

## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
PIHII (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.716  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

SOI: [1.1/TAS](#) DOI: [10.15863/TAS](#)

### International Scientific Journal Theoretical & Applied Science

p-ISSN: 2308-4944 (print) e-ISSN: 2409-0085 (online)

Year: 2020 Issue: 04 Volume: 84

Published: 08.04.2020 <http://T-Science.org>

QR – Issue



QR – Article



**Shohida Hoshimovna Shahobiddinova**  
Andijan State University  
Doctor of Philology, Professor,  
Uzbekistan

**Dmitriy Vladimirovich Popov**  
Andijan Machine Building Institute  
Doctor of Philosophy (PhD) in Philological Sciences,  
Uzbekistan

## INTERNET AND INTERNET COMMUNICATION IN UZBEKISTAN (FEATURES OF COMMUNICATION IN THE PERIOD OF SELF- INSULATION)

**Abstract:** The article discusses the main features of Internet communication in Uzbekistan. The forms of interaction in the global network are identified and described. The messenger is described as a special communicative environment in which any user has the opportunity to create a virtual identity and design their own identity, including gender.

**Key words:** communication, Internet user, social network, messenger, Telegram, chat, virtual personality, Internet ethics, self isolation.

**Language:** Russian

**Citation:** Shahobiddinova, S. H., & Popov, D. V. (2020). Internet and internet communication in Uzbekistan (features of communication in the period of self-insulation). *ISJ Theoretical & Applied Science*, 04 (84), 21-26.

**Soi:** <http://s-o-i.org/1.1/TAS-04-84-5> **Doi:**  <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.04.84.5>

**Scopus ASCC:** 3300.

### ИНТЕРНЕТ И ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ (ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ В ПЕРИОД САМОИЗОЛЯЦИИ)

**Аннотация:** В статье рассматриваются основные особенности интернет-коммуникации в Узбекистане. Выделяются и описываются формы взаимодействия в глобальной сети. Дается описание мессенджеру как особой коммуникативной среде, в которой любой пользователь имеет возможность создавать виртуальную личность и конструировать свою идентичность, в том числе и гендерную.

**Ключевые слова:** коммуникация, интернет-пользователь, социальная сеть, мессенджер, Telegram, чат, виртуальная личность, интернет-этика, самоизоляция.

#### Введение

УДК 316.772.2

Распространение персональных компьютеров и смартфонов в начале XXI века привело к тому, что интернет стал поистине всемирной паутиной, окутывающей всю нашу жизнь. Значение цифровых технологий в нашей жизни достигло новых высот, и все больше людей проводят все больше времени в интернете, решая

там все больше задач. Так, например, согласно глобальному отчету «Digital 2020» на январь 2020 года количество интернет-пользователей в мире выросло до 4,54 миллиарда, что на 7% больше прошлогоднего значения (+298 миллионов новых пользователей в сравнении с данными на январь 2019 года). В январе 2020 года в мире насчитывалось 3,80 миллиарда пользователей социальных сетей, аудитория соцмедиа выросла на 9% по сравнению с 2019 годом (это 321

## Impact Factor:

**ISRA (India) = 4.971**  
**ISI (Dubai, UAE) = 0.829**  
**GIF (Australia) = 0.564**  
**JIF = 1.500**

**SIS (USA) = 0.912**  
**РИИЦ (Russia) = 0.126**  
**ESJI (KZ) = 8.716**  
**SJIF (Morocco) = 5.667**

**ICV (Poland) = 6.630**  
**PIF (India) = 1.940**  
**IBI (India) = 4.260**  
**OAJI (USA) = 0.350**

миллион новых пользователей за год). Сегодня более 5,19 миллиарда человек пользуются мобильными телефонами – прирост на 124 миллиона (2,4%) за последний год [15].

Изначальной целью интернета было получение пользователями разнообразной информации, однако сегодня ведущей функцией виртуального пространства стала именно коммуникация, т.е. общение людей друг с другом [2].

Сегодня интернет играет важную роль в жизни людей. Можно с уверенностью сказать, что интернет не только используется большим количеством пользователей для обмена письмами, но и стал специфическим видом общения в социальных сетях. Особую популярность интернет приобрел у молодых людей в возрасте от 18 до 24 лет [5, с. 3]. Отметим, что по данным агентства новостей Podrobno.uz в Узбекистане на сегодняшний день интернетом пользуются 22 миллиона человек. В это число входят 19 миллионов пользователей мобильного Интернета [16].

Как отмечается в глобальном отчете «Digital 2020» средний интернет-пользователь проводит в онлайн ежедневно 6 часов и 43 минуты. Это на 3 минуты меньше, чем в прошлом году, но по-прежнему составляет более 100 дней на одного пользователя интернета в год. Если предположить, что каждый человек тратит около 8 часов в день на сон, то это означает, что на сегодняшний день мы проводим более 40% времени бодрствования в интернете. Более того, в 2020 году пользователи интернета всего мира проведут онлайн 1, 25 миллиарда лет, причем более трети этого времени будет потрачено на социальные сети [15].

Характерной особенностью общения в социальных сетях и блогах стало коллективное общение. Общение, растянутое во времени, в рамках блогосферы стало возможно после того, как интернет, в пространстве которого существуют блоги, прочно вошел в нашу жизнь и принес с собой новые способы обмена информацией и как следствие – новые формы существования языка [4].

Типичные блогеры используют блоги и социальные сети для разных целей: чтение, развлечение, общение с друзьями, родственниками и знакомыми. Так как блогеры при общении свою главную цель видят в высказывании своего мнения с тем, чтобы услышать другое мнение в ответ, грамотность зачастую отходит на второй план. И это вполне объяснимо, поскольку участникам важно быстро поделиться своими проблемами и желаниями и подчас вовсе не важно, насколько грамотно они их выражают. Итак, интернет стал важной частью современного общества, определяемого сегодня

как «информационное» [7], и внес свои коррективы в общение людей. Очевидно, что общение в интернете отличается от традиционного живого общения. Общение в сети имеет как свои преимущества (например, возможность общаться с задержкой во времени или на большом расстоянии), так и свои недостатки (например, отсутствие мимики и жестикализации в письменном общении).

Особенности интернет-коммуникации совпадают с особенностями массовой коммуникации, в контексте которой и существует интернет. Н. Н. Богомолова среди основных выделяет следующие особенности массовой коммуникации: использование технических средств для общения, вовлеченность больших социальных групп, необязательность непосредственной обратной связи, общение разрозненных коммуникантов, которые могут общаться анонимно, не зная друг друга в реальной жизни [1]. Важность анонимности сложно переоценить, так как именно анонимность позволяет коммуницирующему человеку почувствовать себя свободным и раскованно, не стесняться своих мыслей и желаний [2].

Л. Ю. Щипицина исследует формы интернет-коммуникации и отмечает, что для кодирования сигнала используются самые различные способы, а сама интернет-коммуникация вобрала в себя формы предшествующих видов коммуникации. Исследователь пишет, что в рамках интернет-коммуникации возможно межличностное общение, групповое и массовое, причем это может быть монолог, диалог и полилог; общение может быть персональным или институциональным, а также монокультурным или межкультурным [12, с. 3]. Таким образом, интернет-коммуникация обладает широкими возможностями для разнообразных видов общения.

Современные исследования указывают следующие особенности интернет-коммуникации: «возможность одновременного общения большого числа людей, находящихся в разных частях света, и, следовательно, живущих в разных культурах; невозможность использования большей части невербальных средств коммуникации и самопрезентации; обеднение эмоционального компонента общения; анонимность и снижение психологического риска в процессе общения; легкая смена формальных атрибутов» [3].

Кроме того, важной особенностью интернет-общения является разница сетевого и внесетевого времени. По замечанию М. Ю. Сидоровой, письменная форма интернет-коммуникации дает возможность написания сообщений двумя коммуникантами одновременно [9].

Многие современные чаты имеют функцию, показывающую, что второй коммуникант

## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
РИИЦ (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.716  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

печатает и даже удаляет сообщение. Кроме того, сохранение письменного общения в сети дает возможность легко переходить от переписки *онлайн* к переписке *оффлайн*, а также возвращаться к общению даже по прошествии существенного времени. Так, например, комментарии к посту в блоге или социальной сети можно читать и комментировать в любое время после их написания, а в чатах можно писать второму коммуниканту, даже если он не находится в сети.

Еще одной важной особенностью является возможность участвовать в нескольких разговорах одновременно: переписываться с разными людьми в одном или разных чатах, а также комментировать реплики разных пользователей.

Кроме того, непосредственное общение в жизни обычно требует реагировать незамедлительно, в то время как письменное интернет-общение обеспечивает комфортную и уютную «зону рефлексии» [14].

Кроме того, важно отметить, что физическое отсутствие при общении дает возможность коммуниканту создавать виртуальную личность. Как пишет П. Келли, «в виртуальной среде вы вообще можете быть кем хотите, выглядеть как угодно, быть существом любого пола по выбору, – словом, у вас нет ограничений, характерных для материального мира» [13]. Таким образом, любой человек имеет возможность конструировать свою идентичность, в том числе и гендерную.

Эти особенности, во-первых, «приводят к выработке новых форм и стилей взаимодействия и возникновению своеобразного интернет-этикета» [6], а во-вторых, обуславливают эти формы.

Существует великое множество форм интернет-взаимодействия, которые разные исследователи систематизируют по-разному. Кроме того, интернет-общение не стоит на месте, а очень активно развивается: появляются новые программы и концепции, в то время как старые становятся менее популярными. В начале 2000-х годов среди интернет-пользователей были наиболее популярны чаты, MUDs, телеконференции и e-mail. Сегодня их вытесняют социальные сети, блоги и микроблоги [8].

Несмотря на то, что немало работ разных авторов посвящено исследованию жанров интернет-коммуникации (Н. Г. Асмус, Е. Н. Вавилова, Е. Н. Галичкина, О. В. Дедова, Е. И. Горошко, Л. Ю. Иванов, Л. А. Капанадзе, П. Е. Кондрашов, О. В. Лутовинова, М. Л. Мараков, С. Н. Михайлов, М. Ю. Сидорова, Ф. О. Смирнов, Г. Н. Трофимова, Л. Ю. Щипицина и др.), полной, исчерпывающей, единой и при этом непротиворечивой классификации жанров интернет-общения пока предложено не было. Это объясняется тем, что жанровое пространство интернета очень своеобразно и разнообразно

благодаря комплексной природе интернет-коммуникации [3].

Существуют и классификации, в основу которых положен такой дифференциальный признак, как «тип коммуникантов». Например, в работе «Интернет-коммуникация как новая речевая формация» предлагается различать типы интернет-коммуникации в зависимости от типа субъектов, участвующих в общении:

1) реальный субъект и реальный партнер (электронная почта, мессенджеры, электронные рассылки, группы новостей, дискуссионные форумы и др.);

2) реальный субъект и иллюзорный партнер (переписка с почтовыми роботами, веб-сайты, компьютерные игры и др.);

3) два воображаемых партнера (взаимодействия с DNS-серверами, взаимодействия компьютерных интеллектуальных агентов и др.) [3].

Одну из наиболее современных и полных классификаций предлагает М.Ю. Сидорова, которая выделяет 7 форм интернет-взаимодействия:

1) *электронная почта*, или *e-mail*, которая используется для обмена электронными письмами между электронными адресами, что требует обязательной регистрации с присвоением уникального имени/адреса электронной почты. Кроме текста классического письма, электронное может содержать приложенные файлы в различных форматах;

2) *гостевая книга* которая находится на сайте и позволяет людям, заходящим на сайт, оставлять сообщения, отзывы и т. д., причём гостевая книга является открытой для всех и не требует регистрации для добавления записей;

3) *форум*, который используется обычно для общения на конкретную тематику, при этом для чтения записей регистрация не требуется, однако она дает определенные преимущества, например, открытие новых тем или свободное комментирование (есть форумы, на которых для комментирования регистрация необходима). Форум обычно привязан к какому-то сайту;

4) *чат*, который позволяет двум или более людям вести письменный разговор в режиме реального времени. Технические характеристики зависят от платформы, но почти все современные чаты позволяют большому количеству людей общаться одновременно, обмениваться файлами, а также видеть переписку за время своего отсутствия в сети;

5) *ICQ*, являющийся также своего рода чатом, позволяющий общаться только двум людям в одном окне и требующий обязательной отдельной регистрации с указанием информации о себе, по которой можно найти пользователя;

## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
РИИЦ (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.716  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

б) *MUD* – многопользовательская платформа для игрового общения, являющаяся, по сути дела, ролевой игрой, в которой можно быть любым персонажем, менять их и жить ими в виртуальном мире общения с другими пользователями;

7) *интернет-дневник*, или *блог*, иначе говоря, интернет-сообщество, где можно вести дневник для себя и для друзей, читать дневники других пользователей и комментировать их [9].

В современном для нас «самоизоляции» дискурсе распространение и усвоение той или иной информации, касательно глобальной проблемы всего мира – пандемии, происходит быстро, остро, а интерпретация ее аудиторией предполагает наличие определенного фонда знаний, а также присутствие «фоновых» знаний. Так, в настоящем интернет пространстве, не последнее место занимают социальные сети и мессенджеры, которые откликаются на информацию (особенно в ее оригинальной, официальной текстовой форме в виде Приказов/Постановлений и т.д.) быстрее чем иные средства массовой информации. Возникновение новых Telegram-каналов, которые бы ранее не были интересны массе и не пользовались бы большим информационным спросом, на сегодня являются одними из главных «поставщиков» быстрой, но не всегда качественно обработанной, порой не выверенной по источнику, информации. Наравне с такими Telegram-каналами как «Gazeta.uz – Новости Узбекистана», «Пресса.uz – Новости Узбекистана», «Podrobno.uz – Новости Узбекистана» «Новости Узбекистана», «UpL Новости Узбекистана», «Реальные новости Узбекистана» и многими другими начали активно набирать «обороты» и новые, так называемые «тематически злободневные» каналы – «Koronavirus Info», «Вирус ва Ватандошлар», «Чат закрыт на карантин» и др. Особенность их в том, что некоторые из них не просто ссылаются на источник, но и точно указывают на его, а другие «не несут ответственности за предоставляемую информацию».

Многие группы модерированы (то есть контролируются), однако чаще всего модераторы следят, чтобы участники не использовали ненормативную лексику, а также следовали правилам группы, например, не оскорбляли друг друга, не касались неэтичных тем и т.д., но не исправляют орфографические, пунктуационные и другие ошибки. Легкость, простота и практически отсутствие контроля общения в интернете способствуют увеличению его популярности. При этом удаленность от собеседников, возможность отвечать не мгновенно, отсроченно и анонимность создают благоприятные «условия для творчества и самовыражения, одним из проявлений которых является модификация лексики» [9, с. 2].

Большая часть пользователей групп, например, женщины, которые сидят дома с детьми, хотя бы расширить круг общения, в том числе и через виртуальное общение, а с другой стороны, они ограничены во времени и внимании, т.е. не имеют возможности долго и вдумчиво редактировать посты и комментарии, перечитывать созданные ими тексты с целью исправления ошибок и опечаток.

Следует отметить, что в настоящее время в качестве проблем, обсуждаемых в группах можно отнести следующие: число зараженных вирусом, взаимоотношения с мужем, отношения с родственниками, семейные финансы, внутреннее состояние автора, здоровье близких и др.

Как видится, обсуждаемые проблемы, решение которых актуально для адресантов, зачастую многоплановы и предполагают порой взаимоисключающие способы их устранения. Как следствие, в рамках комментариев в коммуникацию вступают адресанты, представляющие противоположные точки зрения и открыто вступающие в дискуссию. Именно поэтому большую важность приобретает речевое поведение каждого из участников сообщества, позитивный настрой на «выслушивание» других вне зависимости от их позиции и выражаемых ими эмоций.

Прежде всего, следует отметить, что коммуникативные цели всех участников групп, создающих посты, можно квалифицировать как направленное адресатам побуждение выразить отношение к описываемым ситуациям и предложить свой вариант потенциального развития событий. Для этого адресант создаваемого поста описывает проблему, которую необходимо решить.

Авторы постов используют в основном три способа подачи информации:

1) сначала адресанты рассказывают о ситуации, а потом просят совета, например: *«Немножко длинно написал, извините заранее. Не знаю, откуда начинать, попытаюсь правильно написать все, что я переживаю. Я работал на стройке, заработок был ежедневный. После недельной самоизоляции денег на продукты не остается. Я не смог терпеть и решил вам написать. Что делать?»*;

2) сначала адресанты выражают просьбу о помощи, а затем излагают суть проблемы, например: *«Девочки помогите советом! Что приготовить на обед? Уже не знаю что готовить... Спрашивала совета у домашних, но без ответа, сидят играют в компьютерную игру»*;

3) в начале поста адресанты просят совета, потом рассказывают ситуацию и после этого, вновь просят совета, например: *«Надеюсь на ваш совет. Опишу свою ситуацию... Есть несколько*



## Impact Factor:

ISRA (India) = 4.971  
ISI (Dubai, UAE) = 0.829  
GIF (Australia) = 0.564  
JIF = 1.500

SIS (USA) = 0.912  
РИИЦ (Russia) = 0.126  
ESJI (KZ) = 8.716  
SJIF (Morocco) = 5.667

ICV (Poland) = 6.630  
PIF (India) = 1.940  
IBI (India) = 4.260  
OAJI (USA) = 0.350

вариантов решения, какой лучше?»... Я не прав(а)?», Что скажете?», «Прошу, не проходите мимо..., Посоветуйте, как мне быть...».

Авторы постов и авторы комментариев помимо рациональных оценок и предложений путей решения проблемных ситуаций открыто выражают различные эмоции – от удивления и негодования до сочувствия и радости, например: «Сочувствую», «Понимаю вас», «Да уж это страшно», «Терпения вам и сил» и др. Большая часть постов и особенно комментариев является оценочными: «хорошо», «нейтрально» и «плохо».

Любое высказывание, даже не содержащее конкретной оценки ситуации, излагаемой автором поста, можно расценивать как аксиологическое, поскольку уже сам факт создания комментария является свидетельством заинтересованности пользователя в обсуждении, а также попыткой отражения собственного мнения с позиции своей системы ценностей.

В настоящее время в Узбекистане мессенджеры активно используются в учебном процессе. Например, широко распространено использование мессенджера Telegram среди учителей школ и преподавателей вузов, так как они начали работать дистанционно. Впервые в Узбекистане педагоги работают удаленно. Во многих учебных заведениях педагоги ведут свои собственные чаты по предмету, в которые добавлены все учащиеся. Педагоги в чате Telegram объясняют учебный материал, отправляют задания учащимся, проводят

тестирование по предмету, используя ботов в Telegram. Бот это система в Telegram, которая выдает задание, подготовленное педагогом студенту, а после отправки им ответа дает правильный ответ. Учащиеся, выполнив задания педагогов, отправляют ответы в виде фотографий. Преподаватель оценивает и выставляет баллы. Это определенно дает очень хорошие результаты. Многие исследователи указывают на положительные стороны интернет-коммуникации, например, Ш. Х. Шахобиддинова и Ш. Х. Юлдашева выделяют следующие – неограниченность в пространстве, неограниченность во времени, анонимность, добровольность, глобальность, безопасность и удобство [11, с. 86]. На наш взгляд, положительной стороной дистанционной формы образования в период самоизоляции при помощи мессенджера Telegram является удобство, высокая скорость коммуникации между учащимися и преподавателем и вовлеченность в процесс образования вне учебных занятий.

Таким образом, интернет и интернет-коммуникация стали, важной частью современного общества, внося свои изменения в общение людей, в первую очередь благодаря появлению возможности порождения и получения информации в потенциальном времени. Важным для нас является то, что в интернет-коммуникации любой человек имеет возможность создавать виртуальную личность и конструировать свою идентичность.

## References:

1. Bogomolova, N. N. (1988). *Massovaja kommunikacija i obshhenie*. (p.80). Moscow: Znanie.
2. Ivanov, V. E. (2000). Internet v formirovanii dialogicheskogo prostranstva v sociokul'turnoj srede. *Mir psihologii*, № 2, pp.52-56.
3. (2016). Internet-kommunikacija kak novaja rechevaja formacija. Kollektivnaja monografija / Nauchnyj redaktor T. N. Kolokol'ceva, O. V. Lutovinova (Ed.). (p.328). Moscow: Flinta: Nauka.
4. Jylmaz, M. (2018). *Kompleksnoe opisanie rechevogo obshhenija v russkojazychnom internet-prostranstve*. Dissertacija na soiskanie uchenoj stepeni kandidata filologicheskix nauk. (p.287). Moscow.
5. Lebedev, P. A., Pautina, L. N., Barabanov, V. M., Hudolej, A. S., Makarova, A. A., & Sidorenko, A. N. (2010). *Internet v Rossii. Sostojanie, tendencii i perspektivy razvitija*. Otrasevoj doklad. (p.80). Moscow: Federal'noe agentstvo po pečati i massovym kommunikacijam.
6. Minakov, A. V. (1999). *Nekotorye psihologicheskie svojstva i osobennosti internet kak novogo sloja real'nosti*. Retrieved from <http://flogiston.ru/articles/netpsy/minakov>
7. (1999). *Novejšij filosofskij slovar'* / Sostavitel' A. A. Gricanov. (p.877). Minsk: Izdatel'stvo V. M. Skakun.
8. (2014). *Russkij jazyk i novye tehnologii*: Kollektivnaja monografija / Pod redaksiej M. V. Ahmetovoj, V. I. Belikova. (p.256). Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie.

**Impact Factor:**

**ISRA (India) = 4.971**  
**ISI (Dubai, UAE) = 0.829**  
**GIF (Australia) = 0.564**  
**JIF = 1.500**

**SIS (USA) = 0.912**  
**PIIHQ (Russia) = 0.126**  
**ESJI (KZ) = 8.716**  
**SJIF (Morocco) = 5.667**

**ICV (Poland) = 6.630**  
**PIF (India) = 1.940**  
**IBI (India) = 4.260**  
**OAJI (USA) = 0.350**

9. Sidorova, M. Ju. (2006). *Internet-lingvistika: russkij jazyk*. Mezhlchnostnoe obshhenie. (p.192). Moscow.
10. Fokina, V. N., Abramova, A. V., & Degtjareva, O. A. (2010). Jazyk obshhenija internet-sociuma Runeta. Stanovlenie i razvitie (molodezhnyj, komp'juternyj, internet-sleng, komp'juternye terminy). *Distancionnoe i virtual'noe obuchenie*, № 10, pp. 5-18.
11. Shahobiddinova, Sh. H., & Yuldasheva, Sh. X. (2018). Internet muloqot va uning tadqiqiga doir ayrim mulohazalar. *Ilmiy xabarnoma*, № 2, pp. 85-88.
12. Shhipicina, L. Ju. (2010). *Komp'juterno-oposredovannaja kommunikacija: Lingvisticheskiy aspekt analiza*. (p.294). Moscow: Krasand.
13. Kelly, P. (1997). *Human Identity Part 1: Who are you? Netropolitan life / E-lecture from the university course about the net*. Retrieved from <http://wwwhome.calumet.yorku.ca/pkelly/www/id1.htm>
14. Suler, J. (1996). *Human Becomes Electric: The Basic Psychological Features of Cyberspace*. Retrieved from <http://www1.rider.edu/~suler/psycyber/basicfeat.html>
15. (n.d.). Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
16. (n.d.). Retrieved from <https://podrobno.uz/cat/tehnpo/kolichestvo-internet-polzovateley-v-uzbekistane-sostavlyaet-22-milliona-chelovek>