

O'ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI JIZZAX FILIALI

ISSN 2181-3884



ZAMONAVIY ILMIY-TEXNIK TADQIQOTLAR

xalqaro jurnali

Vol. 2 No. 3

2026

**International Journal of
Contemporary Scientific
and Technical Research**

**Volume 2 Issue 3
2026**

**Zamonaviy ilmiy-texnik
tadqiqotlar xalqaro jurnali**

**3-son
2026**

**Международный журнал
современных научно-
технических
исследований**

**Том 2 Выпуск 3
2026**



MIRZO ULUG'BEK NOMIDAGI O'ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETINING JIZZAX FILIALI

Xalqaro ilmiy-elektron jurnali

Tahrir kengashi raisi:

P.f.d., prof., O.X. Turakulov

Bosh muharrir:

A.A. Abdumalikov

Tahrir kengashi mas'ul kotibi:

D.M. Jomurodov

Tahririyat hay'ati:

1. B.f.d., prof., S. Murodova (O'zMU Jizzax filiali, UZB)
2. P.f.n., prof., S. Usmanov (O'zMU Jizzax filiali, UZB)
3. T.f.n., dos., S. Tavboev (O'zMU Jizzax filiali, UZB)
4. F.f.d., prof., N. Djusupov (O'zDJTU, UZB)
5. T.f.d., dos., S. Ruzimov (TTPU, UZB)
6. P.f.d., prof., G. Lekerova (SKU, KZH)
7. DSc., Ali Coşkan (ASUI, TR)
8. T.f.d., prof., D. Irgasheva (TATU, UZB)
9. T.f.d., prof., I. Siddikov (NRU TIIAME, UZB)
10. T.f.n., dos., S. Eshkabilov (NDU, US)

Zamonaviy ilmiy-texnik tadqiqotlar xalqaro elektron jurnali (International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research) O'zMU Jizzax filiali Kengashining qaroriga asosan tashkil etilib, 2022-yil 9-sentabrda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №038200 raqami bilan ro'yxatidan o'tkazilgan, shuningdek davlatlararo standartlar talabi asosida O'zbekiston Milliy kutubxonasidan jurnal uchun 2181-3884 ISSN raqami olingan.

© "O'zMU Jizzax filiali" – 2023

Tahririyat manzili:

130100, Jizzax viloyati, Jizzax shahri,
Sh.Rashidov Shox ko'chasi, 259-uy.

RAQAMLI MUHITDA SIYOSIY QADRIYATLARNING TRANSFORMATSIYASI: O'ZBEKISTON YOSHLARI MISOLIDA

Abdukamolov Asrorbek Abdumutolib o'g'li

Jizzax politexnika instituti, uslubchi. e-mail: asrorabdukamalov2002ail@gmail.com

Annotatsiya.

Mazkur maqolada raqamli transformatsiyaning O'zbekiston yoshlari siyosiy qadriyatlari va siyosiy madaniyatiga ta'siri ikkilamchi ma'lumotlar va nazariy-konseptual tahlil asosida o'rganiladi. Empirik baza sifatida Milliy statistika qo'mitasining yoshlar soni va internetdan foydalanishga oid rasmiy ma'lumotlari, DataReportal'ning 2024–2026-yillardagi O'zbekiston bo'yicha hisobotlari, TGStat'ning ochiq Telegram ko'rsatkichlari hamda mahalliy va xalqaro ilmiy adabiyotlardan foydalanildi. Metodologik jihatdan ikkilamchi ma'lumotlarni tahlil qilish, qiyosiy platforma tahlili, hujjatli tahlil va adabiyotlar sintezi metodlari qo'llanildi; Telegram, YouTube va TikTok bir xil kommunikativ maydon sifatida emas, balki turli media mantiqiga ega platformalar sifatida ko'rib chiqildi. Tahlil shuni ko'rsatadiki, raqamlashtirish yoshlarning siyosiy qadriyatlarini oddiy tarzda "an'anaviydan zamonaviyga" o'tkazmaydi, balki ularning namoyon bo'lish shakllari, siyosiy axborot olish usullari va fuqarolik ishtiroki kanallarini o'zgartiradi. Shu bilan birga, algoritmik saralash, axborotning tezkor tarqalishi va auditoriyaning segmentatsiyasi siyosiy qadriyatlarning shakllanish jarayonini murakkablashtiradi. Maqolada media va siyosiy kommunikatsiya sohasidagi tadqiqotchi P. Dahlgrenning "fuqarolik madaniyatlari" yondashuviga tayangan konseptual model taklif etiladi. Mazkur model empirik jihatdan sinovdan o'tkazilmagan bo'lib, kelgusi tadqiqotlar uchun gipotetik asos vazifasini bajaradi.

Kalit so'zlar: siyosiy qadriyatlar, siyosiy madaniyat, raqamli transformatsiya, yoshlar, raqamli siyosiy qadriyatlar, siyosiy ishtirok, ijtimoiy tarmoqlar, Telegram, YouTube, TikTok, O'zbekiston.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЦЕННОСТЕЙ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЁЖИ УЗБЕКИСТАНА

Абдукамоллов Асрорбек Абдумутулиб угли

Джизакский политехнический институт, методист.

Аннотация.

В статье на основе вторичных данных и теоретико-концептуального анализа исследуется влияние цифровой трансформации на политические ценности и политическую культуру молодёжи Узбекистана. Эмпирическую базу составили официальные данные Национального комитета по статистике о численности молодёжи и использовании интернета, отчёты DataReportal по Узбекистану за 2024–2026 годы, открытые показатели Telegram, представленные TGStat, а также отечественная и зарубежная научная литература. Методология исследования включает анализ вторичных данных, сравнительный анализ платформ, документальный анализ и синтез научной литературы; Telegram, YouTube и TikTok рассматриваются не как единое коммуникативное пространство, а как платформы с различной медиалогикой. Результаты анализа показывают, что цифровизация не приводит к простому переходу политических ценностей молодёжи «от традиционных к современным», а трансформирует формы их проявления, способы получения политической информации и каналы гражданского участия. Вместе с тем алгоритмическая фильтрация, высокая скорость распространения

информации и сегментация аудитории усложняют процесс формирования политических ценностей. В статье предлагается концептуальная модель, основанная на подходе «гражданских культур» исследователя медиа и политической коммуникации П. Дальгрена. Данная модель не прошла эмпирическую проверку и рассматривается как гипотетическая основа для дальнейших исследований.

Ключевые слова: политические ценности, политическая культура, цифровая трансформация, молодёжь, цифровые политические ценности, политическое участие, социальные сети, Telegram, YouTube, TikTok, Узбекистан.

TRANSFORMATION OF POLITICAL VALUES IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: THE CASE OF YOUTH IN UZBEKISTAN

Abdukamolov Asrorbek Abdumutolib o'g'li

Jizzakh Polytechnic Institute, Methodologist.

Abstract.

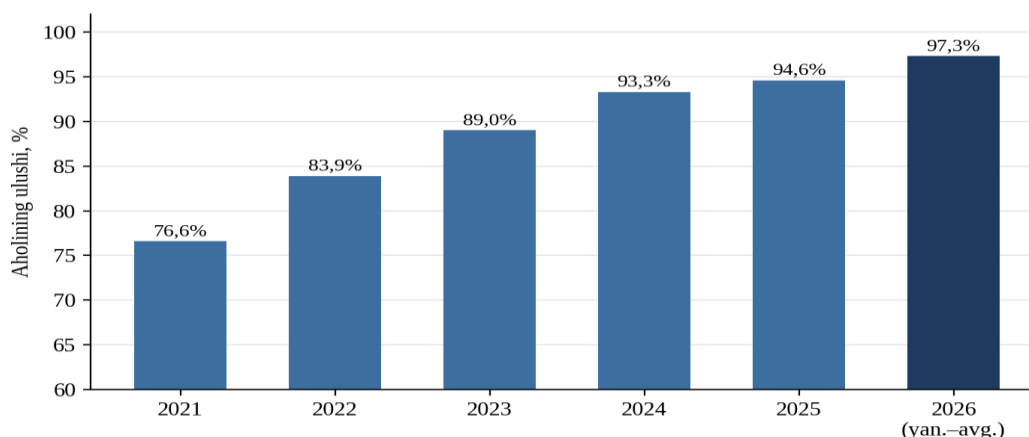
This article examines the impact of digital transformation on the political values and political culture of youth in Uzbekistan through secondary data and theoretical-conceptual analysis. The empirical base includes official data from the National Statistics Committee on the youth population and internet use, DataReportal reports on Uzbekistan for 2024–2026, publicly available Telegram indicators from TGStat, and relevant national and international academic literature. Methodologically, the study employs secondary data analysis, comparative platform analysis, documentary analysis, and literature synthesis. Telegram, YouTube, and TikTok are considered not as a single communicative environment but as platforms characterized by distinct media logics. The analysis indicates that digitalization does not simply shift young people's political values "from traditional to modern"; rather, it transforms the ways in which these values are expressed, the methods through which political information is obtained, and the channels of civic participation. At the same time, algorithmic filtering, the rapid dissemination of information, and audience segmentation make the formation of political values increasingly complex. The article proposes a conceptual model based on media and political communication scholar P. Dahlgren's "civic cultures" approach. The model has not been empirically tested and is intended to serve as a hypothetical framework for future research.

Keywords: political values, political culture, digital transformation, youth, digital political values, political participation, social media, Telegram, YouTube, TikTok, Uzbekistan.

Kirish. Raqamli texnologiyalarning jamiyat hayotining deyarli barcha sohalariga kirib borishi siyosiy kommunikatsiyaning mazmuni va shakllarini ham o'zgartirmoqda. Ayniqsa, yoshlar uchun siyosiy axborot olish, siyosiy masalalarni muhokama qilish, jamoatchilik fikrini bildirish va fuqarolik tashabbuslarida ishtirok etishning yangi kanallari shakllanmoqda.

O'zbekiston sharoitida bu jarayon yoshlarning demografik salmog'i bilan bog'liq. "Yoshlarga oid davlat siyosati to'g'risida"gi Qonunga muvofiq yoshlar toifasiga 14–30 yoshdagi fuqarolar kiradi [1]. Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yil 1-yanvar holatida ushbu yosh guruhidagi aholi soni 9 630 556 kishini, ya'ni mamlakat umumiy aholisining 25,7 foizini tashkil etgan [2]. Demak, yoshlarning raqamli muhitdagi siyosiy xulqi va qadriyatlarini mamlakat siyosiy-madaniy jarayonlarining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi.

Raqamli muhitning kengayishi statistik ma'lumotlarda yaqqol ko'rinadi. Milliy statistika qo'mitasining uy xo'jaliklari tanlanma kuzatuvlariga ko'ra, 10 va undan katta yoshdagi aholining internetdan foydalanuvchilar ulushi 2021-yildagi 76,6 foizdan 2024-yilda 93,3 foizga, 2025-yilning yanvar–avgust oylarida esa 94,2 foizga yetgan [3]. Keyingi nashrlarda shu qo'mita ma'lumotlariga tayanib, 2025-yil uchun 94,6 foiz, 2026-yilning yanvar–avgust oylari uchun 97,3 foiz ko'rsatkichi keltirilgan [4] (1-rasm). Raqamlashtirishning kengayishi davlat siyosati darajasida ham qo'llab-quvvatlanadi, jumladan, 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son Farmon bilan "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi tasdiqlangan [22].



1-rasm. O'zbekistonda 10 va undan katta yoshdagi aholining internetdan foydalanish ulushi, 2021-2026 yillar (%)

Manba: Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan [3; 4]. 2025-yil uchun yillik ko'rsatkich keltirilgan (yanvar-avgust: 94,2 %).

Biroq internetdan foydalanish ko'lamining kengayishi yoshlarning siyosiy qadriyatlarini ham bir xil yo'nalishda va bir xil sur'atda o'zgarganini avtomatik tarzda anglatmaydi. Raqamli makon, bir tomondan, siyosiy axborotga kirish imkoniyatlarini kengaytiradi, turli ijtimoiy va siyosiy qarashlarning uchrashuvi, muhokamasi hamda taqqoslanishi uchun yangi kommunikativ maydon yaratadi. Ikkinchi tomondan esa, axborotning selektiv tarqalishi, algoritmik tavsiyalar, auditoriya segmentatsiyasi, axborot pufakchalari va qisqa formatdagi kontentning ustuvorligi kabi yangi muammolarni ham yuzaga chiqaradi. Natijada yoshlarning siyosiy axborotni qabul qilishi faqat axborot manbalarining ko'payishi bilan emas, balki platformalarning texnologik arxitekturasini, foydalanuvchi odatlari, ijtimoiy tarmoqlardagi muloqot shakllari va raqamli kontentni saralash mexanizmlari bilan ham belgilanadi.

Shu sababli maqolaning asosiy masalasi raqamli texnologiyalar yoshlarni "qanday qilib o'zgartirgani"ni bir yoqlama izohlash emas, balki raqamli muhit siyosiy qadriyatlarining shakllanishi, ifodalanishi va kundalik kommunikatsiyada namoyon bo'lish mexanizmlarini qanday o'zgartirayotganini aniqlashdan iborat. Bunda raqamli platformalar siyosiy bilim olish vositasi, jamoatchilik fikrini kuzatish maydoni, o'z pozitsiyasini ifodalash kanali hamda fuqarolik faolligining yangi shakllari vujudga keladigan kommunikativ makon sifatida ko'rib chiqiladi. Ayniqsa, turli platformalarning axborotni taqdim etish usuli, auditoriya bilan o'zaro aloqasi va kontentning tarqalish mantiqi yoshlarning siyosiy jarayonlarni idrok etishiga turlicha ta'sir ko'rsatishi mumkin.

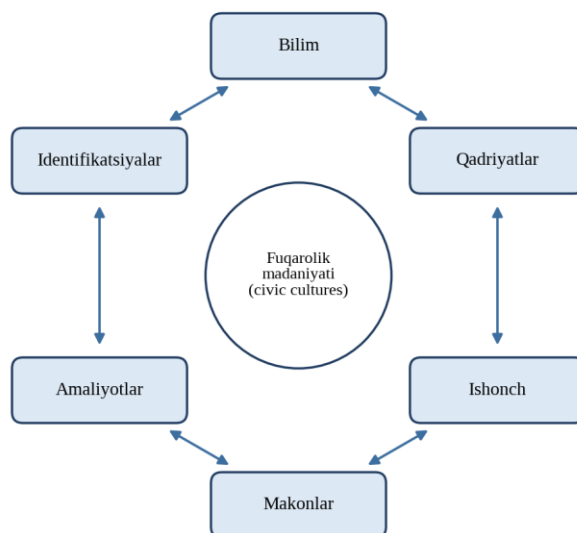
Shundan kelib chiqib, tadqiqot quyidagi savollarga javob izlaydi:

1. Raqamli muhit O'zbekiston yoshlari uchun siyosiy axborot olish, fikr almashish va fuqarolik pozitsiyasini ifodalash borasida qanday kommunikativ imkoniyatlar yaratmoqda?
2. Telegram, YouTube va TikTok platformalari siyosiy kommunikatsiya, axborot tarqalishi va auditoriya bilan o'zaro ta'sir mexanizmlari jihatidan qanday farqli mantiqqa ega?
3. P. Dahlgrenning "fuqarolik madaniyatlari" yondashuvi raqamli siyosiy madaniyatning tarkibiy qismlari, shakllanish omillari va kommunikativ ifodalarini tahlil qilishda qanday metodologik asos bo'la oladi?

1. NAZARIY ASOS VA ADABIYOTLAR TAHLILI

Dahlgrenning "fuqarolik madaniyatlari" yondashuvi

P. Dahlgren siyosiy ishtirokni media kommunikatsiyasi va fuqarolik faoliyati bilan o'zaro bog'liq holda tushuntirish uchun "fuqarolik madaniyatlari" konsepsiyasini ishlab chiqqan. Ushbu yondashuv fuqarolik va siyosiy ishtirokni faqat saylovlarda qatnashish yoki rasmiy siyosiy institutlar bilan munosabat doirasida emas, balki kundalik kommunikatsiya, ijtimoiy tajriba, identifikatsiya va media iste'moli bilan bog'liq murakkab madaniy jarayon sifatida talqin qilish imkonini beradi [12; 103-b.]. Muhimi, ushbu elementlar ketma-ket sabab-oqibat zanjirini tashkil etmaydi. Aksincha, ular bir-birini kuchaytirishi, cheklashi yoki ayrim holatlarda zaiflashtirishi mumkin bo'lgan o'zaro bog'liq tizimni hosil qiladi [12; 103-b.] (2-rasm).



2-rasm. Dahlgrenning fuqarolik madaniyati doirasi: oltita o'zaro bog'liq o'lchov

Manba: P. Dahlgren konsepsiyasi asosida muallif tomonidan tuzilgan [12.B.103].

Ushbu modelni O'zbekiston yoshlarining raqamli muhitini tahlil qilishga moslashtirganda har bir o'lchovni quyidagicha talqin qilish mumkin (1-jadval). Shu bilan birga, raqamli siyosiy madaniyatni faqat ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish bilan o'lchash ilmiy jihatdan yetarli emas: platformadan foydalanishning o'zi siyosiy ishtirokni anglatmaydi.

1-jadval. Dahlgren o'lchovlarining raqamli muhitda talqini (maqola doirasida)

Dahlgren o'lchovi	Raqamli muhitda talqini
Bilim	Internet yoshlarning siyosiy bilim olish imkoniyatlarini kengaytiradi
Qadriyatlar	Fuqarolik mas'uliyati, adolat, ochiqlik, ijtimoiy faollik kabi qadriyatlar institutsional faoliyatdan tashqari, raqamli kommunikatsiyada ham ifodalanishi mumkin
Ishonch	Qaysi manbaga murojaat qilish va qaysi axborotni qabul qilishga ta'sir qilishi mumkin
Makonlar	Ijtimoiy media turli qadriyatlarning namoyon bo'lishi uchun kommunikativ makon yaratadi
Amaliyotlar	Postni tarqatish, videoga munosabat bildirish, izoh qoldirish, onlayn muhokamada qatnashish, jamoaviy raqamli tashabbusni qo'llab-quvvatlash
Identifikatsiyalar	Kommunikativ amaliyotlar orqali siyosiy identifikatsiyaning shakllanishi

Manba: muallif talqini, Dahlgren konsepsiyasi asosida [12.B.103].

2. TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda mustaqil milliy sotsiologik so'rovnoma o'tkazilmagan va yangi respondentlar bazasi shakllantirilmagan. Shu sababli maqolada O'zbekiston yoshlarining siyosiy qarashlariga oid yangi foiz ko'rsatkichlari muallif tomonidan ishlab chiqilgan natija sifatida taqdim etilmaydi. Tadqiqotda ikkilamchi empirik ma'lumotlarni tahlil qilish, qiyosiy platforma tahlili, hujjatli tahlil va ilmiy adabiyotlar sintezidan foydalanildi.

Empirik baza uch guruh manbadan tashkil topgan (3-jadval). Birinchisi — Milliy statistika qo'mitasining yoshlar soni va internetdan foydalanishga oid rasmiy ma'lumotlari bo'lib, ular raqamli muhitning mamlakatdagi real ko'lamini aniqlash uchun qo'llanildi. Ikkinchisi — DataReportalning O'zbekiston bo'yicha hisobotlari bo'lib, 2025-yil boshida unda 32,7 million internet foydalanuvchisi va 11,7 million ijtimoiy media foydalanuvchi identifikatori qayd etilgan [6]. Bunda "social media user identities" ko'rsatkichi noyob jismoniy shaxslar soniga aynan teng emasligi hisobga olindi. DataReportal metodologiyasida foydalanuvchilarni platformalar bo'yicha takrorlanmas hisoblash murakkabligi sababli ayrim hollarda faqat eng yirik platforma auditoriyasi inobatga olinishi

mumkin [6]. Uchinchisi — Telegram bo'yicha ochiq TGStat ma'lumotlari bo'lib, O'zbekiston kanallari katalogi va siyosiy toifadagi kanallar ko'rsatkichlari kommunikatsiya auditoriyasining hajmi va axborot tarqalish mexanizmlarini tushuntirish uchun ishlatildi [10; 11].

2-jadval. Tadqiqotning empirik bazasi va uning cheklovlari

Manba guruhi	Ishlatilgan ko'rsatkichlar	Metodologik cheklov
Milliy statistika qo'mitasi [2; 3; 4]	Yoshlar (14–30) soni; 10 va undan katta yoshdagi aholining internetdan foydalanish ulushi	Internet ko'rsatkichi uy xo'jaliklari tanlanma kuzatuviga tayanadi va yoshlar kesimida emas, 10+ yosh bazasida berilgan
DataReportal [5; 6; 7; 8]	Internet foydalanuvchilari, ijtimoiy media identifikatorlari, TikTok reklama qamrovi	Identifikatorlar noyob shaxslar soniga teng emas
TGStat [10; 11]	Kanallar katalogi, siyosiy toifadagi kanallar reytingi	Kanal darajasidagi ko'rsatkichlar; auditoriyaning yosh tarkibi maqolada tahlil qilinmagan
Ilmiy adabiyotlar [12–21]	Mahalliy va xalqaro tadqiqotlar natijalari	Sotsiologik ma'lumotlar muallif tomonidan to'planmagan

Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

Qiyosiy platforma tahlilida Telegram, YouTube va TikTok foydalanuvchi faolligi va kommunikativ mexanizmlari bo'yicha bir xil platformalar sifatida talqin qilinmadi. Telegram uchun ochiq kanal va auditoriya ko'rsatkichlari, YouTube uchun video-platforma sifatidagi kommunikativ xususiyatlar, TikTok uchun esa qisqa videolar va yosh auditoriyaga yo'naltirilgan kontent tarqalishi bilan bog'liq ochiq statistik ma'lumotlar hisobga olindi. Tadqiqotning tahliliy ketma-ketligi 5-rasmda keltirilgan konseptual modelga asoslanadi.

3. NATIJALAR

3.1. Yoshlarning demografik salmog'i va raqamli infratuzilma

Milliy statistika qo'mitasiga ko'ra, 2025-yil 1-yanvar holatida 14–30 yoshdagi yoshlar mamlakat aholisining 25,7 foizini tashkil etgan [2]. Hududlar kesimida yoshlarning absolut soni Samarqand (1 141 810), Farg'ona (1 039 594) va Qashqadaryo (969 212) viloyatlarida eng yuqori, aholidagi ulushi esa Qoraqalpog'iston Respublikasi va Jizzax viloyatida (26,9 foizdan) eng yuqori, Toshkent shahrida (23,4 foiz) eng past bo'lgan [2] (4-jadval).

3-jadval. Yoshlar (14–30 yosh) soni va aholidagi ulushi, 2025-yil 1-yanvar holatiga

Hudud	Yoshlar soni (kishi)	Aholidagi ulushi (%)
Samarqand viloyati	1 141 810	26,6
Farg'ona viloyati	1 039 594	25,1
Qashqadaryo viloyati	969 212	26,6
Andijon viloyati	870 893	25,2
Namangan viloyati	790 162	25,2
Surxondaryo viloyati	783 741	26,6
Toshkent viloyati	773 817	24,9
Toshkent shahri	729 914	23,4
Qoraqalpog'iston Respublikasi	545 429	26,9
Xorazm viloyati	541 654	26,7
Buxoro viloyati	514 041	24,7
Jizzax viloyati	413 321	26,9
Navoiy viloyati	269 502	24,6
Sirdaryo viloyati	247 466	26,6

Hudud	Yoshlar soni (kishi)	Aholidagi ulushi (%)
Respublika bo'yicha jami	9 630 556	25,7

Manba: Milliy statistika qo'mitasi [2] ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tartiblangan (soni bo'yicha kamayish tartibida).

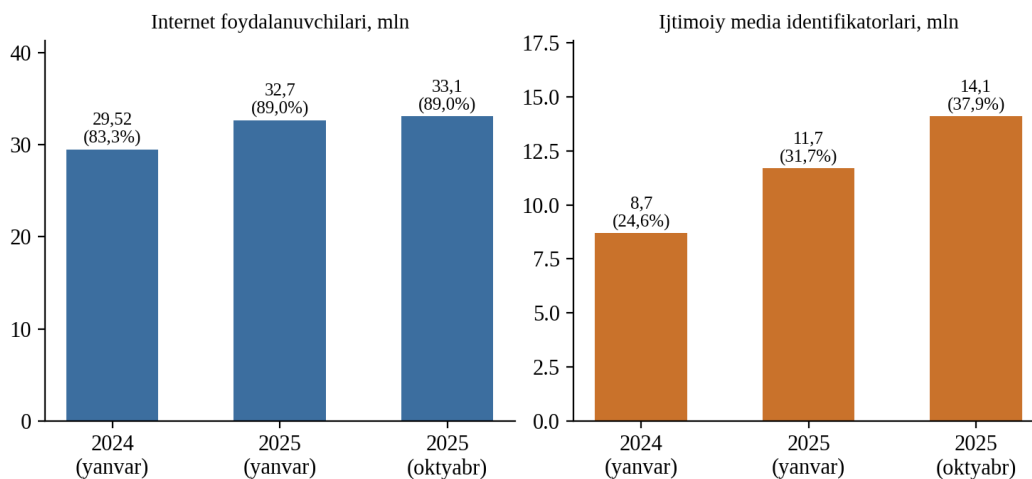
Raqamli infratuzilma ko'rsatkichlari manbaga qarab farqlanadi. Milliy statistika qo'mitasi internetdan foydalanuvchi aholi ulushini 10 va undan katta yoshdagi aholi bo'yicha uy xo'jaliklari tanlanma kuzatuv asosida beradi [3; 4]. DataReportal esa internet qamrovini umumiy aholiga nisbatan hisoblaydi: 2025-yil boshida 32,7 million foydalanuvchi va 89,0 foiz qamrov [6]. Aholi bazasi ham farq qiladi: DataReportal 2025-yil yanvarida 36,7 million [6], 2026-yilgi hisobotida esa BMT ma'lumotlariga tayanib, 2025-yil oktyabrda 37,2 million aholini ko'rsatadi [7]. Shu sababli 94,2–97,3 foiz va 89,0 foiz ko'rsatkichlarini bir-biriga mexanik qo'shish yoki to'g'ridan-to'g'ri taqqoslash o'rinni emas, ular raqamli muhitning umumiy rivojlanishini ko'rsatuvchi alohida indikatorlar sifatida ishlatiladi.

DataReportal ma'lumotlari dinamikada ham ijtimoiy media auditoriyasining o'sishini ko'rsatadi (5-jadval, 3-rasm). Ijtimoiy media identifikatorlari 2024-yil yanvaridagi 8,70 milliondan [5] 2025-yil yanvarida 11,7 millionga [6] va 2025-yil oktyabrda 14,1 millionga [7] yetgan. Internet foydalanuvchilari soni esa nisbatan sekinroq o'sgan: 29,52 milliondan [5] 32,7 millionga [6] va 33,1 millionga [7].

4-jadval. DataReportal bo'yicha O'zbekistonning raqamli ko'rsatkichlari, 2024-2025-yillar

Ko'rsatkich	2024-yil yanvar [5]	2025-yil yanvar [6]	2025-yil oktyabr [7; 8]
Internet foydalanuvchilari, mln	29,52	32,7	33,1
Internet qamrovi, %	83,3	89,0	89,0
Ijtimoiy media identifikatorlari, mln	8,70	11,7	14,1
Aholidagi ulushi, %	24,6	31,7	37,9
TikTok, mln	—	2,57	2,59

Manba: DataReportal hisobotlari [5; 6; 7] va Kursiv Uzbekistan sharhi [8]. «-» - ma'lumot ishlatilmagan. Ijtimoiy media identifikatorlari noyob shaxslar soniga teng emas [6].



3-rasm. Internet foydalanuvchilari va ijtimoiy media identifikatorlari dinamikasi (mln; qavsda aholidagi ulushi)

Manba: DataReportal [5; 6; 7] ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

3.2. Platformalar kesimida siyosiy kommunikatsiya

Telegram — O'zbekistonning raqamli kommunikatsiya muhitida alohida o'rin egallaydi. TGStat katalogida O'zbekiston bo'yicha siyosat, yangiliklar, huquqiy axborot va jamoatchilikka oid ko'plab kanallar mavjud; Kun.uz, Shavkat Mirziyoyev matbuot xizmati, Huquqiy axborot va Yoshlar ishlari agentligi kabi kanallar katta auditoriyaga ega [10; 11]. Telegramning siyosiy kommunikatsiyadagi xususiyati nafaqat axborot tarqatish, balki axborotni qayta tarqatish imkoniyatlari bilan bog'liq. TGStat reytinglarida postlarning ko'rishlari, reaksiyalar va boshqa kanallarga

uzatilishi kabi ko'rsatkichlar mavjud [11]. Shu jihatdan Telegram yoshlarning siyosiy qadriyatlarini shakllantiruvchi yagona manba sifatida emas, balki siyosiy axborotning tezkor aylanishi va muhokamaga chiqarilishi uchun kommunikativ infratuzilma sifatida qaralishi kerak.

YouTube — siyosiy mazmunni uzoqroq video, intervyu, sharh, munozara va videoreportaj shaklida taqdim etish imkonini beradi; shu sababli platformadagi siyosiy kommunikatsiya faqat qisqa shior yoki xabardan iborat bo'lmay, mavzuni tushuntirish va izohlash imkoniyatini ham yaratadi. DataReportal 2025-yil boshida YouTube'ni dunyo miqyosida eng ko'p foydalaniladigan ijtimoiy media platformasi deb baholagan [9], biroq platformalar reytingi o'lchov usuliga bog'liq bo'lgani uchun bu global ko'rsatkichni O'zbekiston auditoriyasiga to'g'ridan-to'g'ri ko'chirib bo'lmaydi. O'zbekiston kontekstida YouTube'ning siyosiy ahamiyati yoshlarning siyosiy masalalarni matn bilan birga vizual va audiovizual formatda qabul qilishiga imkon berishi bilan izohlanadi, natijada qadriyatlar deklarativ fikrlar orqali emas, siyosiy shaxs obrazi, muammo talqini va videomaterialning emotsional taqdimi orqali ham namoyon bo'lishi mumkin.

TikTok — siyosiy kommunikatsiyaning boshqa formatini shakllantiradi. Qisqa video, vizual effektlar, musiqa, memlar va algoritmik tavsiyalar orqali siyosiy mazmundagi materiallar an'anaviy siyosiy nutqdan farq qiluvchi ko'rinishda namoyon bo'ladi. DataReportal ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yil boshida TikTok reklama vositalari O'zbekistonda 18 yoshdan katta 2,57 million foydalanuvchini ko'rsatgan [6]; 2025-yil oktyabrda bu ko'rsatkich 2,59 millionni tashkil etgan [8]. Biroq bu raqam platformaning barcha foydalanuvchilarini qamrab olmaydi, chunki reklama ma'lumotlarida 18 yoshgacha bo'lgan auditoriya alohida ko'rsatilmagan, shu bois uni O'zbekistondagi TikTok foydalanuvchilarining umumiy soni sifatida talqin qilish mumkin emas [6]. TikTok misolida siyosiy qadriyatlar transformatsiyasi, avvalo, siyosiy mazmunning qisqa, vizual va emotsional shaklga moslashuvi bilan bog'liq, bu axborotni qabul qilish tezligini oshirishi mumkin, biroq murakkab siyosiy masalalarni soddalashtirish ehtimolini ham yuzaga chiqaradi.

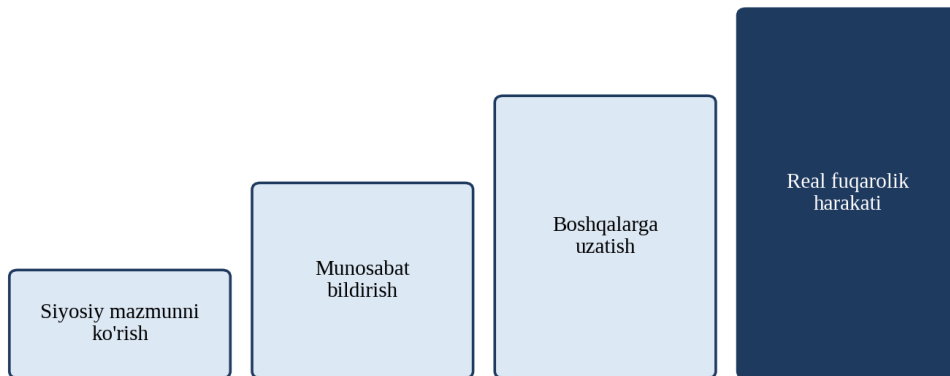
5-jadval. Telegram, YouTube va TikTok: siyosiy kommunikatsiya mantiqlarining qiyosiy tahlili

Parametr	Telegram	YouTube	TikTok
Kommunikativ format	Tezkor xabar, kanal posti, qayta uzatish	Uzun video, intervyu, sharh, munozara, videoreportaj	Qisqa video, vizual effektlar, musiqa, memlar
Siyosiy mazmunning ifodalanishi	Axborotni tezkor tarqatish va qayta tarqatish	Mavzuni tushuntirish va izohlash; siyosiy shaxs obrazi, emotsional taqdim	An'anaviy nutqdan farq qiluvchi qisqa, vizual, emotsional shakl
Ishlatilgan ochiq ma'lumot	TGStat katalogi va reytinglari [10; 11]	DataReportal global ma'lumotlari [9]	DataReportal reklama qamrovi (18+): 2,57 mln [6]
Asosiy cheklov	Kanal darajasidagi ko'rsatkichlar; auditoriya yoshi tahlil qilinmagan	Global ko'rsatkichni O'zbekistonga ko'chirib bo'lmaydi [9]	18 yoshgacha auditoriya ko'rsatilmagan; umumiy foydalanuvchi soni emas [6]

Manba: muallif tomonidan tuzilgan [6; 9; 10; 11].

3.3. Raqamli siyosiy ishtirokning imkoniyatlari va cheklovlari

Raqamli muhit siyosiy ishtirokning kirish xarajatlarini kamaytirishi mumkin. Yosh fuqaro siyosiy masala bo'yicha fikr bildirish uchun an'anaviy siyosiy institutga murojaat qilishi shart emas. Siyosiy ishtirok ilgari yig'ilish, murojaat yoki siyosiy tashkilot faoliyati orqali namoyon bo'lgan bo'lsa, raqamli muhitda postni tarqatish, videoga munosabat bildirish, izoh qoldirish yoki onlayn muhokamada qatnashish ham fuqarolik ishtirokining bir qismiga aylanishi mumkin. Biroq raqamli faollikning mavjudligi uning real siyosiy ta'siri bilan bir xil emas: siyosiy mazmunni ko'rish, unga munosabat bildirish, uni boshqalarga uzatish va real fuqarolik harakatiga aylantirish o'rtasida farq mavjud (4-rasm).



4-rasm. Raqamli faollikdan real fuqarolik harakatigacha bo'lgan bosqichlar

Manba: muallif tomonidan tuzilgan.

Xalqaro tadqiqotlar bu masalada ehtiyotkor yondashuvni talab qiladi (7-jadval). Pang, Qin va Ji'ning sharhida ijtimoiy mediadan foydalanish yoshlar fuqarolik ishtiroki bilan umuman ijobiy bog'liq ekani, yangiliklar iste'moli va fikr bildirish esa ishtirokni sezilarli darajada bashorat qilishi ko'rsatilgan [18; 59–78-b.]. Waeterloos, Walrave va Ponnet 595 nafar o'smir ishtirokidagi so'rov asosida ijtimoiy mediadagi siyosiy ishtirokni o'lchash uchun to'rt konstruktli (yashirin, kuzatuvchi, ekspressiv va qarshi faollik) shkala ishlab chiqqan [19; 1–9-b.]; bu “foydalanish” va “ishtirok” tushunchalarini bir-biridan ajratish zarurligini tasdiqlaydi. 2026-yilda o'tkazilgan meta-tahlil natijalariga ko'ra, yoshlarning ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishi bilan siyosiy ishtiroki o'rtasida ijobiy bog'liqlik mavjud. Shu bilan birga, tahlil qamrab olgan tadqiqotlar natijalari o'rtasida sezilarli farqlar mavjudligi aniqlangan. Bu “ijtimoiy tarmoqdan foydalanish siyosiy faollikni oshiradi” degan qat'iy umumiy xulosa chiqarish uchun yetarli emas, shu bois O'zbekiston yoshlariga nisbatan ham raqamli foydalanish bilan siyosiy qadriyat yoki faollik o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjud deb xulosa qilishdan qochish lozim.

3.4. Raqamli muhitning asosiy paradoksi

Raqamli transformatsiyaning siyosiy qadriyatlarga ta'siri ikki yo'nalishda namoyon bo'ladi. Birinchidan, raqamli muhit siyosiy axborotga kirish imkoniyatlarini kengaytiradi, turli manbalar, nuqtayi nazarlar va siyosiy diskurslar bir kommunikativ makonda uchrashishi mumkin. Ikkinchidan, aynan shu muhit axborotning haddan tashqari ko'pligi, algoritmik saralash va auditoriya segmentatsiyasini kuchaytirishi mumkin. Shu ma'noda raqamli muhitni faqat demokratlashtiruvchi yoki aksincha, faqat xavfli kommunikatsiya vositasi sifatida talqin qilish bir tomonlama bo'ladi.

2020-yil AQSh saylovi davrida 208 million Facebook foydalanuvchisi ma'lumotlari asosida o'tkazilgan yirik tadqiqotda siyosiy yangiliklarga duch kelish va ulardan foydalanish bosqichlarida mafkuraviy segregatsiya yuqori ekani, u potensial ta'sirdan haqiqiy ta'sirga va faol ishtirokka o'tgan sari kuchayishi ko'rsatilgan [20; 392–398-b.]. Biroq bu natijani O'zbekiston sharoitiga to'g'ridan-to'g'ri ko'chirib bo'lmaydi, u faqat algoritmik va tarmoq tuzilmalari siyosiy axborotning xilma-xilligiga ta'sir qilishi mumkinligini ko'rsatuvchi xalqaro dalil sifatida ishlatiladi. Demak, O'zbekiston yoshlarining raqamli siyosiy qadriyatlarini tadqiq etishda texnologiyaning o'zidan tashqari platforma arxitekturasini, auditoriya tarkibi, siyosiy axborot manbasi va foydalanuvchining kommunikativ amaliyoti ham hisobga olinishi kerak.

4. MUHOKAMA

Tadqiqot natijalari raqamli muhitdagi siyosiy qadriyatlar transformatsiyasini uchta asosiy jarayon orqali tushuntirish imkonini beradi.

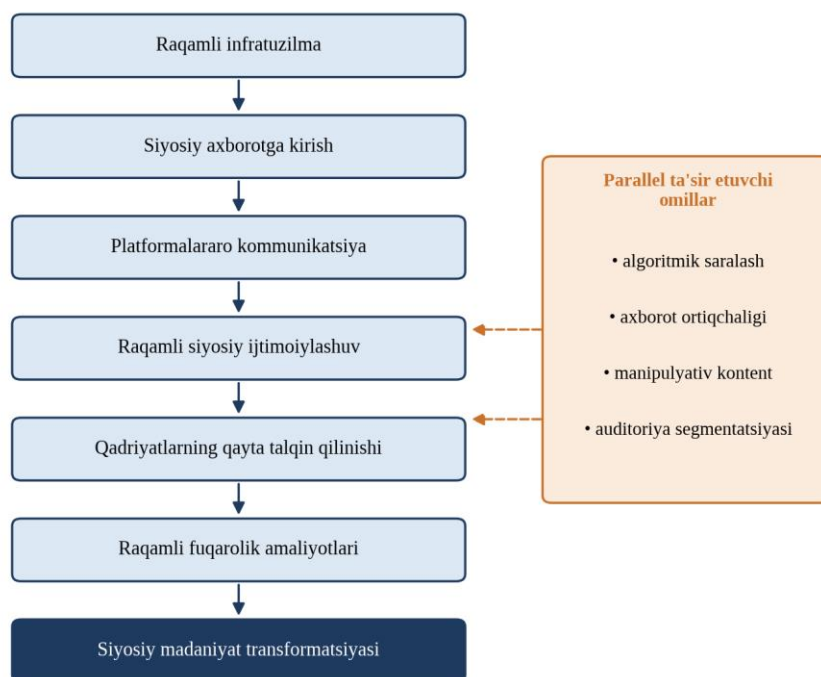
Birinchisi — kommunikativ transformatsiya: siyosiy axborotning tarqalish tezligi va shakli o'zgaradi. Telegram tezkor xabar va qayta tarqatish imkoniyatlari bilan ajralib turadi, YouTube vizual tushuntirish va uzoqroq muhokama formatlarini, TikTok esa qisqa va vizual kontentni ilgari suradi.

Ikkinchisi — aksiologik transformatsiya: qadriyatlarining o'zi butunlay yo'qolishi shart emas, ularning ifodalanish shakli o'zgarishi mumkin. Fuqarolik mas'uliyati, adolat, ochiqlik, ijtimoiy faollik kabi qadriyatlar an'anaviy institutsional faoliyatdan tashqari raqamli kommunikatsiyada ham ifodalanishi mumkin.

Uchinchisi — amaliy transformatsiya: siyosiy yoki fuqarolik munosabatini bildirishning yangi shakllari paydo

bo'ladi. Bunda Dahlgrenning bilim, qadriyat, ishonch, makon, amaliyot va identifikatsiya o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik haqidagi yondashuvi [12; 103-b.] O'zbekiston yoshlarining raqamli siyosiy madaniyatini tahlil qilish uchun metodologik asos bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Shu asosda raqamli siyosiy madaniyatni 5-rasmda keltirilgan konseptual model orqali ifodalash mumkin. Unga ko'ra, jarayon bilan parallel ravishda algoritmik saralash, axborot ortiqchaligi, manipulyativ kontent va auditoriya segmentatsiyasi kabi omillar ta'sir qiladi.



5-rasm. Raqamli siyosiy madaniyat transformatsiyasining konseptual modeli

Manba: muallif tomonidan Dahlgren yondashuvi [12.B.103] asosida ishlab chiqilgan.

Xulosa

O'zbekiston yoshlarining siyosiy qadriyatlari va siyosiy madaniyatidagi o'zgarishlarni raqamli transformatsiyadan ajratib ko'rib bo'lmaydi. 2025-yil boshida mamlakatda 9,63 milliondan ortiq 14–30 yoshdagi yoshlarning mavjudligi [2] va internetdan foydalanish darajasining yuqoriligi (10 va undan katta yoshdagi aholining 94,2–97,3 foizi [3; 4]) ushbu masalaning siyosiy fanlar uchun dolzarbligini kuchaytiradi.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiyaning asosiy natijasi siyosiy qadriyatlarning avtomatik ravishda bir turdan ikkinchisiga almashishi emas. Asosiy o'zgarish qadriyatlarning shakllanish, tarqalish va namoyon bo'lish mexanizmlarida kuzatiladi. Telegram siyosiy axborotning tezkor tarqalishi va qayta uzatilishi bilan ajralib tursa, YouTube siyosiy mazmunni vizual va batafsil formatda taqdim etish imkonini beradi, TikTok esa qisqa va vizual kommunikatsiya orqali siyosiy mazmunni boshqa shaklda ommalashtiradi. Bu platformalar bir xil ta'sir mexanizmiga ega emasligi sababli yoshlarning raqamli siyosiy madaniyatini platformalar kesimida o'rganish zarur.

Shu bilan birga, mavjud tadqiqotlar O'zbekiston yoshlarining Telegram, YouTube va TikTokdagi siyosiy xatti-harakatlarini bir vaqtning o'zida qamrab oluvchi keng qamrovli platformalararo empirik tadqiqotlar hali yetarli emasligini ko'rsatadi. Kelgusi tadqiqotlarda reprezentativ sotsiologik so'rov, platformalar bo'yicha sistematik kontent-tahlil va yosh guruhlari kesimidagi qiyosiy tahlilni birlashtirish maqsadga muvofiq. Natijada raqamli transformatsiya yoshlarning siyosiy madaniyatini faqat "an'anaviydan raqamli" shaklga o'tkazayotgan jarayon emas, balki siyosiy qadriyat, kommunikatsiya va fuqarolik amaliyotlari o'rtasidagi munosabatlarni qayta tashkil etayotgan murakkab ijtimoiy-siyosiy jarayon sifatida namoyon bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasining 2016-yil 14-sentabrdagi O'RQ-406-son «Yoshlarga oid davlat siyosati to'g'risida»*gi Qonuni.

2. National Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan. *How Many Young People Are There in Uzbekistan?* – 4 August 2025. – [Source](#)
3. National Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan. *The Share of the Population Using the Internet in Uzbekistan Reached 94.2% in January–August 2025.* – 2025. – [Source](#)
4. Anhor.uz. *O'zbekistonda 10 yoshdan katta aholining 97,3 foizi internetdan foydalanadi (Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida).* – 2026. – [Manba](#)
5. DataReportal. *Digital 2024: Uzbekistan.* – 2024. – [Source](#)
6. DataReportal. *Digital 2025: Uzbekistan.* – 2025. – [Source](#)
7. DataReportal. *Digital 2026: Uzbekistan.* – 2026. – [Source](#)
8. Kursiv Uzbekistan. *How Internet Is Changing Uzbekistan: Key Figures for 2025.* – 9 November 2025. – [Source](#)
9. DataReportal. *Digital 2025: Top Social Platforms in 2025.* – 2025. – [Source](#)
10. TGStat. *Telegram Channels and Groups Catalog / Uzbekistan.* – Elektron resurs.
11. TGStat. *Rating of Telegram Channel Posts / Uzbekistan / Politics.* – Elektron resurs.
12. Dahlgren P. *Media and Political Engagement: Citizens, Communication and Democracy.* – Cambridge: Cambridge University Press, 2009. – 246 p.
13. Pang H., Qin K., Ji M. Can Social Network Sites Facilitate Civic Engagement? Assessing Dynamic Relationship Between Social Media and Civic Activities Among Young People // *Online Information Review.* – 2022. – Vol. 46, No. 1. – P. 59–78. – DOI: [10.1108/OIR-10-2020-0453](#)
14. Waeterloos C., Walrave M., Ponnet K. Designing and Validating the Social Media Political Participation Scale: An Instrument to Measure Political Participation on Social Media // *Technology in Society.* – 2021. – Vol. 64. – Article 101493. – DOI: [10.1016/j.techsoc.2020.101493](#)
15. González-Bailón S., Lazer D., Barberá P. et al. Asymmetric Ideological Segregation in Exposure to Political News on Facebook // *Science.* – 2023. – Vol. 381, No. 6656. – P. 392–398. – DOI: [10.1126/science.ade7138](#)
16. Verma S., Gardia A., Das B. A Meta-Analytic Review of Social Media Usage and Political Participation Among Youth // *International Journal of Educational Research.* – 2026. – Vol. 137. – Article 102950. – DOI: [10.1016/j.ijer.2026.102950](#)
17. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son *«Raqamli O'zbekiston – 2030 strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida»*gi Farmoni.