimlari grafik yoki tasvir ko'rinishidagi ma'lumotlarni qidirish uchun alohida bo'limga ega bo'lib, bu bo'lim orqali ixtiyoriy turdagi rasmlarni ularning nomlari bo'yicha qidiruvni amalga oshirish mumkin. Masalan, quyidagi rasmga shunday qidiruv tizimlarining biri tasvirlangan.



1.8.-Rasm. Google qidiruv tizimi interfeysi.

Musiqalarni va filmlarni qidirish. Internet tamog'ida matnli yoki rasm ko'rinishidagi ma'lumotlardan tashqari musiqa va video ma'lumotlarning ham ko'plab manbalari mavjud. Internet tarmog'i orqali har bir foydalanuvchi musiqa eshitishi, radio tinglashi, teledasturlar yoki videofilmlarni tomosha qilishi mumkin. Internet orqali radioeshittirish va teledasturlar namoyishi ma'lum, ushbu turdagi xizmatlarni taqdim etuvchi tizimlar (serverlar) tomonidan amalga oshiriladi. Internet orqali radio tinglash yoki teleko'rsatuvni tomosha qilish uchun ushbu tizimga bog'lanishni o'zi kifoyadir. Ammo musiqa va filmlar Internet tarmog'iga ulangan kompyuterlarda alohida material ko'rinishida saqlanadi. Ularni tinglash,

tomosha qilish yoki kompyuterga ko‘chirib olish uchun avvalo kerakligini qidirib topish zarur.

Musiq va video materiallari ustida ham grafik (rasm) materiallar kabi uning nomi yoki izohi bo‘yicha qidiruv olib borish mumkin. Bunda musiqa va filmlarni qidirib topish uchun qidiruv tizimi maydoniga materialning nomi yoki uning izohiga taaluqli biror jumla kiritiladi va qidiruv tizimi ishga tushiriladi. SHundan so‘ng qidiruv tizimi tomonidan kiritilgan jumlag mos keluvchi musiqa va video materiallar joylashgan veb-saytlarning ro‘yhati shakllantiriladi. Ro‘yxatdagi veb-saytlar foydalanuvchi tomonidan birin – ketin ko‘rib chiqiladi va kerakli materiallar kompyuterga saqlab olinadi.

WWW.UZ Milliy axborot-qidiruv tizimi. WWW.UZ – bu barcha foydalanuvchilar uchun yurtimizning Internet tarmog‘idagi milliy segmenti axborotlaridan qulay tarzda foydalanish imkoniyatini beruvchi tizimdir. Milliy axborot-qidiruv tizimini rivojlantirish ishlari axborot va kompyuter texnologiyalarini rivojlantirish va joriy etish UZINFOCOM Markazi tomonidan olib boriladi. Milliy axborot-qidiruv tizimining asosiy hususiyatlaridan biri uning ko‘p tilli axborot qidiruvi (ruscha, o‘zbekcha) va boshqa milliy axborot tizimlari va ma’lumot omborlari bilan o‘zaro ishlay olishidadir.

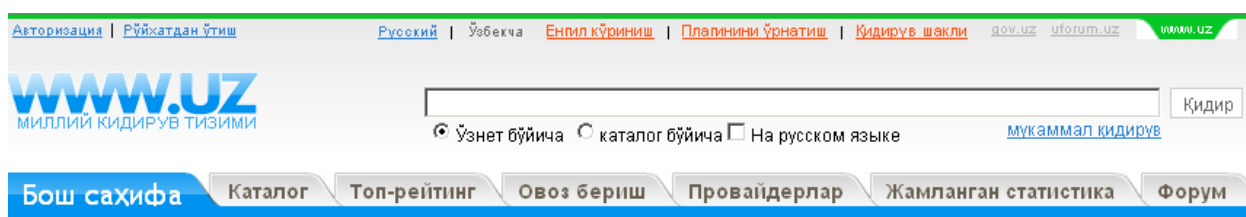
WWW.UZ Internet tarmog‘i foydalanuvchilariga milliy sigmentda joylashgan veb-saytlar bo‘yicha qidiruv xizmatini taqdim etadi va qidiruvni veb-sayt manzili va ichki ma’lumotlari bo‘yicha olib borishi mumkin. Bu esa foydalanuvchiga kerakli bo‘lgan axborotni samarali qidirish va topish imkoniyatini beradi.

Bundan tashqari SHu WWW.UZ qidiruv tizimi Internet resurslari (veb-saytlari) katalogini va veb-saytlar reytingi yuritadi, saytlar bo‘yicha jamlangan statistik ma’lumotlarni to‘playdi hamda axborot texnologiyaari sohasidagi yangiliklar va maqolalarni yoritib boradi.

WWW.UZ “Katalog” bo‘limi – Internet tarmog‘ida ochiq holda joylashgan, O‘zbekiston Respublikasiga aloqador bo‘lgan, ro‘yxatga olingan, izohlari keltirilgan va katalog mavzulari bo‘yicha saralangan veb-saytlar to‘plami.

WWW.UZ katalogi foydalanuvchilari o'zlariga kerak bo'lgan saytni mavzular bo'yicha (Iqtisod, OAV, Madaniyat va boshqalar) qidirish orqali tezroq topishlari mumkin. Katalog har kuni qidiruv tizimining faol foydalanuvchilari tomonidan yangi saytlar bilan boyitib boriladi.

SHu bilan birga WWW.UZning har bir foydalanuvchisi "Top-reyting" bo'limiga kirib, barcha ro'yxatga olingan saytlar reytingini ko'rishi, "Jamlangan statistika" bo'limida esa ularning statistikasi bilan tanishib chiqishi mumkin.



1.9.-Rasm. Milliy axborot-qidiruv tizimi interfeysi.

Mashhur Internet qidiruv tizimlari. Internet tarmog'i yirik ma'lumotlar ombori hisoblanadi. Undan kerakli ma'lumotlarni qidirib topish foydalanuvchining oldiga qo'yilgan eng asosiy masalalardan biridir. Bunday hollarda yirik ma'lumotlar omboridan kerakli ma'lumotlarni qidirib topishda axborot-qidiruv tizimlari muhim ahamiyatga ega. Internet tarmog'ida bunday tizimlarning ko'plab turlarini uchratish mumkin. Bulardan Google, Rambler, Yandex, Yahoo tizimlari o'zbek, rus va ingliz tillarida qidiruvni olib boradigan eng mashhurlari hisoblanadi.

Ushbu mashhur qidiruv tizimlarining har biri oddiy va batafsil kengaytirilgan qidiruv hamda matnli, rasm, musiqa, video va boshqa turli shakldagi axborotlarni qidirish imkoniyatini taqdim etadi. Bu turdagi axborot-qidiruv tizimlaridan foydalanib ixtiyoriy foydalanuvchi o'ziga kerakli bo'lgan ixtiyoriy turdagi ma'lumotni qidirib topishi va undan foydalanishi mumkin. Agar sizga biror ma'lumot kerak bo'lib, lekin siz uning qaerda va qanday ko'rinishda joylashganligini bilmasangiz, u holda shu kabi axborot – qidiruv tizimlaridan foydalaning.

Ixtisoslashgan axborot qidiruv tizimlari. Axborot qidiruv tizimlari – bu veb-sayt hisoblanib Internet tarmog'ida axborotlarni qidirish imkoniyatini taqdim etadi. Bunda yuqorida sanab o'tilganidek Google i Yahoo dunyodagi eng mashhur

qidiruv tizimlaridan hisoblanadi. Bizning davlatimizda WWW.UZ axborot-qidiruv tizimi qidiruv so'rovlari bo'yicha ilg'orlardan biridir. Bundan tashqari Internet tarmog'ida ma'lum sohada ishlaydigan ixtisoslashgan qidiruv tizimlari ham mavjud. Bulardan eng ommaboplari:

“KtoTam” – insonlar to'g'risidagi axborotlarni qidirishga mo'ljallangan yangi turdagi axborot-qidiruv tizimi. Bunda insonlarni ismi, sharifi, familiyasi, kasbi, lavozimi va unvoni hamda tashkilot va boshqa insonlar orqali topish mumkin.

“Tagoo” – musiqalarni qidirishga mo'ljallangan qidiruv tizimi. Boshqa qidiruv tizimlariga nisbatan ushbu tizim o'zining kengaytirilgan musiqa bazasidan va boshqa saytlarning mp3 resurslaridan qidirib ularning ro'yxatini shakllantiradi. So'rovda musiqa nomini, uning ijrochisini hamda albom nomlarini ham kiritish mumkin.

“Truveo” – Internetning turli resurslaridagi videomateriallarni qidirishga ixtisoslashgan axborot – qidiruv tizimi. Bu tizim orqali on-layn video hamda teledasturlar namoyishlarini ham qidirib topish mumkin.

“Kinopoisk” – filmlar to'g'risidagi axborotlarni qidirish tizimi. Qidiruv vaqtida filmning nomi, chiqqan yili, janri, ishlab chiqqan davlat nomi, kompaniya nomi, akterlar ismlari hamda rejisserlar va ssenariy mualliflari ism shariflaridan ham foydalanish mumkin.

“Ebdb” – elektron kutubxonalardan kitoblarni qidirishga ixtisoslashgan axborot-qidiruv tizimi. Ushbu saytning ma'lumotlar bazasida elektron ko'rinishda tarqatiladigan adabiyotlarning ko'plab mashhurlari to'plangan. Qidiruv natijalari kitob nomlari bo'yicha guruhlanadi.

“Ulov-Umov” – rezyume va vakant joylarni qidirish tizimi. Bunda qidiruv jarayonida karera va ishga bag'ishlangan hamda ijtimoiy tarmoq va boshqa saytlar vakansiyalari tekshiriladi va ro'yxati shakllantiriladi.

Qidiruv tizimlaridan to'g'ri maqsadda foydalanish. Ha, afsuski, bugungi kunda kompyuterga va internetga yoshlar tomonidan birinchi navbatda ko'ngilochar vosita deb qaralmoqda. Ayniqsa, bolalar kompyuterga ko'zi tushgan

zahoti darrov o'yinlarni so'rashadi, ko'pchilik yoshlar esa Internetga ulangani zaxoti esa rasmlar tomosha qilishni so'rashadi.

Internet resurslari xilma-xildir. Ularning ichida ham foydali ham zararli bo'lganlari ma'lumotlar uchraydi. Internet tarmog'idagi axborot-qidiruv tizimlari esa Internet resurslari ichidan so'ralgan ixtiyoriy ma'lumotlarni qidirib topib berish imkoniyatiga ega. Chunki bunday qidiruv tizimlari kalit so'zlar bo'yicha qidirishni amalga oshiradi. Foydalanuvchi tomonidan qanday ma'lumot kiritilsa, xuddi shu ma'lumotga mos ma'lumotlarni qidirib topadi. Shu narsani eslatib o'tish kerakki, har qanday axborot ham foydali va to'g'ri, rost hisoblanavermaydi. Axborot-qidiruv tizimlaridan faqatgina to'g'ri va foydali maqsadda foydalanish maqsadga muvofiqdir. Turli nojo'ya ma'lumotlardan foydalanishdan va tarqatishdan saqlanish maqsadga muvofiqdir.

II. Bob. Onlayn rejimida ma'lumotlarni paralel kayta ishlashning imkoniyatlaridan foydalanish

§2.1. Onlayn rejimida guruhlarning birga ishlashning rivojlanishi xolatlari

«Markazlashgan-guruh» termini, tadqiq etiladigan masala yoki ob'ektga yo'naltirilgan va moderator tomonidan guruhga munozara shaklida o'tgaziladigan guruh suhbatini hisoblanadi. Belgilab o'tish joizki, ya'ni marketinglik tadqiqotlarda olib boriladigan markazlashgan onlayn-guruhlar, akademik tadqiqotlarga nisbatan oldin qo'llanila boshladi.

Markazlashgan onlayn-guruhlariga bag'ishlangan akademik ishlardan dastlabkisi G.Myurrey tarafidan (1997) olib borilgan ishi har-hil hududlarda yashaydigan va onlayn mulohotda etarlisha tajribaga ega tibbiyot xodimlarining guruhi qaralgan edi. Myurrey haqiqiy markazlashgan guruh formatini markazlashgan onlayn-guruhlar o'zgartirishga muvofiq bo'ldi. Guruhning tuzilgan hajmi (8 odam), qatnashuvchilar orasida bir vaqtning o'zida xabarlarining bir nechta «shohlarining» yoyilishining oldin-oldi. Kundalikli onlayn muloqatda xabarlar oqimining (yoyilishi) tarmoqlanishi-oddiy hol va bir nechtasini yutitish murakkablik tug'dirmaydi. Lekin markazlashgan onlayn-guruhlar holatida yangi «guruhni» yaratish boshida belgilangan masala bilan band bo'lganlarni chalg'itishi mumkin. Myurrey tarafidan olingan yana bir ahamiyatli qo'chimcha, quyidagisha moderatorning o'ta murakkab surovlari guruh muloqatida emas, balkim tadqiqotchi respondentning to'g'ridan-to'g'ri javobiga olib kelar edi.

Bu kabi tadqiqotlarni Robson ham olib bordi. Uning markazlashgan-guruhidagi qatnashuvchilar soni Myulleyga nisbatan ko'p va 57 odamdan tashkil etilgan. Bunda tabiiyki, bir vaqtda muloqot qilishadigan bir nechta mavzu ajratiladi. Bunda guruh qatnashuvchilari orasidagi muloqat yuritishning minimal ulanishi talab qilanadigan, formala bo'lmagan tarzda ochiq va aniq to'qtab qoldi.

Myurrey va Robsonga nisbatan, Styuart markazlashgan onlayn-guruhni, Internetni ijtimoiy sog'liqni-saqlashni baholash quroli sifatida belgilash uchun haqiqiy vaqt ichida olib borishni maqul ko'rdi. YUqorida ko'rsatilgan

tadqiqotlardagidek, qatnashuvchilar har-hil mintaqalarda istixomat qilardi, lekin muloqot bir vaqtning o'zida 4 ta har hil saytda olib borildi. Moderator harakati minimumga keldi; ya'ni o'tgazib yuboriladigan mavzularning bo'lmasligin kuzatish yuz berdi. Ushbu holatda, mavzularning shakllanish tezligi va chastotasi o'zgaruvchanligi sababli, Myurrey va chastotasi o'zgaruvchanligi sababli, Myurrey va Robsonning onlayn guruhga qaraganda muloqatlarni ta'minlash biroz qiyinchilik to'g'dirdi. Bu o'z navbatida, barcha rejalashtirilgan mavzular, muloqat qilinganligiga ishonch hosil qilishni qiyinlashtirdi.

Guruh dinamikasi va guruhga kirish usuli. Guruhga kirish va idintifikatsiya ruyxatidan o'tish tadqiqotchi uchun halaqit beradigan masala bo'ldi. Unda internet birlashma bundan mustasno emas edi. Eng avvalo, respondenlarining qanday guruhi tadqiqotga mos keladiganligi va qanday kriteriya bo'yicha tanlashni o'rnatish zarurligi talab etildi. Markazlashgan guruh metodi markaetinglik maqsadlarda va ijtimoiy tadqiqotlarda qo'llanilishiga qaramasdan hech bir holatda, natijalarni kengroq tanlashga o'zgartirish masalasi bo'lmagan edi. Markazlashgan guruh maqsadi qo'yilgan masalaga yoki qandayda bir obektni qabul qilishda qatnashuvchilardan tarkib topgan uncha qatta bo'lmagan guruhning munosobatini aniqlash, u yoki bu turdagi harakatlar motivatsiyasini ko'rsatish hisoblanadi. Uning umumiy qonuniyatni olish o'rniga etibor masalaning ildiziga kirish bilan belgilanadi. SHuning uchun markazlashgan onlayn-guruhga odamlarni tanlashda, ixtimollikka rioya qilish tamoiliga yondashish shart emas. Uning o'rniga, tanlashni tuzishning agitatsiya (markazlashgan onlayn-guruhda qatnashish uchun individual (shaxsiy) so'rov) va «qor yig'indisi» (bir necha respondentlarda boshlanadi va so'ng har bir respondentdan tadqiqotda qatnashish uchun bir necha tanishlarni maslahat berishni so'raydi) metodlari qo'llaniladi.

Onlayn ijtimoiy guruhlardan eng oddiy va ishonchlisi respondentlarni tanlash bo'lib topiladi. Demak tibbiyot sohasi tadqiqotlarida markazlashgan onlayn-guruhga qatnashuvchilarni tanlash uchun, mavzulari tibbiyot va sog'liqni-saqlashga qaratilgan forum foydalanuvchilari qo'llaniladi. Talim sohasidagi tadqiqotlarni olib borishda markazlashgan onlayn-guruh qatnashuvchilarini

aniqlash unchalik qiyinshilik tug'dirmaydi. Lekin qatnashuvchilarni bu usulda tanlash, etnografik tadqiqodlarida muammo xosil bo'ladi.

Onlayn uyishma qatnashuvshilari saytta qatnashishda har-hil sabablar va motivlarga ega bolganligi uchun, guruhda qatnashuvshilarni motivatsiyalik yoki maqsadli kriteriyalar bo'yicha tanlashning hech qanday imkoniyati yo'q. Haqiqattanda, bu kabi tadqiqotlar uchun qatnashuvchilarni tanlash onlayn-panel-belgilangan mukofot evaziga onlayn-guruhga qatnashishga rozilik bergan, insonlar uyishmasi ta'monidan olib borildi. Onlayn-panellarning asosiy belgisi-qatnashuvchilarni tanlashda metodik aniqlik va ular bilan o'zaro haraqkatta bo'ldi. Onlayn-panel- bu markazlashgan onlayn guruhga qatnashish taklifin jo'natuvchi, elektron manzillar royhatigina emas. Panel a'zolari mahsus veb-portalda markazlashgan onlayn-guruhga qatnashish uchun ro'yhatdan o'tadi va o'zi haqida ijtimoiy-demografin va foydalanish ma'lumotini taqdim etadi. Moderator har bir qatnashuvchining har hil belgilarin joylashtiradi va o'ta murakkab onlayn-guruhlarda qatnashish ushun operativ tarzda respondentlarni aniqlashni taminlaydi.

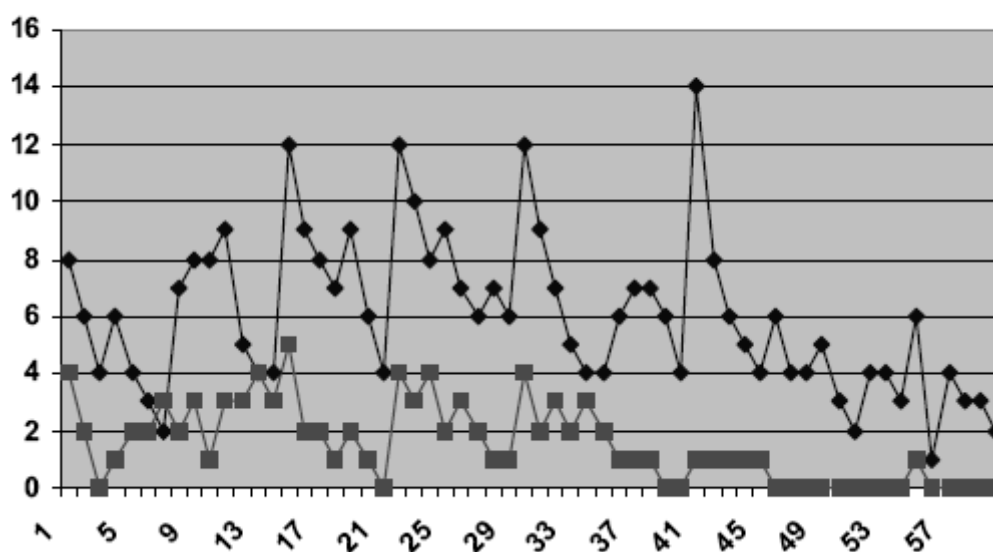
Bugingi kunda markazlashgan onlayn-guruhga qatnashuvchilarni tanlash keng manoda mulohaza qilinmoqda. Bir tarafdin markazlashgan onlayn-guruh kriteriyalari, respondentlarning spetsifikasini hisobga olish zarur deb biladi. Masalan, bir guruh ishida olib boriladigan, tadqiqotlarning bir nechta marta o'tkazilishida, respondentlar, so'roq qilinadiganlarga, intervyu va markazlashgan-guruhlarga etiborsizlik bilan qaraydi. Boshqa tarafdin mutahassis onlayn-moderatorlarning kamshiligiga etibor qaratiladi. YUqorida belgilab o'tilganidek, tarmoqda qatnashuvchilarni sifatli tanlash ierarxik jarayon ko'rinishida aks etadi.

1. Potensial qatnashuvchilarni tanlash maqsadida kiruvshilarning dastlabki manitoringi.

2. Tadqiqot uchun adekvat respondentlarni biriktirib bordi.

Reglament talabiga nisbatan ko'psonli qatnashuvchilarni tanlash, chunki-qatnashuvchi qatnashmasligi mumkun, va uning almashtirilishi uchun bu shartlar zarur bo'ladi. Onlayn afzalligi-foydalanuvchilarining zarur guruhlarini moderator tezda va oson aniqlaydi va ular bilan bog'lanadi. Internetga tashrif qiladigan

barcha qatnashchilar guruh «to‘planishin» kutishmaydi, shuning uchun dastlabki 100 kelishuv qilganlardan yigamatasigina guruhga qatnashishini kutadi. Markazlashgan dasturiy onlayn guruhning qatnashuvchilarining standart soni 8 kishini tashkil etadi. Qatnashuvchilar sonining ortishi bilan boshqarishda muammo yuzaga kelishi va muloqat yozuvining uzatilishi qiyinlashadi. Ushbu masalaning echimi, qatnashuvshilarning ko‘plab ta‘minlanishini amalga oshiradigan, markazlashgan asinxron onlayn-guruhlarda bo‘lishi mumkin. Odatda dialog 4-5 kun davom etadi va oqimli qayta-ishlashni tashkil etish bilan yakunlanadi. Tadqiqotlarning birida har hil sondagi qatnashuvshilardan tashkil qilingan 2 asinxron markazlashgan onlayn-guruhning birinchisida-45 kishi, ikkinchisida-15 kishi bulgan. Guruhlar uchun so‘rovlar bir kunda taqdim etilgan, va davomiyligi 55 kunni tashkil etdi. Guruhda ko‘p bo‘limiga qaramasdan muhokamaga yondashishdagi farqlik natijyasi eng qiziqarlisi bo‘ldi. Grafikda berilichicha, «kishik» guruh javoblari miqdori, so‘rovlar ketma-ketligi davomlanishiga qaramasdan iz-izidan qisqartilib bordi. Va «katta» guruhga teskarisi tadqiqot yakunlanganidan 2 oydan so‘ng ham javoblar qoldirildi. SHu bilan, guruhdagi qatnasuvchilar va azolar soni orasida teskari bog‘liklik haqqidagi ixtimollar taxmin qilindi.



1-rasm. Onlayn guruhdagi qatnasuvchilar va azolar soni orasida bog‘liklik dinamikasi.

Forumdagi qatnashuvshilar sonining kam bo'lishi mavzuga qiziqishni pasaytiradi, va bu javoblar sonining pasayishi, forumda qatnashuvchilarning uzoq muddatda moderatorga nisbatan munosabatni bilan aniqlanadi. Onlayn targ'ibotining offonlayn targibotga nisbatan qator avzalligiga qaramasdan internet-auditoriya barcha tadqiqiy loyihalar uchun to'g'ri kelavermaydi. Marketingligi tadqiqotlarda onlayn auditoriyalarni qollash olib borildi.

§2.2. Guruhlarning onlayn rejimida birga ishlashning uslublari

Onlayn mulohat turlari va vaqt bo'yisha mezonlar. Onlayn tarzda guruhlik diskussiya shaklining olib borishining ko'plab varianlari, o'ziga hos uslublari bo'yicha har qanday tadqiqot loyihalarda ishlatiladi. Tanlash asosida, o'zaro munosabat turlari orasidagi fundamental farq yotadi; bular haqiqiy vaqt ishida o'tadigan (real-time) rejimidagi muloqat yoki unday bo'lmagan shakli assinxron muloqot bulib, belgilangan vaqt oralig'ida yoki unday bo'lmagan tarzda guruh azolari bir o'rinda bo'lishga nisbatan farqlanadi. Kommunikatsiyaning asinxron email, sinxron shakliga nisbatan, javob yoki echimga vaqtni ancha ko'p talab qiladi.

Sinxron muloqatlar ancha harakatchang va havjlanuvchi, va «yuzma-yuz» joylashgan, qatnashuvshilar tasiriga yondashilgan. Ko'pchilik kompaniyalar, tadqiqot ko'rsatuvincha markazlashgan onlayn guruhlar afzal deb bilib, e.mail. va norma jo'natmalari kabi asinxron texnologiyalarni qo'llandi. Sinxron o'zaro bo'g'liklik yoki vaqt bo'yicha haqiqiy o'zaro bo'g'liklik markazlashgan onlayn guruh a'zolari arasida munosabatni yanada yorqinroq ko'rsata oladi.

Markazlashgan asinxron onlayn-guruhlar. Qo'llanilishi bo'yicha eng eski va keng qo'llaniladigan, kom'pyuter orqali o'zaro munosabatni taminlaydigan guruh shaklidagi o'zoro munosabat shakliga forum va e.mail kiradi. Kom'pyuter kommunikatsiyali sferasiga grafik elementlarni kiritish imkoniyati turidagi rivojlanish, asinxron shakildagi kommunikatsiya bilan etiborga olinmagan. Matinli xabarlar, guruh munosabati, tovushli, grafik ko'rinishda xabarlar va munosabatlarni olib borichiga asoslangan. Max Lafminning tasdiqlagaicha haqiqatdan o'zaro muloqat singari realistik bo'lishi mumkun, shu bilan birga katta ekrandagi analogka moslashuv singari o'quvchi kitobni o'qichicha emotsional kirishi mumkun. Ko'pchilik hollarda, faol qatnasuvchilar va interpretatsiya imkoni sheklanmagan matnga kirish qobilyati ushbu harakatni ekranda ko'richi va kuzatuvchi sifatida va harakat interpretatsiyasi tayyor turda berilgan ko'rinishga

qaraganda ancha yorqinroq beriladi. Markxamning taqidlashicha matn tovushdagi nozik farqni bera olmasligi singari tovush matnning nozik farqini etkaza olmaydi.

Asinxron muloqatga elektron norma va forumlar kiradi. Forumlar maxsus dasturiy ta'minotni talab etadi, qatnashuvchilar shakllar yordamida ma'lumotlarni shakllantiradi. Ba'zi forumlarga ma'lumotlarni tuzadi. Ba'zi forumlarda ma'lumotlar tarixini yoki muloqatning to'g'ridan-to'g'ri qatnashuvchilarin o'qishi uchun shatli tarzda ro'yxatdan o'tadi.

Ro'yxatdan o'tish tadqiqot instrumenti sifatida juda ahamiyatli. Uning asosida qatnashuvchilar monitoringi olib boriladi, forum o'tkaziz bo'yicha qatnashuvchilar harakati haqidagi malumotlar yig'iladi: qism yoki joylarni sarf qilingan vaqt. Bundan tashqari IP-manzilni aniqlash forumga tashrif buyirganlar sonin hisoblash va ularning joylashuv geografiyasin beradi. Bunda uchbu ma'lumot boshqa qatnashuvchilardan sir saqlanadi va hususiy javoblarning anonimligin taminlaydi. Boshqa tarafdin, forumga kirish, ya'ngi ishtirokchi uchun murakkab bo'lishi mumkun va u elektron norma bo'yicha yozishni maqul ko'radi. Bundan tashqari elektron xat yozishda to'lov faqat jo'natilgan xat uchun olinadi (trafik ham sarflanadi, lekin forumda –sahifaning har bir yangilanishi uchun. Uchbu nazarda qaraydigan bo'lsak, internetning past tezligi holatida yoki hisobdagi minimal summada, elektron pochta yozish afzal bo'ladi. Tarmoq yo'natmalari – dostup rejimidagi asinxron o'z-aro muloqat shakli. Ularga ro'yhatdan qatnashish mumkun va mazmunni erkin rejimda, markazlashgan onlayn guruhlar uchun tarmoq yo'natmalarin qo'llanishni taminlamaydi. Sinxron markazlashgan onlayn guruhlar onlayn kommunikatsiyaning sinxron shakli har hil turda va geometrik progressiya turida rivojlanadi. Asinxron turdan farqi bu erda faqat matn emas, grafik ko'rinishlar ham qo'llanilishi mumkun. Buasinxron metodtan, afzalligi «ikkinchi tarafda» muloqatchining bo'lish faktin anglash muloqat chog'ida nazarga olinmagan holatni yaratadi. Muloqot chog'idagi emotsiya va sezimlar, chatlarda yanada yorqinroq ko'zatiladi. Forumlar va elektron xatlar xatlarni yozishning adabiy shaklin nazarga oladigan bo'lsa, chatda yozish, erkin uslubda bajariladi. Tabiiyki, chatlarda muloqat yozishni ko'zlasa, «xat

harakati» shakilda, materialni tor ma'noda beradi. Lekin, foydalanuvchilar bu to'siqni echmaylik, fatiq shaklidagi «harakatlanuvchi ifodalar» bilan o'zgartirdi. Ushbu yondashishda mavzu albatda yo'rqinroq bo'ladi.

Kontentli tahlil qilish. Onlayn muloqatga va ushbu soha tadqiqotlariga muloqatning verbal bo'lmagan kompanentlari haqida ma'lumotning bo'lmashligi; mimikalar, jest, komunikatlar orasidagi oraliq Kontekstdan olingan, matnli ma'lumotlar, uning qisman elementlarin adekvat tarzda moslashtirish uchun murakkab ko'rinishda bo'ladi. Insonlarning haqiqiy o'zaro munosabatida «yuzma yuz» muloqatda ushbu elementlar ajralib chiqadi, va ularni tahlil qilish uchun shartli material qilib beradi. Internetdan olingan, matndagi shunday elementlarni ajratib berish, onlayn xabarlarining afzal ekanligi haqidagi tasdiqlashga kontr argumentlarni olg'a suradi. Ushbu asosda offlayn ma'lumotlar kategoriyasi solishtirganida, onlayn ma'lumotining kuyidagi 3 belgisin ajratish mumkun.

1. SHakil- offlayn konteksti bilan to'lig'i bilan solishtirishi mumkun. Elektron xatlar, forum va chatlardagi xabarlar, qandayda bir xodisa va xolatga nisbatan qatnashuvshilarning individual pozitsiyasidan iborat. Elektron yozishdagi xatlar ancha aniq, ulangan va adabiy usulda beriladi, shu bilan yuksaklik va dildan yaratiladigan muhitni kashf etadi. Le Boskoning takidlashisha, onlayn guruh qatnashuvchilari muloqatga kirishganda va o'zlarining oddiy guruhlaridan yiroqlashganida ochiq muloqatga kirish sezimi ko'zatiladi, muloqatning sinxron bo'lmagan shakillari (forum) xabarlarni yozishning adabiy uslubida bajarilar shu bilan birga sixron shakillar (chat) xabarlarni yozishning tezlikli tempin nazarga oladi va muloqotning ancha tezkor va nazarda olinmagan uslubin vujudga keltiradi. CHat rejimida markazlashgan onlayn-guruhlarini qo'llash umumlashtirish bilan oddiy uzgacha ma'lumotlarni olish mumkun.

2. Uslub offlayn tatqiqotlaridagi o'z-aro muloqotning verval bo'lmagan belgilari bilan solishtiriladi. Demak, tashrif buyurgan insonning kayfiyatini, emotsiya va sezimlarini, shrift uslubi, harf rang, bosh harflarin foydalanishlariga qarab bilish mumkun. YOzish uslubi tabiiy bo'lmashligi va yangi tashrif buyuruvchilarni chalg'itishga qaramasdan, foydalanuvchilar xabarlarni turli

belgilar bo'yicha anlashi mumkun. Xabarlarni intertpretatsiyalash imkoniyatiga ega tadqiqotchi uchun, ushbu ma'lumotlar terang manoga ega buladi.

3. Kontent-verval komponent bilan solishtiriladi ya'ni respondent so'zlar yordamida uzini, uz fikrin, sezimlarin ifoda qiladi. Ushbu 3 belgi, onlayn tadqiqot qay o'rinda o'tkazilishiga, qanday uslubda o'tkazilishiga va taxminining qanday uslubda qo'llanilishi uchun ahamiyatli uringa tutadi. Holat, uzini tutish qoydasi, emotsiya va sezimlar matn bilan beriladi va uquvchi tarafidan tiklanadi. Stoun eslatib o'tkanidek: <U yoqqa jo'natiladigan va simlar bo'yicha teskari keladigan jo'natmalar faqatgina xabar emas aslida bu mazmun-fizik ob'ektlar emas, lekin uylarning ma'nosi, xar qanday teranglik darajada va chigallikdan qayta tiklanishi mumkun.

§2.3. Google qidiruv tizimidagi online rejimi imkoniyatlaridan foydalanish

Google- bu bizga to'g'ri Internet resurslarini tezkor topish imkonini beradi va eng kuchli va mashhur Internet qidiruv tizimlaridan biri hisoblanadi. Bu yirik Korporatsiya hisoblanib, keng imkoniyotli bir qator xizmatlarni kursatadi. Google o'ziga xos xususiyatlariga va katta ishonchlikka ega.

Google uzining barcha xizmatlaridan foydalanish maqsadida akkaunt online holati mavjud.

Google qidiruv tizimidagi online holatida akkaunt yaratish, bu (yoki akkaunt deb bir xil narsa uchun) Google xizmatlaridan ko'pchilik kirish uchun degan ma'noni anglatadi.

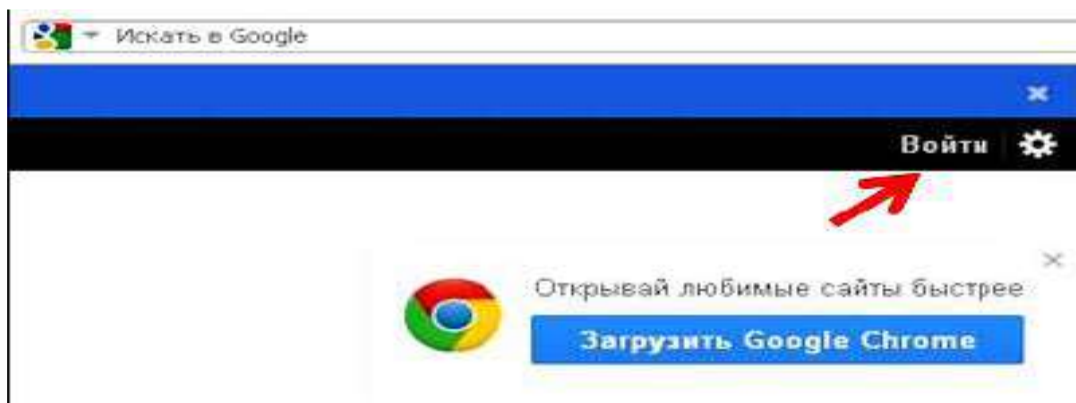
Bizning Asosiy maqsadimiz –Google yordamida xujjatlar va taqdimotlar yaratish sanaladi.

Google qidiruv tizimida online holatida akkaunt algoritmini yaratish kuyidagi ketma-ketlikda olib boriladi:

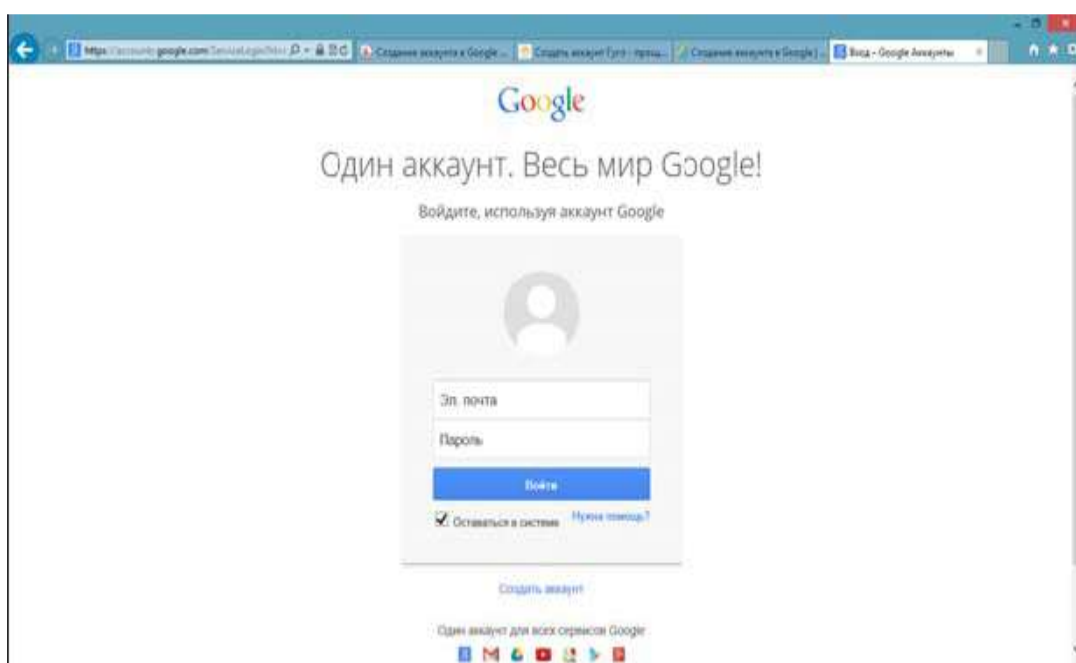
1. Kompyuterni yuqlash bilan internetga kirish imkoniyoti mavjudligi.
2. brauzerni yuklaymiz.
3. Google bosh sahifasiga kiritiladi, qidiruv qatoriga google.uz kiritamiz va «Enter» tugmachasini bosamiz. Ekranda kuyidagini ega bulamiz:



4. Yuqori o'ng burchagidagi «Voyti» tugmasini bosaiz. «Akkaunti» sahifasi ochiladi.



5. «Sozdat akkaunt» tugmachasini bosamiz.



6. Ro'yxatdan o'tish sahifasi ochiladi:

Зарегистрируйтесь в Google

Весь Google

Создайте один-единственный аккаунт и пользуйтесь любимыми сервисами Google!

Удобный Google

Редактируйте вид профиля, изменяйте настройки сервисов.

Мобильный Google

Как вас зовут

Имя Фамилия

Придумайте имя пользователя

Использовать текущий адрес эл. почты

Придумайте пароль

Подтвердите пароль

Дата рождения

день месяц год

Пол

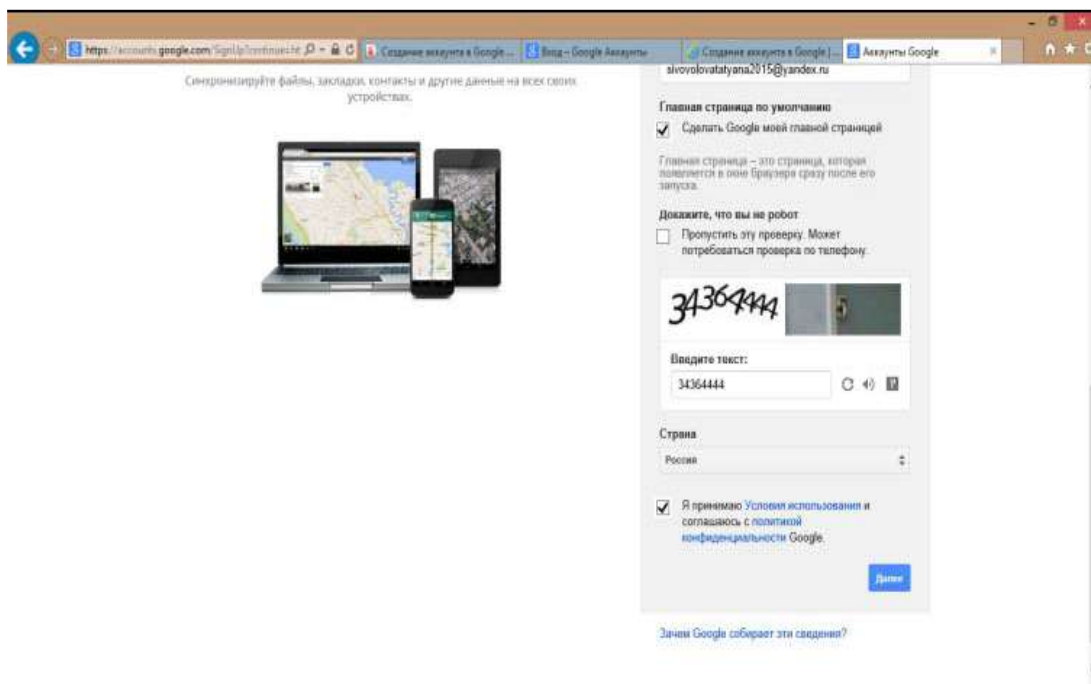
Мобильный телефон

+7

Заранее адрес эл. почты

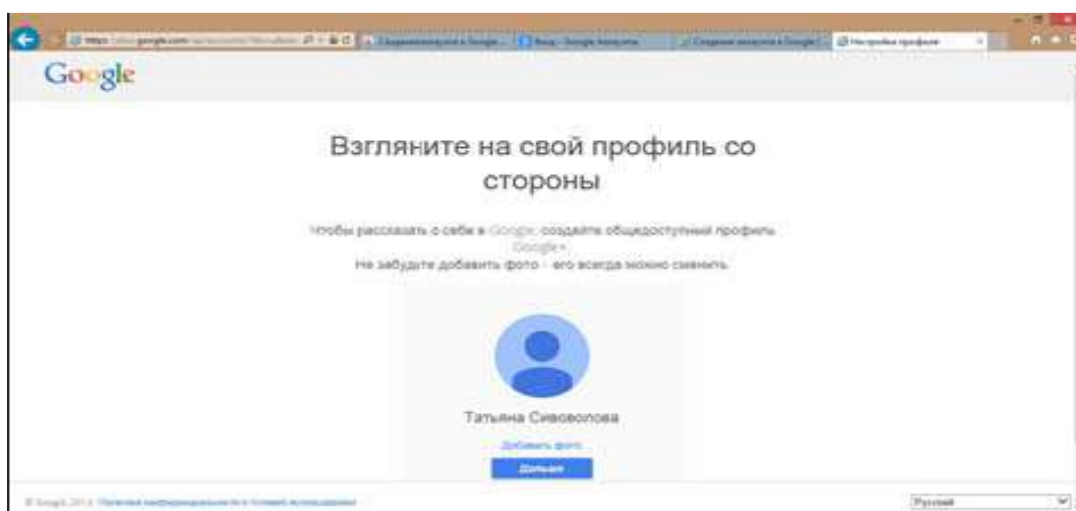
7. Sahifada to'ltirilishi sart bulgan maydonlarni barchasi kiritiladi:

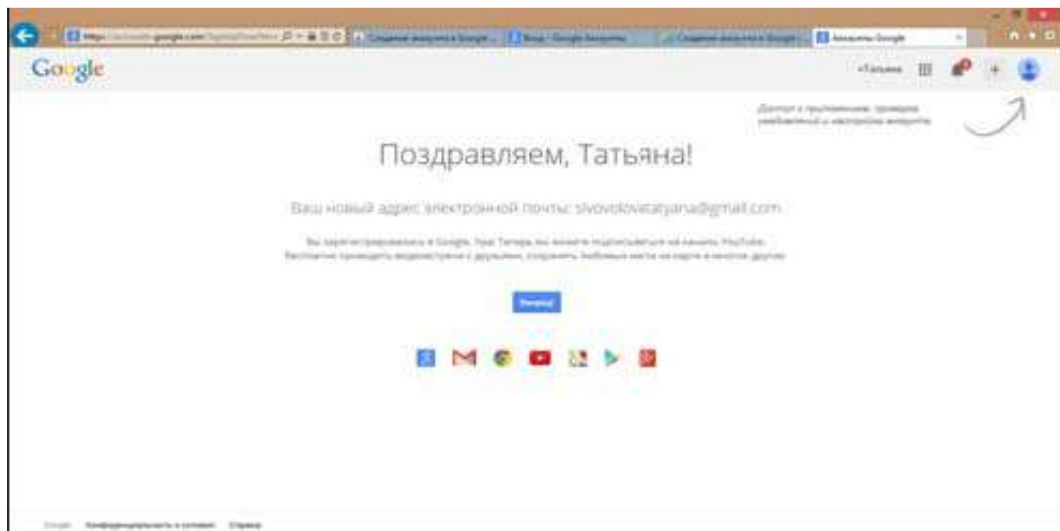
- Rus tilida ularning amaldagi ismi va sharifi ko'rsatilari.
- Foydalanuvchining nomi va (logini) harflar raqamlar bilan ruxsat etilgan maydonlar ingliz harflari bilan tuluqtirilishi lozim. Agar berilgan ma'lumotlar noyob bulmasa unda ro'yxatga olish vaqtida katakcha yozuvida qizil belgilar hosil buladi, u holatda nomlanish variantlari kaytadan beriladi va ushbu jarayon berilgan ma'lumotlar noyob bulsa unda ro'yxatga olinadi.
- Tug'ilgan kun va jinsi maydonlarini to'ldiramiz.
- Mobil telefon raqami uchun ajratilgan maydonlarini to'ldiramiz.
- Aloqa e-mail manzili uchun yandex.ru yoki mail.ru bo'yicha mavjud amalda foydalaniliyatgan e-mail kiritiladi. Login yoki parolni yo'qotgan vaqtda ushbu berilgan e-mail yordamida qayta ishlatiladi.



• Kataksh yozuv maydonchasiga "Foydalanish shartlarini qabul qilaman va Google maxfiylik siyosatiga kelishaman " belgi quyiladi. Keyingi katakshaga tekshirish kodi kiritiladi.

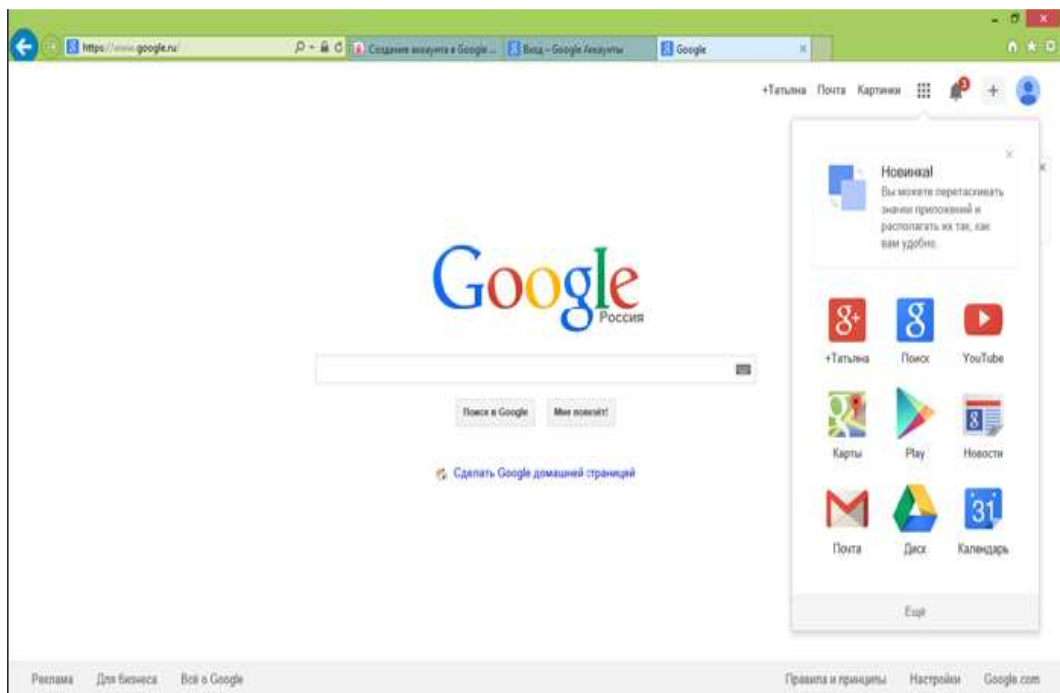
8. «Dalee» tugmachasi bosiladi.





9. «Vpered» tugmachasi bosish orqali sozlash imkoniyati hosil buladi (bundan foydalanish ham foydalanmaslik ham mumkun).

Google qidiruv tizimida sizning birinchi hujjatingizni yaratish uchun tayyor holotga keladi. «SERVISI» tugmachasini bosish orqali Google qidiruv tizimida akkaunt holatiga kirish imkoniyoti hosil buladi.



Keyin yaratish kerek bulgan hujjat turi tanglanadi, yoki mavjud bulgan fayl yuklanishini tanlanadi.

Keyin ushbu hujjattan foydalanish huquqi bor bulgan foydalanivchilarning boshqalarga ruxsat berish yoki hatto uni nashr qilish uchun manzillarini berish mumkun.

Google xizmatlari onlayn holati yordamida hujjatlar ustida qayta ishlash, yaratish va taqdimotlarni yaratishni amalga oshirilishi mumkin.

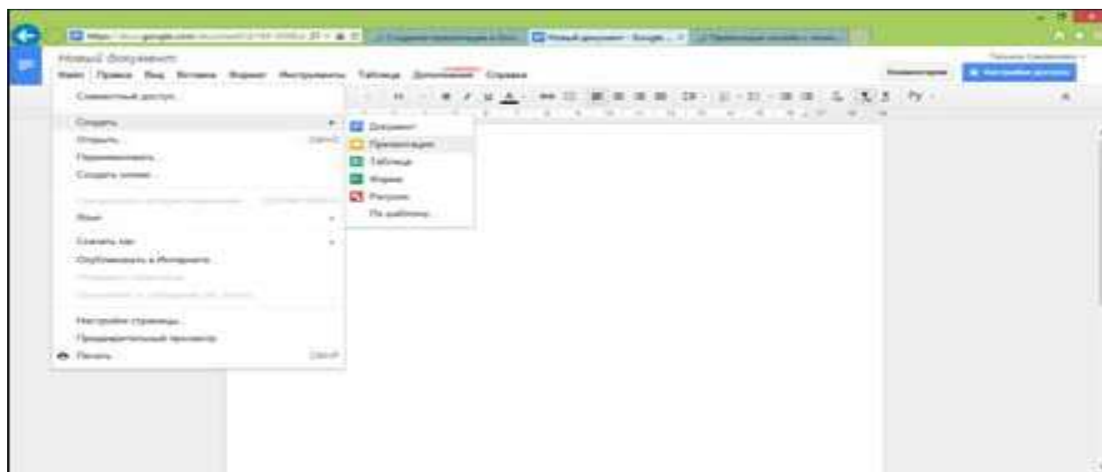
Bu usulning afzalliklari quyidagilardan iborat:

hujjatlarni qayta ishlash va taqdimotlarni yaratish uchun Microsoft word
yoki Microsoft PowerPoint kabi maxsus dasturlar kerak bulmaydi;

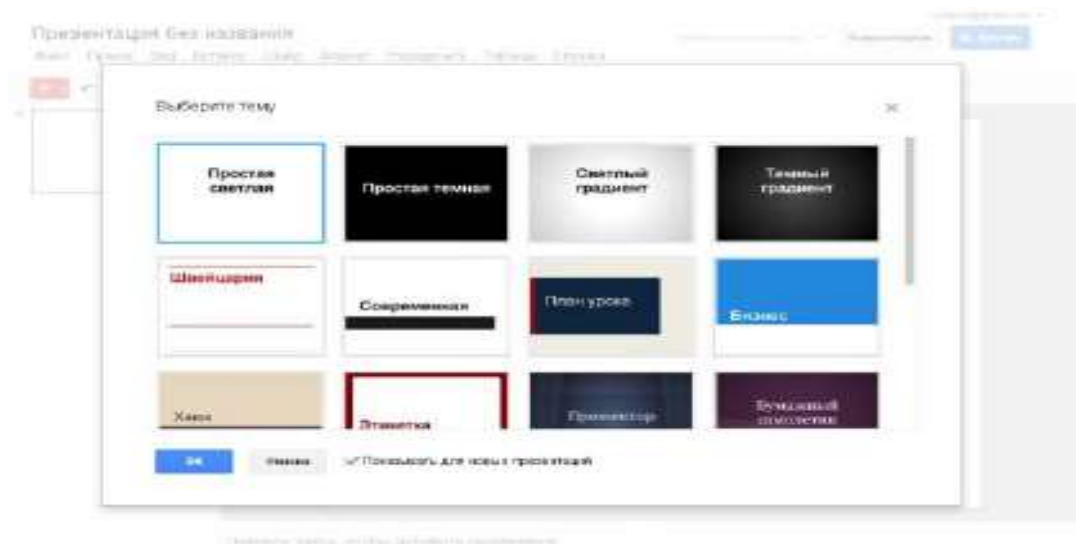
- siz qaerda bulsangizda, juda oson turda taqdimotlar boshqarish mumkun;
- qayta ishlovchi guruhi tomonidan yagona hujjat yoki taqdimot yaratish mumkin.

Birinchi taqdimot yaratishni kurib utamiz:

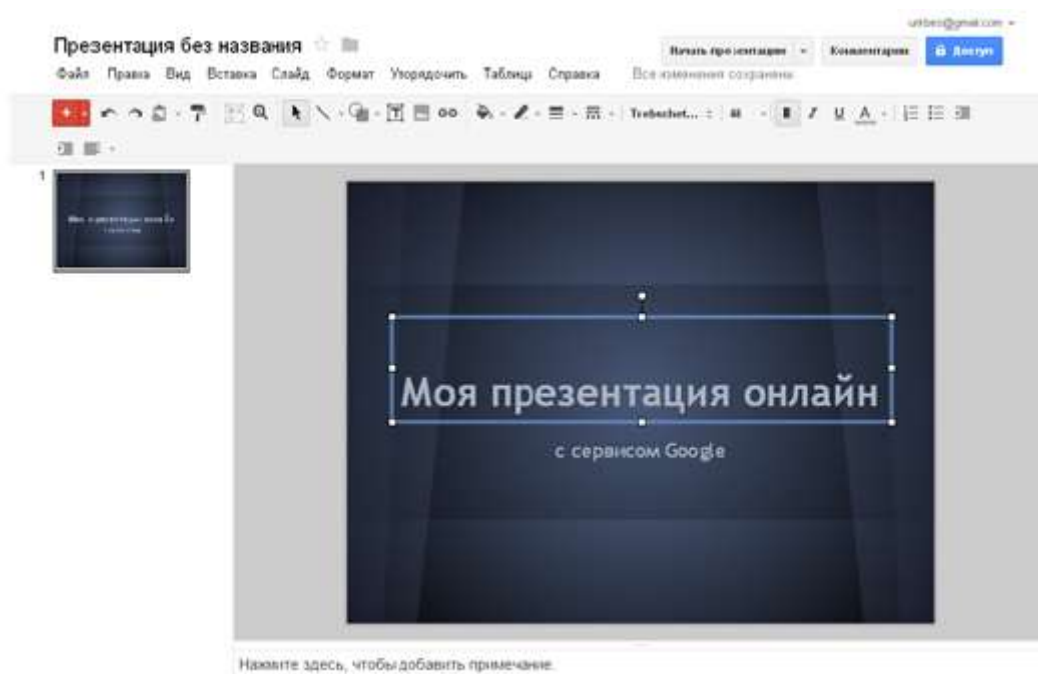
Buning holatimizda xizmatlar uchun hujjat tanlanadi va keyin yangi hujjat oynasi ochilgan sung menydan Fayl-Sozdat-Prezentatsiya tanlanadi.



Bundan sung matn muharririda onlayn o'rnatiladi va kerakli hujjat yoki mavzu tanlanadi. Mavzu tanlanaishdan sung «OK» tugmachasi bosiladi.

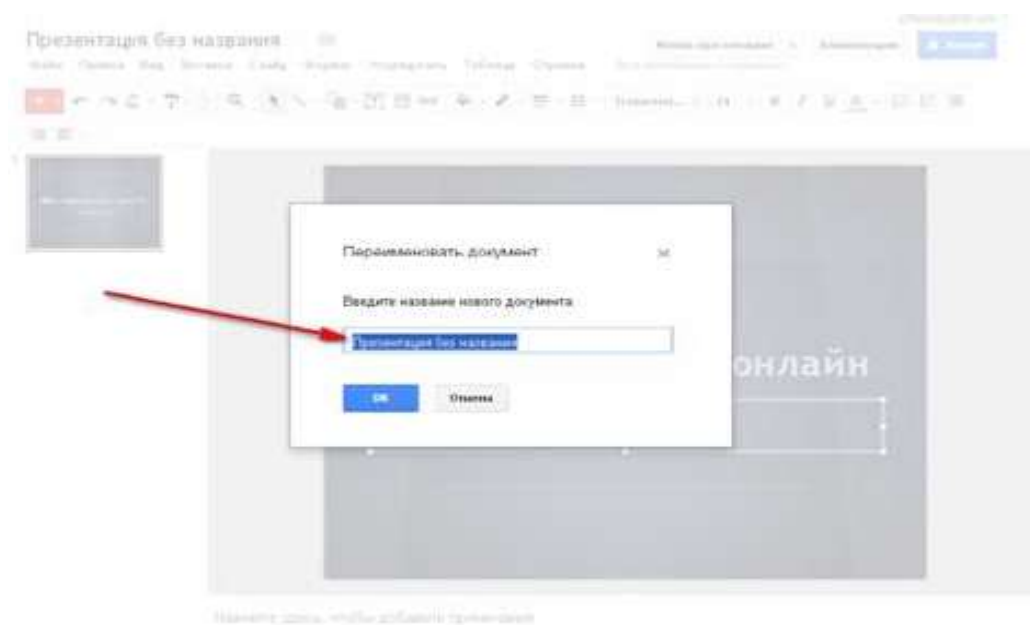
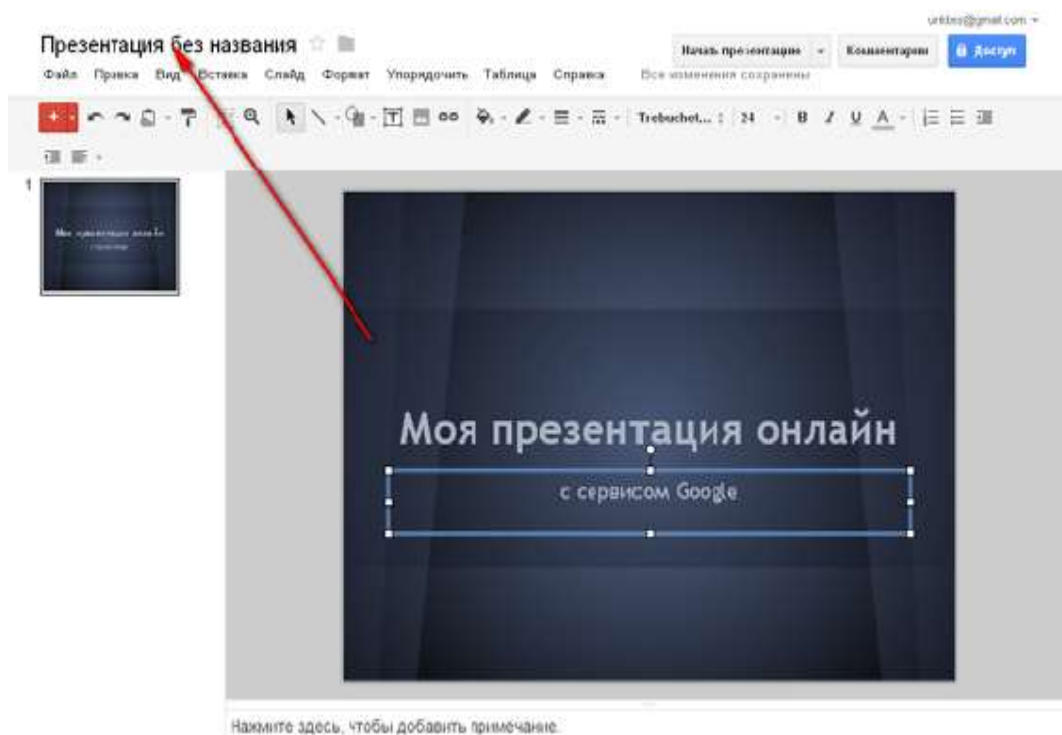


Bu yerda taqdimot muharriri kursatilgan



Ushbu jarayon juda funktsional va qulay hisoblanadi. Sizning taqdimotingiz uchun yangi slaydni kiritish uchun chap burchagida qizil "+" belgisini bosish orqali bajariladi.

Google taqdimotlar muharriri interfeysi intuitiv va taqdimotlarni tushunish uchun qiyin bo'lmaydi, sababi hosil bo'lgan oynada taqdimotni o'zgartirish uchun sizga kerakli bulgan ma'lumotlarni kiritishning qulay imkoniyatiga ega buladi.



Ishning yakuniga karay quyidagi oyna xosil buladi.

«Вы Поиск Картинки Карты Play YouTube Новости Почта Диск Календарь Ещё»

Google

Диск Сортировка ▾ Галерея Настройка

создать

* Мой диск
Доступно мне
Помеченные
Недавние
Скрыть ▾

Действия
Offline Docs
Все файлы
Корзина
Владелец, тип, другое ▾
Загрузить Диск Google

☐	заголовок	Владелец	Последнее измене...
☐ ☆	Презентация без названия Мой диск	я	8:40 »
☐ ☆	фото сочи 2012.zip Фотографии доступе Мой диск	я	1 авг. »
☐ ☆	фото сочи 2012.zip Мой диск	я	1 авг. »
☐ ☆	Запись на 30 минутную бесплатную консультацию по Skype Мой диск	я	18 июля »
☐ ☆	Unity Task Switching в совместном доступе	John Lee	1 июля John Lee
☐ ☆	metro.jpg Мой диск	я	9 июня »
☐ ☆	запись на платную консультацию по skype Мой диск	я	7 июня »
☐ ☆	СРЮ ошибка.png Мой диск	я	7 июня »
☐ ☆	index.html Личная консультация в skype	я	5 июня »
☐ ☆	e_c38682.jpg Личная консультация в skype	я	5 июня »
☐ ☆	zarizataya_soushas.png Личная консультация	я	5 июня »
☐ ☆	Личная консультация в skype Мой диск	я	5 июня »
☐ ☆	ПОСТАНОВЛЕНИЕ 380от 25.04 12.doc Мой диск	я	1 мая »
☐ ☆	Отзыв о семинаре Удобный серфинг в интернете Мой диск	я	01.12.11 »
☐ ☆	Запись на вебинар "Резервное копирование или как защитить windows от падения	я	24.11.11 »
☐ ☆	онлайн семинар "Ускоряем Windows" Мой диск	я	21.11.11 »

Вот наша презентация

XULOSA

Internet tarmog`idan foydalanuvchilar uchun bugungi kunda turli xil dasturlardan maqsadli foydalanish, ma`lumotlarni o`z vaqtida olish va ularning manziliga to`g`ri yetkazish har bir inson uchun muhim sanalib ushbu imkoniyatlardan samarali foydalanish kerakli bo`lgan axborotni samarali qidirish va tez topish imkoniyatini beradi.

Bitiruv malakaviy ishida Googlee qidiruv tizimida elektron pochtdan foydalanish bilan birgalikta ma`lumotlarni almashish uslubiylati tahlil qilindi.

Ishning ikkinchi bobida bitiruv malakaviy ishining mazmununi tashkil qiluvchi Googlee qidiruv tizimida elektron pochtdan foydalanish uslubiylarini urganishga qaratilgan bo`lib unda elektron pochtda axborotlarni almashish uslubiylatlari, uning yutuqlari va kamchiliklari keltirilib o`tilib, Googlee qidiruv tizimida akkaunt onlayn rejimidan foydalanuvchi uchun ahamiyatili jihatlarlari ochib ko`rsatilgan va ma`lumotlarni almashish uslubiylati ko`rib chiqilgan.

Bitiruv malakaviy ishining asosiy natijalarini quyidagicha keltirib o`tsak bo`ladi:

- Internet tarmoqlari resurslaridan foydalanish texnologiyalariga asoslangan uslubiyl adabiyotlarni o`rganish;

- internet tarmog`idan axborot resurslaridan foydalanish texnologiyalarl masalalarl bilan ishlash imkoniyatlari;

- Elektron pochta turlari va unda axborotlarni almashish uslubiylatlari adabiyotlarni o`rganish;

- Googlee qidiruv tizimida akkaunt onlayn rejimidan dasturining foydalanuvchi uchun imkoniyatlarini o`rganishga asoslangan ahamiyatili jihatlarini bilan tanishish.

Ushbu ishning natijalarl amaliyl ahamiyatga ega bo`lib barcha foydalanuvchilar uchun metodik ko`rsatma sifatida foydalanilsa yaxshi natijaga erishsa bo`ladi.