

МАЪНАВИЙ ТАРҒИБОТДА ИЛҒОР ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАЛАР

Расулов Ҳаким Маманович

Термиз давлат педагогика институти доценти,
сиёсий фанлар номзоди

АННОТАЦИЯ

Мақолада маънавий тарғибот жараёнининг дунё тажрибасида синовдан ўтган энг таъсирчан усуллари таҳлилга эътибор қаратилган. Тарғибот-ташвиқот яъни, ахборот тарақатиш жараёнида муваффақиятга эришиш учун турли манбалардан фойдаланиш йўллари хусусидаги ёндошувлар таҳлилга эътибор қаратилган. Тарғибот жараёни билан боғлиқ дунё тажрибаси жамият ҳаётининг турли жабҳаларида унинг қўлланилиши ва турлари таснифланган.

Калит сўзлар: *Тарғибот, ишонтириш, ахборот, глобаллашув, ахборот алмашинуви, дезинформация, сиёсий, иқтисодий, ҳарбий, дипломатик, дидактик, мафкуравий тарғибот, тарғиботдан қочиш.*

ПЕРЕДОВОЙ ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ДУХОВНОГО ПРОПАГАНДА

Расулов Ҳаким Маманович

Доцент Термезского государственного педагогического института, кандидат политических наук

АННОТАЦИЯ

В статье делается акцент на анализе наиболее эффективных методов духовно-пропагандистского процесса, апробированных в мировом опыте. Акцентируется внимание на анализе подходов к использованию различных источников для достижения успеха в пропаганде, то есть в процессе распространения информации. Классифицируется мировой опыт, связанный с пропагандистским процессом, его применением и видами в различных аспектах жизни общества.

Ключевые слова: *Пропаганда, убеждение, информация, глобализация, информационный обмен, дезинформация, политическая, экономическая, военная, дипломатическая, дидактическая, идеологическая пропаганда, уклонение от пропаганды.*

ADVANCED FOREIGN EXPERIENCE OF SPIRITUAL PROPAGANDA

Rasulov Khakim Mamanovich

Termez State Pedagogical Institute, Candidate of Political Science,
Associate Professor

ABSTRACT

The article focuses on the analysis of the most effective methods of the spiritual propaganda process tested in the world experience. Attention is focused on the analysis of approaches to the use of various sources to achieve success in propaganda, that is, in the process of information dissemination. The world experience related to the propaganda process, its application and types are classified in various aspects of society's life.

Keywords: Propaganda, persuasion, information, globalization, information exchange, disinformation, political, economic, military, diplomatic, didactic, ideological propaganda, avoidance of propaganda.

КИРИШ (ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION)

Тарғибот жараёнининг шаклланиши гарчи узоқ тарихий тараққиётга эга бўлса-да, уни назарий ва амалий жиҳатдарини таҳлил қилиш, ундан турли замонавий воситаларда фойдаланишга эътибор асосан XX асрнинг бошларидан бошланган. Давлатимиз раҳбари Ш.М.Мирзиёев “Янги Ўзбекистон Стратегияси” номли асарида тарғибот жараёнидаги вазифа сифатида, “мамлакатимиз аҳолиси, аввало, ёшлар қалбида амалга оширилаётган ислохотларга дахлдорлик ҳиссини кучайтириш, шу йўналишдаги маънавий-маърифий ишларнинг таъсирчанлигини янада оширишимиз зарурлиги давр талабига айланиб бормокда”¹ деб бу борадаги ислохотларнинг провард мақсадига эътибор қаратади.

АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ ВА МЕТОД

АҚШлик назариётчи-тарғиботчилар Гарт С. Жоветт ва Виктория Доннелл ўзларининг “Тарғибот ва ишонтириш” китобида тарғиботни “тарғиботчининг исталган ниятини амалга ошириш, жавобга эришиш учун ҳисларни шакллантириш, идрокни манипуляция қилиш ва тўғридан-тўғри хатти-ҳаракатларга қасддан, тизимли уриниш” деб таърифлайдилар. Яна бир амарикалик сиёсатшуносга кўра, “кенг маънода тарғибот - бу вакилликларни

¹ Мирзиёев Ш.М. Янги Ўзбекистон Стратегияси Т.: “Ўзбекистон” 2021, 280-бет.

манипуляция қилиш орқали инсон ҳаракатларига таъсир қилиш техникаси. Бу тасвирлар оғзаки, ёзма, тасвирий ёки мусиқий шаклда бўлиши мумкин”.²

МУҲОКАМА (ОБСУЖДЕНИЕ / DISCUSSION)

Замонавий дунёда ҳам тарғибот масаласига алоҳида эътибор қаратилади. Жумладан, Россияда ташвиқот материалларини ишлаб чиқариш ва турли ОАВлари орқали матнлар, видео ва аудио материаллар тарзида тарқатиш кенг ривожланган. Ахборот маконининг глобаллашуви сабаб интернет, ижтимоий тармоқлар, сунъий йўлдошлар орқали тарғибот жараёни кучайиб бормоқда.

Экспериментал тадқиқотлар шуни кўрсатадики, тарғибот-ташвиқот яъни, ахборот тарақатиш жараёнида муваффақиятга эришиш учун турли манбалар муҳим аҳамиятга эга. а) Бир нечта манбалар биттадан кўра ишончлироқдир, айниқса бу манбалар бир хил хулосани қўллаб-қувватлаш учун турли далиллар келтирса; б) турли манбалардан бир хил ёки ўхшаш хабарни олиш анча ишонарлироқдир; в) Одамлар турли манбалардан олинган маълумотлар, эҳтимол, турли нуқтаи назарларга асосланган ва шунинг учун эътиборга лойиқ деб ҳисоблашади.

Тарғибот жараёнида манбаларнинг сони ва қамрови ҳам муҳим. Бу **биринчидан**, кўп сонли фойдаланувчиларнинг маъқулланиши истеъмолчиларнинг ишончини, уларнинг ахборот ишончилигига ишончини сезиларли даражада оширишга олиб келади. Шу билан бирга, камдан-кам одам бундай розиликни билдирганларнинг ишончилиги ҳақида ўйлайди. **Иккинчидан**, истеъмолчининг қизиқиши паст бўлса, хабарнинг ишончилиги сифатига эмас, балки уни ҳимоя қилишдаги далиллар сонига боғлиқ³.

Тарғибот жараёнида муайян воқеа ҳодисага бошқаларнинг қарашлари муҳим аҳамиятга эга, айниқса хабар қабул қилувчи билан бир хил хусусиятларга эга бўлган манбадан келган бўлса. а) Қабул қилувчи тегишли бўлган гуруҳлардан келган хабарлар ишончли деб қабул қилинади. Худди шу тамойил, агар манба қабул қилувчига ўхшаш деб ҳисобса, тўғри бўлади. Агар тарғибот канали қабул қилувчи шахсини аниқлаган гуруҳга тегишли бўлса (ёки ўзини мансуб деб кўрсатса), у ҳолда канал маълумотлари ишонарли сифатида қабул қилиниши эҳтимоли юқори; б) ишонч ҳам ижтимоий бўлиши мумкин; яъни, агар бошқалар уни шундай деб ҳисобласа, одамлар маълумот манбасини ишончли деб қабул қилиш эҳтимоли кўпроқ. Бу таъсир манбанинг

² Propaganda techniques // https://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda_techniques

³ Расулов, Ҳаким. "СИЁСАТ–МАДАНИЯТ, ҲОДИСА ВА ФАН СИФАТИДА." *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences* 2.7 (2022): 691-702.

ишончлилигини баҳолаш учун етарли маълумот бўлмаган шароитда янада кучлироқдир; в) ахборот миқдори кичик бўлса, олувчилар эксперт фикрларини маъқуллайдилар, аммо маълумотлар кўп бўлса, улар бошқа фойдаланувчилар томонидан билдирилган фикр ва маълумотларга кўпроқ хайрихоҳлик билан қарашади. г) Онлайн форумларда оппонентларнинг тажрибаси, билими ёки ишончлилигига қарши тажовузкор изоҳлар уларнинг ишончини обрўсизлантиради ва ўқувчилар ўқиган маълумотларга асосланиб бирор нарса қилиш эҳтимолини камайтиради.

Илмий-таҳлилий адабиётларда муаммонинг даражаси, тарқалган информациялар тенг кучга эга бўлса, кўпроқ ҳажмда ва турли манбалардан олинган маълумотлар ишончлироқ бўлади. Демак, миқдорнинг ўзида сифат бор. **Биринчидан**, кўп сонли хабарлар эътиборни жалб қилиши, шунингдек, потенциал аудиториянинг мавжуд имкониятларини кенгайтириши ва рақобатдош хабарларни бостириши мумкин. **Иккинчидан**, кўп сонли хабарлар рақобатдош хабарларни танқидлар оқими билан босиб кетиши мумкин. **Учинчидан**, бир нечта тарқатиш каналлари мақсадли аудитория томонидан қабул қилинадиган хабарлар эҳтимолини оширади. **Тўртинчидан**, хабарни турли йўллар билан ва турли манбалардан қабул қилиш, бу хабарни ишончли деб қабул қилишни кучайтиради.

Тарғибот борасида дунё тажрибаси шуни кўрсатадики, АҚШ, Франция, Германия Россия каби мамлакатларда ташвиқот жараёни оператив, узлуксиз ва цикликдир. Кўпчилик ҳолларда тарғибот воситаларининг асосий мақсади объектив воқеликни ёритишга қаратилмаган бўлганлиги учун тарғиботчиларига фактларни текшириш ва фикрларни тасдиқлаш асосий масала бўлмайди. Бошқача айтганда мавзуларни қўллаб-қувватлаш ва мақсадларига эришиш учун энг яхши хизмат қиладиган воқеалар талқинини тарғиб қилишади. Бундай ёндашув эса тарғиботчидан тезкорликни талаб этади.

Кўпинча “янгиликлар” (шунингдек, сохта янгиликлар, яъни ҳақиқатда содир бўлмаган) ҳақида биринчи бўлиб хабар беради. Кейин улар дезинформацияни такрорлайдилар. Ҳафталик дезинформацион Ревью журналининг 2016-йил 14-январ сонидан илгари рад этилган Россия тарғиботи ҳикояларининг янги босқичи ҳақида хабар берилган. Бунга Польша президенти Анжей Дуда гўёки Украинани собиқ Польша ҳудудларини қайтаришга ундаётгани, “Ислоний давлат” жангарилари украинапараст кучлар сафига қўшилгани ва Киевдаги тўнтаришни Ғарб қўллаб-қувватлагани ҳақидаги

хабарлар киради⁴. Баъзида Россиянинг ташвиқот хабарлари қонуний оммавий ахборот воситалари томонидан олинади ва келтирилади деб ҳисобланади. Аммо кўпинча ижтимоий тармоқларда Россия ташвиқотини тарқатиш учун турли каналлардан ахборот майдонида пайдо бўладиган мавзулар, хабарлар ва тўлдиришлар такрорланади. Мисол учун, 2014 йил бошида Германиядаги ахборот манбалари Украинадаги ваҳшийликлар ҳақида Россиянинг дезинформациясини тарқатди ва Европа Иттифоқининг украиналик эркак ёшлар учун визани бекор қилиш режалари ҳақидаги ёлғон маълумотлар Украина оммавий ахборот воситаларида шунчалик тез-тез тилга олиндики, мамлакат расмийлари буни рад этиш зарурлигини англаб этди⁵.

Одатда биринча манбада олинган маълумотлар, хабарлар, таассуротлар жуда барқарор бўлади. Умуман олганда, такрор такрор кўрилган ва эшитилган маълумотлар охир оқибат мазкур ахборотларни қабул қилишга олиб келади: а) Баёнотни доимий равишда қабул қилиш уни ҳақиқат деб қабул қилиш имкониятини оширади; б) бу “хаёлий ҳақиқат эффекти” яхши ўрганилган. Одамлар, агар у бутунлай янги хабар бўлганидан кўра, уни илгари эшитган бўлса, уни ҳақиқат деб қабул қилиш эҳтимоли кўпроқ; в) одамлар бирор мавзуга унчалик қизиқмай қолса, улар такрорлаш натижасида танишликни ахборотнинг ҳақиқат белгиси сифатида қабул қиладилар. г) ахборотни қайта ишлашда истеъмолчилар тез-тез эшитган нарсаларига кўпроқ ишониб, вақт ва кучни тежашлари мумкин; д) кулгили ҳикоялар ва шаҳар афсоналари бўлса ҳам, уларни кўп марта эшитганлар уларга ишонишади; е) агар бирор киши у ёки бу гап ёки аргумент билан аллақачон таниш бўлса (аллақачон кўрган бўлса), у бу маълумотни камроқ танқидий қабул қилади ва кўпинча заиф далилларни кучлилардан ажрата олмайди⁶.

Тарғибот жараёни билан боғлиқ дунё тажрибаси жамият ҳаётининг турли жабҳаларида унинг қўлланилиши ва турларини қуйидагича таснифлаш имконини беради:

1. Сиёсий тарғибот-ташвиқот. Ҳокимиятни эгаллаш ёки ўрнатиш ва сақлаб қолишга қаратилган ташвиқотнинг барча турларини ўз ичига олади. Бу нафақат

⁴ Disinformation, “Weekly Disinformation Review,” Disinfo, January 14, 2016//

https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/perspectives/PE100/PE198/RAND_PE198z1.russian.pdf

⁵ Примеры размножения российской дезинформации взяты соответственно из Milan Lelich, “Victims of Russian Propaganda,” New Eastern Europe, July 25, 2014, и Paul A. Goble, “Top 10 Fakes of Russian Propaganda About Ukraine in 2015,” Euromaidan Press, December 26, 2015.

https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/perspectives/PE100/PE198/RAND_PE198z1.russian.pdf

⁶ Расулов, Хаким Маманович. "ВЫБОРНЫЙ ЯВЛЕНИЕ И ПРОБЛЕМА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЭЛЕКТРОКУЛЬТУРЫ НАСЕЛЕНИЯ." *Восточно-европейский научный журнал* 11-6 (75) (2021): 28-32.

рақобатлашаётган партиялар ўртасидаги қарама-қаршилик, балки сиёсий ҳокимиятнинг асосини ташкил этувчи халқпарварлик, ватанпарварлик, миллатпарварлик, фуқаролик итоаткорлиги кўринишида ҳам намоён бўлди. Байроқлар, зафарлар, мадҳиялар, сиёсий ҳокимиятни мустаҳкамлашга қаратилган ва унинг хавфсизлигини таъминловчи сиёсий ташвиқот воситаларидир. Ю.Цезар, Наполеон, Гитлер каби сиёсий арбоблар бу усулларнинг кўзга кўринган амалиётчилари бўлган.

2. Иқтисодий ташвиқот. Бунга товарлар, хом ашё, ёқилғи, ер, пул, акцияларни сотиш ва сотиб олиш ва сақлаш операцияларида ишонтиришнинг барча шакллари киради. Бу иқтисодиётнинг психологик иродасига айланган сиёсий имиджнинг иқтисодий эквиваленти - ишонч ва махфийлик муҳитини яратишдир.

3. Ҳарбий тарғибот. Ахборот таъсирининг алоҳида шакли сифатида, уруш пайтида душманларни фош қилишга, ўз халқини, армиясини ва иттифоқчиларнинг ғалабасини руҳлантиришга интилиш. Бунга қуролли рейдларга чақирувчи варақалар ва таслим бўлишга чақирувчи варақалар киради.

4. Дипломатик тарғибот-ташвиқот. Ушбу турдаги ахборот таъсири одатда потенциал иттифоқдош ёки потенциал душманликга мойиллик ёки душманлик яратиш учун ишлатилади. Бисмаркнинг худди шу ҳужжатдан француз халқида урушга салбий муносабат, ўз халқи ўртасида жангари кайфиятни шакллантириш мақсадида фойдаланишини ана шундай ташвиқотнинг классик намунаси деб ҳисоблаш мумкин.

5. Дидактик ташвиқот. Бу аҳолини биргаликда яшаш тамойилларига ўргатади: хато ва касалликлар, ахлоқсизлик ва тартибсизлик, антисоциал ёмон одатлар билан курашиш, аҳолининг ҳаддан ташқари кўпайиши муаммосини ҳал қилиш. Атроф-муҳитдаги хавфли тенденциялардан хабардор бўлган бугунги мураккаб жамият бундай ташвиқотга тобора кўпроқ мурожаат қилмоқда. У сезиларли кучга эга ва ҳатто нототалитар давлатларда ҳам қабул қилинади, жамиятни янада ривожлантириш ва мустаҳкамлаш воситаси, шунингдек, мумкин бўлган ўзгаришлар воситаси ҳамдир.

6. Мафкуравий тарғибот. Ғояларнинг бутун тизимини ёйиш, динни конвертация қилиш билан боғлиқ. Бу кўпинча, инсон онгини ҳиссий жиҳатдан қайта қуришни англатади. Бундай тарғиботнинг амалиётчилари, пайғамбарлар, диний арбоблар, диний соҳа ходимлари, миссионерлар ҳисобланади.

7. Тарғиботдан қочиш. Буни сиёсий ташвиқотнинг бир кўриниши деб ҳисоблаш мумкин, лекин унинг ўзига хос фарқли хусусиятлари бор. У баъзан

нотўғри йўл тутади, келишувга эришиш учун оммавий ахборот воситаларидан ўйин-кулги сифатида фойдаланади. Масалан, Қадимги Римдаги цирклар, томошалар, оммани тинчлантирувчи таъсир кўрсатадиган барча турдаги томошалар ҳар қандай ғояларни пассив қабул қилишга олиб келишга ёки аҳолини маълум бир йўналишга қарши қўйишга хизмат қилган. Бошқача айтганда аҳолининг асосий диққат марказини жамиятининг оғриқли нуқтасидан узоқлаштиришга қаратилганлиги билан фарқланади⁷.

Табиийки, тарғибот таъсирининг санаб ўтилган ҳар бир йўналиши нафақат соҳанинг ўзига хос хусусиятлари билан белгиланади. Тарғибот- ташвиқот интегратив характерга эга бўлиши мумкин. Биринчи ҳолда, мақсад одамларнинг эътиборини муайян муаммоларга қаратишга ҳаракат қилишдир, одатда тез ва аниқ қайд этилган ўзгаришларда ўзини намоён қилади. Иккинчи ҳолда, таъсир интеграция характерига эга бўлиб, унинг якуний натижаси назорат вазифалари учун мақбул бўлган пассив ёндошувни шакллантиришдан иборат. Кўриниб турибдики, интеграциялашган ташвиқот анча нозик ва мураккаброқ бўлиб, шунчаки ташвиқот эмас, балки ҳодиса ҳамдир. У инсонга вақтинчалик таъсир кўрсатишга эмас, балки уни ўз хоҳишига кўра ичкаридан бутунлай қайта қуришга интилади. Бунда тарғибот-ташвиқот тез ва самарали таъсир кўрсатади, интегратив тарғибот эса аста-секин ва сезилмасдан ҳаракат қилади. Аҳолининг ижтимоий фаол қатлами, зиёлилар, деҳқонларга қараганда интеграция ташвиқотига кўпроқ мойил бўллади. Шундай қилиб, ижтимоий воқеликнинг турли соҳаларида тарғибот-ташвиқотнинг мавжудлиги ва натижада ушбу соҳаларни тартибга солувчи ижтимоий институтлар билан ўзаро таъсири ҳақида хулоса қилиш мумкин. Шу муносабат билан АҚШлик олим Т.Парсонснинг ўзаро таъсир қилувчи тизимлар ва қуйи тизимларнинг ахборот алмашинуви ҳақидаги концепциясига мурожаат қилайлик. Т.Парсонснинг асосий ғояси шундан иборатки, энг муҳим ижтимоий жараён ахборот ҳаракати жараёнидир. Ахборотни узатиш жараёни жамиятнинг ижтимоий ривожланиши ва унинг барқарорлиги билан бевосита боғлиқдир. Т.Парсонс фикрича, ижтимоий жараёнларнинг катализатори ўзаро таъсир қилувчи тизимлар ва қуйи тизимларнинг ахборот алмашинувидир. У ҳар қандай тизим катта ахборот потенциалига эга бўлган ва энг кам энергия сарфлайдиган кичик тизим томонидан бошқарилади, деган ниҳоятда муҳим тезисни илгари

⁷ Mamanovich, Rasulov Hakim. "THE MASS MEDIA AS A SUBJECT OF POLITICAL AND LEGAL PROPAGANDA." *European International Journal of Multidisciplinary Research and Management Studies* 2.10 (2022): 122-128.

суради. Парсонсинг бу тезиси бизнинг саволимизнинг ечими билан бевосита боғлиқ.

НАТИЖАЛАР (РЕЗУЛЬТАТЫ / RESULTS)

Юқорида тарғиботнинг тизимли хусусияти “ғоялар тарқалиши” эканлигини белгилаб олдик. Бундай ҳолда, ташвиқотнинг ўзи маълумот ишлаб чиқармаслиги, ғоялар яратмаслиги, у бошқа ижтимоий институтлар томонидан ишлаб чиқилган нарсдан фойдаланади, билимларни, хабарларни, афсоналарни ва ҳоказоларни талқин қилади. унинг асосий вазифасини ҳал қилиш – жамиятдаги мавжуд ижтимоий муносабатлар тизимини мустаҳкамлашдир.

Таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, тарғибот-ташвиқот очиқ, ўз-ўзидан ривожланаётган тизим дейиш имконини беради. Бироқ, тарихий тадқиқот ушбу тизимнинг ички тузилиши ва ўзаро боғлиқлигини кўрсатишдан кўра, кўпроқ ташқи ҳолатларни белгилаб, ташвиқот динамикасини белгиловчи шарт-шароитларни шакллантиришга қисман имкон берди. Шунингдек, ташвиқотнинг мавжудлиги ва ўзгаришининг ташқи ва ички омилларини батафсилроқ таҳлил қилиш вазифаси турибди.

Хулоса қилиб айтганда ривожланган мамлакатлар томонидан ахборот тарқатишдан мақсад ўз турмуш тарзини ташвиқот қилиш натижасида ғоявий ҳукмронликка эришишдан иборат. Бундай ҳукмронлик, ўз навбатида: сиёсий, иқтисодий, маданий ва бошқа ҳукмронликларга олиб боради.

REFERENCES

1. Мирзиёев Ш.М. Янги Ўзбекистон Стратегияси Т.: “Ўзбекистон” 2021, 280-бет.
2. Propaganda techniques // https://en.wikipedia.org/wiki/Propaganda_techniques
3. Расулов, Ҳаким. "Сиёсат–маданият, ҳодиса ва фан сифатида" *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences* 2.7 (2022): 691-702.
4. Disinformation, “Weekly Disinformation Review,” Disinfo, January 14, 2016// https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/perspectives/PE100/PE198/RAND_PE198z1.russian.pdf
5. Примеры размножения российской дезинформации взяты соответственно из Milan Lelich, “Victims of Russian Propaganda,” *New Eastern Europe*, July 25, 2014, и Paul A. Goble, “Top 10 Fakes of Russian Propaganda About Ukraine in 2015,” *Euromaidan Press*, December 26, 2015. https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/perspectives/PE100/PE198/RAND_PE198z1.russian.pdf

6. Расулов, Хаким Маманович. "Выборный явление и проблема совершенствования электрокультуры населения." *Восточно-европейский научный журнал* 11-6 (75) (2021): 28-32.
7. Mamanovich, Rasulov Hakim. "THE MASS MEDIA AS A SUBJECT OF POLITICAL AND LEGAL PROPAGANDA." *European International Journal of Multidisciplinary Research and Management Studies* 2.10 (2022): 122-128.
8. Mustafayev, U. U., Mustafayeva, S. U., & Haydarov, O. E. (2022). TURMUSHDAGI ISLOM: NAMOYON BO 'LISHI VA MONIYATI. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2(1), 914-921.
9. Хайдаров, О. Э. (2022). СУРХОН ВОҲАСИ АҲОЛИСИНИНГ ЁЗ ВА КУЗ МАВСУМИ БИЛАН БОҒЛИҚ МАРОСИМЛАРИ ВА УРФ-ОДАТЛАРИ. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2(7), 134-140.
10. Хайдаров, О. Э. (2022). ДУНЁ ХАЛҚЛАРИНИНГ ЙИЛ ҲИСОБИ БИЛАН БОҒЛИҚ ҚАРАШЛАРИ ВА АСТРОНОМИК ВАҚТ ҲИСОБИ УСУЛЛАРИНИНГ ПАЙДО БЎЛИШИ. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2(10), 658-667.
11. Хайдаров, О. Э. (2022). ҚАДИМГИ ТУРКИЙ ЙИЛ ҲИСОБИ. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2(10), 675-680.
12. Мустафаев, У. У. (2022). ИСЛАМ В СФЕРЕ БЫТА: СУЩНОСТЬ, СТЕПЕНЬ ПРОЯВЛЕНИЯ. *Academic research in educational sciences*, 3(NUU Conference 2), 386-390.
13. Мустафаев, У. У. (2021). УЧИНЧИ РЕНЕССАНС ПОЙДЕВОРИ ШАКЛЛАНАЁТГАН ДАВРДА ФАЛСАФИЙ ФАНЛАРНИ ЎҚИТИШНИ ИСЛОҲ ҚИЛИШ ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОН ЭҲТИЁЖИ. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 1(Special Issue 2), 99-108.
14. Мустафаев, У. У., & Жўраев, А. Н. (2022). ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОН: ҚАДРИЯТЛАРНИ ҲИМОЯЛАШ ФАЛСАФИЙ ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МАСАЛАСИ. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2(7), 124-133.
15. Мустафаев, У. У. (2022). ТИББИЙ ТАЪЛИМ ВА ФАЛСАФА. *Academic research in educational sciences*, (Conference), 49-54.
16. Мустафаев, У. У., & Мустафаева, С. У. (2022). ҲОЗИРГИ ТРАНСФОРМАЦИОН ЖАРАЁНЛАР ВА ЁШЛАР ТАЪЛИМ-ТАРБИЯСИНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 2(Special Issue 23), 697-706.