

**MILLIY INTERNET SEGMENTI FOYDALANUVCHILARI
TOMONIDAN AXBOROTNI ISTE'MOL QILISH
STRATEGIYALARINING PSIXOLOGIK VA GENDER XUSUSIYATLARI:
RAQAMLI MUHITDA AXBOROTNI ISTE'MOL QILISH
MEXANIZMLARINING NAZARIY TAHLILI**



<https://doi.org/10.24412/2181-1784-2026-20-708-711>

Ishankulov Farxod Parmanovich

AIFU psixologiya fakulteti magistranti.

Toshkent shahri, farxod_ishankulov@mail.ru.

Annotatsiya: Ushbu maqolada O'zbekiston milliy internet segmenti foydalanuvchilarining axborotni qabul qilish, qayta ishlash strategiyalari psixologik va gender nuqtayi nazaridan tahlil qilinadi. Tadqiqotda evristik-tizimli model va konstruksiya darajasi nazariyasi asosida raqamli muhitdagi kognitiv mexanizmlar o'rganilgan. 2021–2026-yillarga oid statistik ma'lumotlar asosida internetdan foydalanish dinamikasi, gender raqamli tafovuti va platformalararo afzalliklar yoritilgan. Natijalar shuni ko'rsatadiki, axborot iste'moli matnga asoslangan formatdan audio-vizual formatga o'tmoqda, shuningdek, hissiy omillar va smartfonga bog'liqlik darajasi yuqoriligicha qolmoqda. Maqola yakunida raqamli savodxonlikni oshirish va gender tengligini ta'minlash bo'yicha strategik tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: axborot iste'moli, psixologik xususiyatlar, gender tafovuti, raqamli savodxonlik, O'zbekiston internet segmenti, kognitiv strategiyalar, smartfon bog'liqligi.

Abstract: This article analyzes the information perception and processing strategies of users in the national internet segment of Uzbekistan from psychological and gender perspectives. The study explores cognitive mechanisms in the digital environment based on the heuristic-systematic model and construal level theory. Drawing on statistical data for 2021–2026, the dynamics of internet usage, the gender digital divide, and cross-platform preferences are highlighted. The results indicate that information consumption is shifting from a text-based format to an audio-visual format, while emotional factors and levels of smartphone dependency remain high. The article concludes with strategic recommendations for enhancing digital literacy and ensuring gender equality.

Keywords: information consumption, psychological characteristics, gender divide, digital literacy, Uzbekistan internet segment, cognitive strategies, smartphone dependency.

Аннотация: В данной статье анализируются стратегии восприятия и обработки информации пользователями национального сегмента интернета Узбекистана с психологической и гендерной точек зрения. В исследовании изучены когнитивные механизмы в цифровой среде на основе эвристико-систематической модели и теории уровней конструирования. На основе статистических данных за 2021–2026 годы освещены динамика использования интернета, гендерный цифровой разрыв и кроссплатформенные предпочтения. Результаты показывают, что потребление информации переходит от текстового формата к аудиовизуальному, при этом уровни эмоциональных факторов и зависимости от смартфонов остаются высокими. В завершении статьи даны стратегические рекомендации по повышению цифровой грамотности и обеспечению гендерного равенства.

Ключевые слова: потребление информации, психологические особенности, гендерный разрыв, цифровая грамотность, интернет-сегмент Узбекистана, когнитивные стратегии, зависимость от смартфона

KIRISH (INTRODUCTION)

O‘zbekistondagi raqamli transformatsiya jarayonlari kognitiv mexanizmlar, hissiy reaksiyalar va ijtimoiy-madaniy normalar kesishmasida shakllanadigan o‘ziga xos axborot ekotizimini yuzaga keltirdi. Milliy internet segmentida axborot iste‘moli shunchaki ma‘lumot olish jarayoni bo‘lmay, shaxsning psixologik xususiyatlari va jamoaviy xulq-atvor namunalari bilan belgilanadigan murakkab faoliyatga aylandi [1].

Axborot iste‘moli strategiyalarini tahlil qilishning asosida evristik-tizimli model yotadi. Ushbu model xabarlarini qayta ishlashning ikki yo‘lini taklif qiladi: chuqur tanqidiy tahlil (tizimli yondashuv) va manba nufuzi yoki hissiy bo‘yoq kabi yuzaki belgilarga tayanish (evristik yondashuv) [3]. Axborot ko‘pligi sharoitida milliy segment foydalanuvchilari tizimli tahlilga ketadigan vaqt sarfini kamaytirish, ba‘zan esa bu kabi ko‘nikmalarning shakllanmaganligi tufayli ko‘p hollarda evristik strategiyalarga murojaat qilmoqdalar.

Psixologik jihatdan axborot iste‘moli konstruksiya darajasi nazariyasi bilan ham chambarchas bog‘liq. Bu nazariyaga ko‘ra, obyektgacha bo‘lgan psixologik masofa, ya‘ni makon, vaqt yoki ijtimoiy masofa uni idrok etish darajasini belgilab beradi [3]. Inqirozli vaziyatlarda foydalanuvchilar ko‘pincha past konstruksiya darajasiga o‘tadilar, ya‘ni lokal va aniq tafsilotlarga e‘tibor qaratadilar, bu esa o‘z navbatida bezovtalikni oshirishi mumkin [4].

Hissiyotlar axborot tarqalishida hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Hissiy jihatdan boyitilgan kontent neytral xabarlariga qaraganda ancha tezroq va kengroq tarqaladi [5]. Ijobiy his-tuyg‘ular murakkab ma‘lumotlarni tushunishga yordam bersa-da, detallarni idrok etish aniqligini pasaytirishi mumkin [5]. Salbiy his-tuyg‘ular (qo‘rquv yoki g‘azab kabi) esa foydalanuvchilarni axborotni batafsil tahlil qilishga majbur qiladi. Ammo shu bilan birga tarmoqda mantiqsiz xatti-harakatlarga, jumladan, noto‘g‘ri ma‘lumotlarni tarqatishga sabab bo‘lishi ham mumkin [3].

Tadqiqot metodologiyasi (Methods)

Ushbu tadqiqotda nazariy tahlil va statistik ma‘lumotlarni qiyoslash usullaridan foydalanildi. Tadqiqot obyekti sifatida O‘zbekiston milliy internet segmentining 2021–2026-yillardagi rivojlanish tendensiyalari olindi. Ma‘lumotlar manbayi sifatida 2024–2025-yillarda chop etilgan DataReportal, BMT Taraqqiyot Dasturi (UNDP), O‘zbekiston Milliy statistika qo‘mitasi va xalqaro tadqiqot institutlarining hisobotlari ishlatildi. Shuningdek, kognitiv strategiyalarni o‘rganishda “Google effecti (ta’siri)” va evristik-tizimli model doirasidagi akademik tadqiqotlar o‘rganildi.

Tadqiqot natijalari (Results)

1. Milliy internet segmentining dinamikasi va tuzilishi

2021 yilda aholining 76,6 foizi internetdan foydalangan bo‘lsa, bu ko‘rsatkich muntazam ravishda oshib, 2023 yilga kelib 89 foizga etgan. Bu har yili kamida 5-7 foiz punktga o‘sish kuzatilganini ko‘rsatadi. 2024 yilda internetdan foydalanuvchilar ulushi 93,3 foizga etganligi, 2025 yilning yanvar-avgust oylarida esa bu ko‘rsatkich 94,2 foizni tashkil etganligi mamlakatimizda internetga kirib

borish darajasining qariyb universal qamrovga erishganini bildiradi. To‘rt yildan kamroq vaqt ichida internet kirib borish darajasi qariyb 18 foiz punktga (76,6 foizdan 94,2 foizga qadar) oshgan.[6]

Mobil internet tezligining 2025-yilda 53,4 foizga oshgani iste‘mol strategiyalarini tubdan o‘zgartirdi: foydalanuvchilar uzun matnlardan og‘ir multimedia formatlariga (video, podkastlar) o‘tdilar [7].

2. Kognitiv strategiyalar va psixologik determinantlar

O‘zbekistondagi foydalanuvchilarning axborot xatti-harakatlarini bir necha strategiyalarga ajratish mumkin. Eng ko‘p tarqalgan strategiya – “lentada yashash” (life in the feed) bo‘lib, bunda ijtimoiy tarmoqlar asosiy bilim manbayi bo‘lib xizmat qiladi [1]. Odatda ushbu strategiya doirasida uchta rejim ajratiladi: sarlavha va rasmlarni tezkor ko‘zdan kechirish (*skanerlash*); o‘qish jarayonida matnning umumiy mazmunini ilg‘ash (*skimming*); qiziqish uyg‘otgan kontentni batafsil o‘rganish (*o‘qish*) [1].

“Google effekti” milliy segmentda ham yaqqol namoyon bo‘lmoqda: foydalanuvchilar ma‘lumotning o‘zini emas, balki unga boradigan yo‘lni eslab qolishga moyil [2].

3. Gender raqamli tafovuti

Statistik ma‘lumotlarga ko‘ra, erkaklar va ayollar o‘rtasida internetdan foydalanish darajasidagi farq minimal (erkaklar – 95,3 foiz; ayollar – 93,1 foiz). Lekin raqamli ko‘nikmalar darajasida 24 foiz farqni tashkil etadi [10]. Ayollar ko‘pincha raqamli moliyaviy xizmatlardan va davlat xizmatlaridan kamroq foydalanadilar [8].

4. Platformalarga ustunlik berish

O‘zbekistonda mutlaq yetakchi Telegram messenjeri bo‘lib, u internet auditoriyasining 76 foizini (taxminan 25 mln. faol foydalanuvchi) qamrab olgan [9].

Tahlil va muhokama (Discussion)

Axborot iste‘moli foydalanuvchilarning ruhiy salomatligiga sezilarli ta‘sir ko‘rsatmoqda. Ijtimoiy tarmoqlardan haddan tashqari ko‘p foydalanish hissiy kompetensiyaning pasayishiga, o‘z-o‘zini tartibga solish qobiliyatining yomonlashishiga olib kelmoqda [11].

Smartfonga bog‘liqlik muammosi ayniqsa talabalar orasida yuqori. Zamira Shabani tadqiqotiga ko‘ra, talabalarning 48,1 foizi kuniga 4 tadan 6 soatgacha vaqtini smartfonda o‘tkazadi, 84,6 foizi esa qurilmasiz qolganda bezovtalikni his qiladi. Bu bog‘liqlik nafaqat ruhiy, balki jismoniy alomatlar (bo‘yin va bilak og‘riqlari) bilan ham namoyon bo‘lmoqda [12].

Ijtimoiy tarmoqlardagi “nafrat tili” (hate speech) va yolg‘on axborotlarning tarqalishi foydalanuvchilar orasida ijtimoiy keskinlikka sabab bo‘ladi [13]. Raqamli savodxonlikning milliy asoslari hali to‘liq shakllanmagani uchun xotin-qizlar va yoshlar ushbu jarayonlarda ko‘proq himoyasiz qolishmoqda [10].

Xulosalar va tavsiyalar (Conclusion)

Bugungi kunda raqamli muhitda axborotni qabul qilish formati an‘anaviy matnli ko‘rinishdan multimedia va audio-vizual shaklga to‘liq transformatsiya

bo'ldi. Bu jarayonda ma'lumotning mantiqiy va ratsional asoslaridan ko'ra, uning hissiy (emotsional) jozibadorligi foydalanuvchiga ko'proq ta'sir o'tkazmoqda. Shuningdek, raqamli muhitda gender tafovuti hali ham saqlanib qolmoqda va u sifat xarakteriga ega: xotin-qizlarning raqamli ko'nikmalarni egallash darajasi erkaklarga nisbatan pastroq ekanligi kuzatilmoqda. Tadqiqotning eng xavotirli jihatlaridan biri aholi orasida, ayniqsa yoshlar o'rtasida, smartfonga bo'lgan psixologik bog'liqlik darajasining yuqoriligidir. Bu omillar kelgusida raqamli savodxonlik dasturlarini ishlab chiqishda nafaqat texnologik, balki psixologik va gender jihatlarni ham inobatga olish zarurligini ko'rsatadi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Media use habits: what, why, when, and how people read online // <https://www.uxmatters.com/mt/archives/2017/07/media-use-habits-what-why-when-and-how-people-read-online.php>
2. Responses per question / Download Scientific Diagram // https://www.researchgate.net/figure/Responses-per-question_fig1_220889433
3. The influence of cognitive and emotional factors on social media users' information // https://www.researchgate.net/publication/381399807_The_Influence_of_Cognitive_and_Emotional_Factors_on_Social_Media_Users'_Information-Sharing_Behaviours_during_Crises_The_Moderating_Role_of_the_Construal_Level_and_the_Mediating_Role_of_the_Emotional
4. The influence of cognitive and emotional factors on social media users' information-sharing behaviours during crises // <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11200436/>
5. How does emotion affect information communication // <https://arxiv.org/html/2502.16038v1>
6. Digital 2024: Uzbekistan // <https://datareportal.com/reports/digital-2024-uzbekistan>
7. Digital 2026: Uzbekistan // <https://datareportal.com/reports/digital-2026-uzbekistan>
8. Gender digital divide assessment: Uzbekistan // https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-03/Final_Gender%20Digital%20Divide%20in%20Uzbekistan_d.pdf
9. Digital marketing in Uzbekistan: 2025 trends and insights // <https://www.byyd.me/en/blog/2025/10/digital-marketing-in-uzbekistan-2025-trends-and-insights/>
10. Gender digital divide assessment (GDDA) in Uzbekistan // <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2023-03/GDD%20Summary%20-%20eng.pdf>
11. Social media usage and its impact on the emotional competencies of undergraduate psychology students // <https://inforescom.org/article/3551>