

ЗАМОНАВИЙ ТАРҒИБОТ УСЛУБЛАРИ



<https://doi.org/zenodo.10558007>

РУСТАМОВ Рамз Ризоқулович

ҚарМИИ доценти

АННОТАЦИЯ

Муаллифлар ушбу мақолада янги асрга келиб, барча тарғибот типларининг характери тубдан ўзгариши, тарғиботнинг турли ижтимоий гуруҳлар ва сиёсий кучлар мақсади йўлида умумсайёравий миқёсда қўлланиладиган қудратли воситага айланганлиги ва тарғибот системасидаги бу ўзгаришлар қатор ижтимоий жараёнлар, тенденциялар, омиллар таъсирида содир бўлаётганлиги асослаб берилган.

Калит сўзлар: тарғибот, тарғибот системалари, геополитик кучлар, глобаллашув, Тарғибот услублари, тарғибот воситалари.

АННОТАЦИЯ

В данной статье авторы утверждают, что к новому веку характер всех видов пропаганды коренным образом изменился, что пропаганда стала мощным инструментом, используемым в глобальном масштабе в интересах различных социальных групп и политических сил, и что эти изменения в системе пропаганды происходят под влиянием ряда социальных процессов, тенденций и факторов.

Ключевые слова: пропаганда, системы пропаганды, геополитические силы, глобализация, методы пропаганды, средства пропаганды.

ABSTRACT

In this article, the authors argue that by the new century, the character of all types of propaganda has fundamentally changed, that propaganda has become a powerful tool used on a global scale for the purpose of various social groups and political forces, and that these changes in the propaganda system are taking place under the influence of a number of social processes, trends, and factors.

Key words: propaganda, propaganda systems, geopolitical forces, globalization, propaganda methods, propaganda tools.

КИРИШ

Замонавий тарғибот системалари –тарғиботни амалга ошираётган субъектларни, уларнинг мақсадларига хизмат қилаётган институтларни, иқтисодий, сиёсий, ижтимоий ва мафкуравий маконда маълум ғоя, таълимот,

фйкр ёхуд аргументни тарқатиш мақсадида қўлланилаётган тарғибот услублари, усуллари, принципларини умумлашган тарзда ифодаловчи тушунчадир.

Улар орасида турли иқтисодий мақсадларга мўлжалланган, ижтимоий вазифаларга бўйсундирилган, сиёсий соҳада қўлланилаётган тарғибот системалари мавжуд.

Бугунги кунда кўпгина замонавий тарғибот системалари *икки асосий вазифани* бажаришга сафарбар қилинган:

1. Тарғибот мамлакат аҳолиси орасида мақбул жамоатчилик фикрини шакллантириши ва ҳаётий позицияни қарор топтириши лозим. Янги асрга қадар бу вазифани бажариш жиддий қийинчиликлар туғдирмасди. Бунинг учун аҳолининг тегишли ахборот манбаларидан фойдаланишини таъминлаш, мақсадга мувофиқ бўлмаган ахборотларни тарқатаётган муқобил каналларни ёпишнинг ўзи кифоя эди. Бироқ жаҳонда оммавий коммуникация воситаларининг мисли кўрилмаган даражада ривож топиши, глобаллашув жараёнларининг жадаллашуви бу борадаги вазиятни тубдан ўзгартирди. Эндиликда аҳоли орасида мақбул жамоатчилик фикрини шакллантириш ва ҳаётий позицияни қарор топтириш учун энг самарали услублардан муҳирона фойдаланишнинг ўзи етарли эмас. Бундан ташқари, аҳолини муҳолиф кучларнинг тарғибот системаси таъсиридан ҳимоялаш зарурияти ҳам кундан-кунга ошиб бормоқда.

2. Тарғибот маълум бир ижтимоий-сиёсий позицияни муҳолиф мамлакат аҳолисига етказиши, уни ўз қарашларидан воз кечишга ундаши керак. Жаҳондаги етакчи иқтисодий, сиёсий, ижтимоий ва мафкуравий қудратга айланишни мақсад қилиб қўйган ҳар қандай геополитик куч ўз позицияларини, мафкуравий принципларини тарғиб қилишга алоҳида эътибор беради. Бироқ бу борада ҳам вазият мураккаб тус олмоқда. Чунки муҳолиф геополитик кучларнинг ҳам ўз тарғибот ва контртарғибот системаси мавжуд, бу система ҳам замонавий услуб ва усуллари, омил ва воситалари ёрдамида тарғибот ишларини кенг қўламда амалга оширмоқда. Бундай вазиятда тарғибот таъсирчанлигини ва ишонарлилигини ошириш ҳақиқатан ҳам муҳим, долзарб муаммога айланади. Бу муаммонинг ечими эса қатъий сиёсий иродага, салоҳиятли илмий потенциалга, салмоқли моддий-молиявий ресурсга бориб тақалади.

МУҲОКАМА ВА НАТИЖАЛАР

Замонавий тарғибот системалари мустақкам назарий-услубий таъминотга эгалар. Шунинг учун ҳам улар ўз фаолиятларини турли-туман услубга таянган ҳолда олиб бормоқдалар.²Бу услубларни тарғиботчилар олдига қўйилган вазифаларга мутаносиб равишда икки гуруҳга бўлиш мумкин. *Биринчи гуруҳ услублари* одатда мамлакат аҳолиси орасида мақбул жамоатчилик фикрини шакллантириш ва ҳаётий позицияни қарор топтириш мақсадида қўлланилади. Уларнинг энг кенг қўлланилаётганлари қуйидагилардан иборат:

1. “Мос қиёфа”. Ушбу услуб одатда телекўрсатув ёки Интернет орқали узатиладиган видеоматериаллар ёрдамидаги тарғиботда қўлланилади. Унга кўра, диктор қиёфаси узатилаётган ахборот мазмунига мос бўлмоғи лозим. Бу ҳолни оддий телекўрсатувларда ҳам кўп бора кузатганмиз. Одатда диктор позитив маълумотни ёруғ чехра билан, негатив ахборотни эса ташвишли қиёфа билан ўқиб беришга тиришади. Диктор қиёфасининг у узатаётган ахборотга мос бўлиши маълумотнинг тез ва мақсадга мувофиқ руҳда ўзлаштирилишига замин ҳозирлайди.

2. “Тафовутлаш”. Услуб тарғиботни амалга ошираётган субъектни ёрқин рангларда, мухолиф кучларни эса салбий контекстда талқин қилишни тавсия этади. Чунки, маълумки, оқ ранг қора фонда янада оқроқ кўринади. Мухолиф қанчалик салбий позициядан ёритилса, тарғибот субъекти шунчалик прогрессив, адолатпарвар кучдек кўринаверади. Тарғиботда ушбу услуб кенг қўлланилади. Ҳар бир геополитик куч ўз ҳалқига ўзини унинг орзу умидлари билан яшаётган субъект сифатида кўрсатишга интилади, оппонентларни эса вазиятни издан чиқариб юборишга уринаётган гуруҳ тарзида намоёиш этади. Тарқатилмажак ахборотлар ҳам шу контекстда танланади. Одатда “ролларнинг тақсимланишига” қараб тарғиботдан манфаатдор гуруҳларни аниқласа бўлади.

3. “Муаммони белгилаш”. Тарғибот кишиларни у ёки бу тарзда, шаклда фикрлашга мажбурлай олмайди. Бироқ уларни қайси муаммо устида фикрла-ши кераклигини белгилаб берса бўлади. Бунинг учун аудиторияга тўғри “қун тартиби” тақдим этилса кифоя. Муаммони белгилаш – бу маълум воқеа ёки жараёнга доир ахборотларни танлаш ва уни жамият ҳаёти учун муҳим янгилик каби узатиш, маъқул бўлмаган маълумотларни эса назардан четда қолдириш демакдир. Бир муаммо тўғрисидаги ахборотлар кўпайтирилаверса ва узлуксиз узатилаверса, аҳоли айнан шу муаммони ижтимоий аҳамиятга молик

² Қаранг: Аронсон Э., Пратканис Э. Современные технологии влияния и убеждения.- М.: Прайм-Еврознак, 2008; Василова Д. Использование методов скрытой пропаганды и теленовостей.- М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2012; Сороченко В. Энциклопедия методов пропаганды.- М.: Hippo Publishing, 2010 ва б.

вазифа сифатида қабул қила бошлайди ва унинг устида фикрлашга одатланади. Бугунги кунда барча замонавий тарғибот системалари ушбу услубдан самарали фойдаланмоқдалар.

4. “Такрорлаш”. Етказилиши зарур бўлган гапни кўп бора ва тинимсиз такрорлаш керак. Одатда муттасил такрорланган ахборот нафақат хотирада мустаҳкам ўрнашиб олади, балки охир-оқибатда тўғри деб қабул қилинади. Фикрни бир неча оддий ифодада мужассам қилиш ва уни узлуксиз равишда такрорлаш аҳолини хотиржам ва мантиқий фикрлашдан мосуво қилади. Геополитик кучлар маълум сиёсатни амалга ошириш арафасида (масалан, ҳарбий мақсадларга мўлжалланган маблағлар миқдорини ошириш зарурияти юзага келганда) зарур жамоатчилик фикрини шакллантириш учун ушбу услубга мурожаат қиладилар.

5. “Муаммони яшириш”. Ҳар қандай геополитик куч ўз ютуқларини кенг ёритишни, муаммолари ва мағлубиятларини эса сояда қолдиришни хуш кўради. Юзага келган муаммони яширишнинг оддий йўли унинг ўрнига бошқа воқеалар тўғрисида маълумот бериш, кишиларни асосий муаммодан чалғитишдан иборат. Ахборот маконида ушбу услубнинг қўлланилишини осон илғаб олса бўлади: одатда, айтайлик, “Еuronews” каналида хабар берилган воқеа “Россия-24” ёки “CNN” каналида ёритилмайди. Бир доменда кенг шарҳланган воқеа бошқа доменда ўзга хабарлар ортида қолдириб кетилади.

6. “Таҳдидлар ўйлаб топиш”. Аҳолини кўрқув остида бирлаштириш бирмунча осон. Ваҳимага тушган кишилар ўзларига маъқул бўлмаган вазиятдан қутулиш учун ҳар қандай саъй-ҳаракатни қўллаб-қувватлашга тайёр бўладилар. Буни бугунги геополитик кучлар яхши ўзлаштирган кўринадилар. Улар томонидан ўз аҳолиси орасида амалга оширилаётган тарғиботда бирор бир “глобал таҳдид” мисли кўрилмаган даражада кучайтирилади ва шунинг билан оммавий кўрқув юзага келтирилади. Бунда вазиятда халқ негатив энергиясини ўзга объектларга йўналтириш, унинг онгини маълум мақсадларда манипуляция қилиш осон кечади.

7. “Хулоса чиқаришга халақит бериш”. Деструктив тарғибот шахснинг мустақил фикрлашидан, мантиқий мулоҳаза юритиш орқали тўғри хулоса чиқаришидан манфаатдор эмас. Шунинг учун ҳам турли геополитик кучларнинг мақсадларига хизмат қилаётган оммавий ахборот воситалари ўз материалларини мантиқий изчилликда беришни маъқул деб билмайдилар. Фикрни чалғитиш учун телекўрсатувлар рекламалар билан бўлиниб туради, мақолалар орасида кроссвордлар ва бошқа материаллар нашр қилинади, эшиттиришлар кўшиқлар билан алмашиб турилади ва ҳоказо. Бу йўл билан

кишига мустақил хулоса чиқариш учун мутлақо имкон қолдирилмайди ва таклиф этилган тайёр хулосани қабул қилишга ундалади.

8. “Тескари алоқа”. Аудиторияга узатилаётган ахборотнинг ишонарлиги ва таъсирчанлигини оширишда тескари алоқанинг аҳамияти ниҳоятда катта. Ахборотнинг бирор бир тасодифий респондент томонидан маъқулланиши кишиларда катта таассурот қолдиради. Бугунги тарғибот каналлари бу услубдан кенг фойдаланадилар. Бироқ, масаланинг нозик томони шундаки, бундай респондент тарғиботчи томонидан аввалдан танлаб олинади. Табиийки, маъқул бўлмаган ижтимоий позицияда турган респондент эфирга яқин йўлатилмайди.

9. “Оддий талқин”. Муаммолар ёки мағлубиятлар ҳақида аҳолини хабардор қилиш зарурияти юзага келганда энг катта муаммо ҳам оддийгина, одатий ҳолдек етказилади. Бунинг натижасида бўлиб ўтган воқеанинг ижтимоий аҳамияти пасайтирилади, халқ уни жиддий эътиборга лойиқ бўлмаган муаммо сифатида қабул қилади.

10. Ахборот блокадаси. Ҳар бир геополитик куч ўз таъсири остидаги тарғибот каналларини, оммавий ахборот воситаларини маълум ахборотларни тарқатишга, номақбул маълумотларни эса чегириб ташлашга мажбур қиладилар. Номақбул маълумот сифатида бирор бир шахснинг сиёсий фаолияти, бирор давлат томонидан амалга оширилган сиёсий ҳаракатлар, айрим сиёсий воқеалар, аналитик материаллар ва хулосалар баҳоланиши мумкин.

Тарғибот услубларининг иккинчи гуруҳи маълум геополитик кучга хос ижтимоий-сиёсий позицияни муҳолиф мамлакат аҳолисига етказиш, уни ўз қарашларидан воз кечишга ундаш мақсадида қўлланилади. Ушбу услубларнинг энг кенг қўлланилаётганлари қуйидагилардан иборат:

1. “Номаълум манба”. Услубдан аслида ёлғон бўлган ахборотни асослаш учун фойдаланилади. Одатда бундай ахборотлар “Экспертларнинг хулосасига кўра”, “Фалон вазирликдаги манбанинг хабар беришича” тарзида бошланади. Аниқ манба эса кўрсатилмайди. Бундай йўл билан ахборот гўё асосга, исботга эгадек қилиб тақдим этилади.

2. “Ўғрини ушла”. Услубдан етказилган ахборотнинг ёлғонлиги маълум бўлиб қолганида фойдаланилади. Бунда ахборотни узатган манбанинг ўзи ҳаммадан аввал айюҳаннос солиб, ёлғон ахборотни етказган айбдорларни излай бошлайди ва кишилар эътиборини бошқа объектга буриб юборади.

3. “Илдамлик эффекти”. Янгиликни ҳаммадан олдин билиш ва етказиш – ҳозирги тарғибот манбаларининг асосий услубларидан бири. Шу йўл билан биринчи бўлиб ахборотни зарурий ракурсада ёритиш имкони туғилади.

Киши-ларнинг воқеага муносабати эса одатда илк қабул қилинган маълумотлар асо-сида шаклланади. Кейинги етказилган маълумотлар биринчисига мос бўлмаса, танқидий руҳда баҳоланади.

4. “Иштирокчи эффекти”. Воқеа содир бўлган жойлардан тайёрланган репортаж унинг ишонарлилигини оширади. Шунинг учун ҳам бугун мухолиф кучларнинг ғайриинсоний ҳатти-ҳаракатларини “фош қилувчи” инсценировкалар тайёрлаш, унинг фонида репортажлар уюштириш геополитик мақсадларга хизмат қиладиган тарғибот системалари учун одатий ҳолга айланган.

5. “Фактни констатация қилиш”. Услуб кишиларда зарурий кайфиятни шакллантириш мақсадида қўлланилади. Бунда содир бўлиши исталган воқеа ҳақиқатда содир бўлгандек баён этилади. “Фалон мамлакат иқтисоди инкирозга юз тутди”, “фалон давлатнинг сиёсати уни жар ёқасига келтириб қўйди” қабилидаги янгиликлар шу мақсадларга хизмат қилади.

6. “Ёлғон аналогия”. Ёлғондакам ўхшатишлар қилиш, мухолифларни тарихдаги салбий кучларга қиёслаш ҳам деструктив тарғиботнинг одатий услубига айланган. Бунда ўхшатилаётган томонларнинг умумий жиҳатлари ниҳоятда камлигига эътибор берилмайди. Кишиларда мухолиф ҳақида салбий муносабат шакллантирилса кифоя.

7. “Гувоҳлар”. Бу услуб ҳам материалнинг, унинг талқинининг ишонар-лилиги даражасини ошириш мақсадида ишлатилади. Мақбул позицияни қўл-лаб-қувватловчи воқеа “гувоҳи” топилади ва унинг интервьюси тайёрланади. Интервью аввал етказилган ахборот талқинининг ҳаққонийлилигини исбот-лашга хизмат қилади.

8. “Тарих талқини”. Тарихий воқеаларни ўзича талқин қилиш, тарихни ўз мақсад ва манфаатларига мос равишда “қайта ёзиб чиқишга” интилиш ҳам типик услубга айланди. Бу услуб тактик эмас, стратегик мақсадларга хизмат қилади: унинг ёрдамида кишиларда аста-секинлик билан мақбул дунёқараш шакллантирила боради.

9. “Имконият”. Геополитик мақсадларга хизмат қиладиган тарғибот во-ситалари бирор жараён ёки воқеани ёритаётганда ўз тарафдорларига кўпроқ имконият яратиб берадилар. Натижада ахборот маконида бир позиция тарафдорларининг қўли баланд келади, иккинчи тараф учун ўз нуқтаи назарини баён қилиш имкони камаяди. Шу тариқа зарурий фикрни тарғиб қилиш имкониятлари кенгайди.

10. “Тушунчаларни алмаштириш”. Услубдан содир бўлаётган воқеалар характерини ўзгартириб талқин қилишда фойдаланилади. Бунинг учун юз берган воқеа, унинг иштирокчилари бошқа тушунчалар билан номланади.

Масалан, “экстремистлар” тушунчаси “оппозицион кучлар” тушунчаси билан, “террористик ҳаракатлар” тушунчаси “озодлик ҳаракати” тушунчаси билан, “тартибсизлик” тушунчаси “норозилик намойиши” тушунчаси билан, “ёлланган жангари” тушунчаси “кўнгилли” тушунчаси билан алмаштирилади.

11. “Синов”. Айрим тарғибот манбалари бирор фикр, нуқтаи-назарни тарғиб қилишдан аввал уни кичикроқ бир ҳудудда тарқатиб, аҳолининг қандай қабул қилишини ўрганадилар. Шу йўл билан фикрнинг маҳаллий менталитетга мос ёки мос эмаслиги аниқланади. Сўнгра ўзгартиришлар киритилган ва “тахрир қилинган” фикр оммавий тарзда тарғиб қилина бошланади.

12. “Рухий фалажлик”. Кишиларни фалаж қилиб қўядиган, лол қолдира-диган фалокат, террористик акт, қотиллик саҳналарининг намойиш қилиниши ҳам одатий ҳолга айланди. Аслида бундан аниқ сиёсий мақсадлар кўзланади: мазкур саҳналар намойишидан сўнг жамоатчилик фикри унинг ташкилотчиси сифатида кўрсатилаётган кучларни салбий руҳда баҳолай бошлайди.

13. “Рейтингни белгилаш”. Деструктив тарғибот манбаларининг яна бир найранги турли муносабатлар билан мамлакатларнинг рейтингини аниқлаш-дан иборат. Кейинги йилларда турли социологик тадқиқотлар ўтказиб, мамлакатларнинг гоҳ демократик кадриятлар бўйича, гоҳ фуқаролар хавфсизлигининг таъминланганлиги бўйича, гоҳ коррупция ҳолатларининг бартараф этилганлиги бўйича, гоҳ виждон эркинлигининг таъминлаганлиги бўйича рейтингини аниқлашга интилинмоқда. Аслида бу ҳам маълум норма ва принципларни сингдиришдан бошқа нарса эмас.

14. “Оламшумуллик ва шошиличлик”. Айрим фикр ёки нуқтаи назарни жамоатчиликка керакли ракурса сингдириш учун аввал ундаги руҳий ҳимояни бузиш, уни ташвишлантириш зарур бўлади. Бунинг учун аввал бирор бир ахборот ниҳоятда оламшумул характерга эга, шошилич етказилиши зарур бўлган маълумот сифатида узатилади. Шундан сўнг ташвишга тушган аудиторияга ундан қутилиш чораси сифатида зарурий фикр тақдим этилади.

15. “Ахборот тўлқини”. Кишиларда қатъий ижтимоий позицияни шакллантириш учун зарурий ахборотлар бирваракайига бир неча ахборот манбаларидан узатилади. Шу йўл билан ахборот тўлқини ташкил этилади. Бундан мақсад кишилар орасида маълум ахборотнинг кенг муҳокама этилишига эришишдан иборат.

16. “Гапларни бир матнга бирлаштириш”. Баъзан турли жойларда бўлган воқеалар битта матнда жамланади. Масалан, фалон шаҳарда отишма бўлиб ўтгани, унда гранатометлардан фойдаланилгани, тасодифан болалар

боғчаси ўққа тутилгани ва икки бола ҳалок бўлгани бир ахборот матнида баён қилинади. Натижада болаларнинг ўлимига отишма сабаб бўлган, деган хулоса келиб чиқади. Аслида эса отишма мутлақо бошқа пайтда, бошқа жойда юз берган, болалар эса бошқа сабаб билан ҳалок бўлган. Лекин, бундан қатъий назар, ахборот ўз мақсадига эришади.

Албатта, тарғибот услубларининг бундай таснифланиши шартли характерга эга, чунки мамлакат ичкарисидаги тарғибот жараёнида қўлланилган услублар айрим ҳолларда геополитик маконда ҳам ишлатилиши, аксинча, муҳолиф геополитик кучларга қарши ишлатишга мўлжалланган услублар мамлакат ичкарисида ҳам иш бериши мумкин. Лекин мазкур услубларнинг тадбиқ этилиши частотасига қарайдиган бўлсак, уларнинг баъзилари кўпроқ ички тарғибот мобайнида, бошқалари эса ташқи тарғибот давомида ишлатилаётганига амин бўламиз. Биз услубларни шу мезонга асосланган ҳолда таснифладик.

Хулоса қиладиган бўлсак, янги асрга келиб замонавий тарғибот системалари давлатнинг мутасадди органлари томонидан мувофиқлаштириладиган мураккаб институтлар, механизмлар, марказлар, воситаларни ўзида мужассам қилган, етарли миқдордаги маблағ билан таъминладиган системага айланди. Бугунги кунда у мақбул жамоатчилик фикрини шакллантириш ва ҳаётий позицияни қарор топтириш, муҳолиф мамлакат аҳолисига маълум геополитик позицияни етказиш вазифаларига бўйсундирилган. Ушбу вазифаларни бажариш учун замонавий тарғибот системаси такомиллашган тарғибот услублари ва усуллари мажмуидан, таъсирчан воситалардан кенг фойдаланмоқдалар.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати (REFERENCES)

1. Аронсон Э., Пратканис Э. Современные технологии влияния и убеждения.- М.: Прайм-Еврознак, 2008; Василова Д. Использование методов скрытой пропаганды и теленовостях.- М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2012; Сороченко В. Энциклопедия методов пропаганды.- М.: Hippo Publishing, 2010 ва б.
2. Бернейс Э. Пропаганда.- М.: Hippo Publishing LTD, 2010.
3. Rustamov R. R., Elboyeva S. B. THE EVOLUTION OF THE SYSTEM OF SPIRITUAL PROPAGANDA //Theoretical & Applied Science. – 2020. – №. 10. – С. 218-221.
4. Чориев, С. А., & Рустамов, Р. Р. (2022). ДУНЁ ТАРҒИБОТ СИСТЕМАСИ ЭВОЛЮЦИЯСИ. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2(5-2), 48-59.

5. Рустамов Р. Р., Тураева С. Х. Виды пропаганды, ее цели и задачи //Вестник науки. – 2020. – Т. 5. – №. 11. – С. 58-62.
6. Рустамов Р. СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА //Scientific Collection «InterConf». – 2022. – №. 118. – С. 41-49.
7. Rustamov R. R., Manzarov Y. X. Changes in advocacy systems today //Deutsche Internationale Zeitschrift für zeitgenössische Wissenschaft. – 2020. – №. 2. – С. 7-
8. Rustamov R. R., Turaeva S. H. Medieval Western and Eastern Propaganda: A Comparative Analysis //Theoretical & Applied Science. – 2021. – №. 8. – С. 72-74.
9. Rustamov Ramz Rizoqulovich, To‘Rayeva Sanobar Halimovna QADIMGI DUNYO ILK TARG‘IBOT SISTEMALARINING SHAKLLANISHI // ORIENSS. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/qadimgi-dunyo-ilk-targ-ibot-sistemalarining-shakllanishi> (дата обращения: 22.01.2024).
10. Rustamov R. R. MODERN PROPAGANDA TECHNOLOGY AND THEIR MAIN PURPOSE //Научное знание современности. – 2018. – №. 10. – С. 35-38.
11. Rustamov R. R. ATTRIBUTIVE CHANGES IN THE INFORMATION SPACE SYSTEM IN THE CONTEXT OF GEOPOLITICAL COMPETITION //Theoretical & Applied Science. – 2018. – №. 3. – С. 170-173.
12. Курбонова М. Б., Мамасалиев М. М. СТРУКТУРА СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА МОЛОДЕЖНОГО СООБЩЕСТВА //ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ: ПОТЕНЦИАЛ НАУКИ И СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ. – 2020. – С. 210-213.
13. Mamasaliev M. M. Philosophical and Moral Aspects of Amir Temur's Foreign Policy //Miasto Przyszłości. – 2023. – Т. 35. – С. 210-215.
14. Мамасалиев М. АМИР ТЕМУРНИНГ ТАШҚИ СИЁСАТДАГИ ФАЛСАФИЙ-АХЛОҚИЙ ЖИҲАТЛАР //Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари/Актуальные проблемы социально-гуманитарных наук/Actual Problems of Humanities and Social Sciences. – 2023. – Т. 3. – №. 4. – С. 170-175.
15. Mamasaliyev M. M. AMIR TEMUR DAVRIDA MARKAZLASHGAN BOSHQARUV TIZIMINING SHAKLLARI //Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2022. – Т. 2. – №. 5-2. – С. 1120-1129.
16. Манзаров, Ю. Х. (2020). Роль пропаганды народного творчества и искусства в воспитании молодежи. In *30 лет Конвенции о правах ребенка: современные вызовы и пути решения проблем в сфере защиты прав детей* (pp.

226-232). Российский государственный профессионально-педагогический университет.

17. Манзаров Ю. Х. Новый Узбекистан на пути третьего ренессанса //Academy. – 2021. – №. 5 (68). – С. 34-38.

18. Манзаров Ю. ДЕМОКРАТИЧЕСКИЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО СОГЛАСИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ В ГОДЫ НЕЗАВИСИМОСТИ //Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. – 2017. – №. 4. – С. 28-30.