VOL. 1 NO. 5 (2022)

ISSN: 2181-3132

YOSH TADQIQOTCHI JURNALI

2nd Sun

# ЖАМОАТЧИЛИК ФИКРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА ИЖТИМОИЙ РЕКЛАМАЛАРНИНГ ЎРНИ

**Умурзақов Ахмаджон Махамадович**
Фарғона политехника институти ўқитувчиси
https://doi.org/10.5281/zenodo.6640638

**Аннотация:** Ушбу мақолада ижтимоий рекламаларнинг жамоатчилик фикрини шакллантиришдаги роли таҳлил қилинган. Шунингдек, ижтимоий рекламаларнинг турлари, хусусиятлари ва вазифалари кўрсатиб берилган.

**Калит сўзлар:** ижтимоий реклама, жамоатчилик фикри, ижтимоий ролик, реклама, ННТ, Нотижорий реклама, Ижтимоий рекламали ахборот.

# РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Умурзаков Ахмаджон Махамадович

Преподаватель Ферганского политехнического института

Аннотация: В данной статье проанализирована роль социальной рекламы в процессе формирования общественного мнения. Также, показана специфика, цели и задачи типи социальной рекламы.

Ключевые слова: социальная реклама, общественное мнения, социальный ролик, реклама, ННО, некоммерческая реклама, информация, содержащая социалную рекламу.

# THE ROLE OF SOCIAL ADVERTISING IN FORMING PUBLIC OPINION

Umurzakov Akhmadjon Makhamadovich

Lecturer at the Ferghana Polytechnic Institute

Annotation: This article analyzes the role of social advertising in the process of forming public opinion. It also shows the specificity, goals and objectives of the type of social advertising.

Keywords: social advertising, public opinion, social video, advertising, NGO, non-commercial advertising, information containing social advertising.

Кундалик ҳаётимизда кўча-кўйда, телевизорда, газеталарда нафақат турли хил махсулотлар ва савдо белгисининг рекламаси билан, балки жамоатчиликка таъсир кўрсатувчи турли ижтимоий акциялар, профессионал ассоциациялар фаолиятига ҳам дуч келамиз. Бу эса ҳали вужудга келганига унча кўп бўлмаган ижтимоий рекламанинг бир кўриниши ҳисобланади. Одатда ижтимоий реламалар фуқароларнинг кайфиятларини кўтариш, онгини доимий туюладиган муаммолардан чалғитиш ҳамда уларни оддий нарса ва жараёнлар ҳақида ўйлашга мажбур қилади.

Бугунги кунда мамлакатимизда давлат ва турли ННТлар билан биргаликда ОИТС, алкоголизм, наркомания, кашандалик қарши бўлган ижтимоий рекламаларни кўплаб учратиш мумкин. Шунга қарамасдан юртимизда юқоридаги иллатларнинг сони анчагина эканлигини статистик маълумотлар тасдиқлайди. Ундан ташқари республикамизнинг магистрал йўлларида кузатсангиз йўл четларида ҳайдовчиларни огоҳликка чорловчи ижтимоий рекламаларни кўрамиз. Ҳар йили минглаб фуқаролар ҳаётига зомин бўлувчи автоҳаклокатлар олдини олишга қаратилган ижтимоий рекламалар умумий ижтимоий рекламалар рейтинги таҳлил қилинганда анчагина қуйи поғонага тушиб кетган. Ваҳоланки, Ғарб мамлакатларида бундай мазмундаги ижтимоий рекламалар 1-ўринда турувчи атроф-муҳитни ҳимоялашга қаратилган ижтимоий рекламалрадан кейинги ўринда туради. Мамлакатимиздаги кўп сонли автоҳалокатларнинг олдини олиш ва ҳайдовчилар ва пиёдалар хавфсизлигини таъминлаш мақсадида ривожланган мамлакатларда қўлланилаётган ижтимоий рекламаларнинг миллийча кўринишларини яратиш бугунги кундаги асосий вазифалардан бири ҳисобланади.

Ижтимоий реклама тушунчаси ҳаётимизга яқиндагина кириб келган тушунча ҳисобланади. Агар ушбу сўзни инглиз тилидан айни таржима қиладиган бўлсак, public advertising деб айтилади. Бу тушунча фақатгина МДҲ мамлакатларидагина ижтимоий реклама деб аталади. Ривожланган Ғарб давлатларида бу тушунча ўрнига нотижорий реклама ёки жамоат рекламаси деган тушунча қўлланади. Умуман олганда, ижтимоий рекламанинг ўзи нима? “Нотижорий реклама – бу ННТ ёки уларнинг қизиқишлари асосида яратиладиган рекламалар бўлиб, жамотчилик эътиборини қандайдир муаммо ёки жараёнга тортишни мақсад қилган бўлади.” Бутун дунё миқёсида ижтимоий рекламалар

жамоатчиликнинг соғлом дунёқарашини шакллантиришнинг асосий воситаларидан бири ҳисобланади.

АҚШда ижтимоий реклама тушунчаси ўрнига public service advertising ва public service announcement (PSA) тушунчалари қўлланилади. Ижтимоий аҳамиятга эга бўлган ҳар қандай ғоя public service announcementларнинг предмети бўлиши мумкин. Бундай турдаги рекламаларнинг асосий мақсади — “жамоатчиликнинг қандайдир муаммога муносабатга ўзгартириш ва натижада янги ижтимоий қадриятларни шакллантиришдан” иборат бўлади.

Бугунги кунда кўпгина МДҲ мамлакатларида ижтимоий реклама тушунчасига турлича қарашлар мавжуд. Хусусан, ташвиқот кампанияларни ташкиллаштиришда кўпчилик ижтимоий ёндошув ва технологиялардан фойдаланса, иккинчи томондан, ижтимоий реклама текин бўлган бефойда маҳсулотлар деган фикрлар шаклланган. Шоу-бизнес оламида юзлаб тижорий ва сиёсий рекламалар орасидан ижтимоий рекламалрни ажратиб олиш анчайин мушкул. Чунки, кўпинча ижтимоий рекламаларнинг ҳам мақсад ва вазифалари бошқа турдаги рекламаларникига ўхшаб кетади.

Ўзбекистон республикаси “Реклама тўғрисида”ги қонунида “Ижтимоий рекламали ахборот” тушунчасига шундай таъриф берилган: “Ижтимоий рекламали ахборот соғлиқни сақлаш, атроф муҳитни муҳофаза қилиш, энергия ресурсларини сақлаб қолиш, ҳуқуқбузарликларнинг олдини олиш, аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш ва хавфсизлигини таъминлаш, маънавият ва маърифат масалаларига доир ахборот, шунингдек, нотижорат йўсиндаги бошқа ахборотдир”. Қонунга киритилган ўзгартишларга асосан шахсларнинг ижтимоий рекламали ахборотни текинга тайёрлаш ва тарқатишга доир фаолияти, ўз мол-мулкини (шу жумладан, пул маблағларини) ижтимоий рекламали ахборот тайёрлаш ва тарқатиш учун бошқа шахсларга бериши хайрия фаолияти деб эътироф этилади. Бундай шахслар қонун ҳужжатларида назарда тутилган имтиёзлардан фойдаланадилар. Реклама тарқатувчилар реклама учун ажратилган эфир вақти, нашр ёки реклама майдони умумий йиллик ҳажмининг 5 фоизидан кам бўлмаган ҳажмда ижтимоий рекламали ахборотни жойлаштириши шарт. Бунда фаолияти республика Давлат бюджети ҳисобидан тўлиқ ёки

қисман молиялаштириладиган реклама тарқатувчилар ижтимоий рекламали ахборотни бепул жойлаштиради.

Бугунги кунда Ўзбекистонда ижтимоий реклама қандай мақсад ва вазифаларда тайёрланмоқда? Ушбу саволга жавоб бериш учун манфаатдор институт ва ташкилотлар томонидан яратилаётган ижтимоий рекламаларни таҳлил қилишимиз лозим бўлади:

Биринчи турга нодавлат нотижорат ташкилотлари яъни ҳайрия фондлари, шифохоналар, масжидлар киради. Уларнинг мақсади беморларга ва эҳтиёжмандларга ёрдамлашишишдан иборат бўлади. Ушбу йўналишда улар томонидан тайёрланган ижтимоий рекламалар мавжуд бўлиб, уларнинг мақсади масжидлар қурилиши, турли фондлар фаолияти учун маблағ жалб қилиш, маълум ёрдамга муҳтож кишиларнинг даволанишлари учун мақсадли ёрдам кўринишида бўлади. Шунингдек, соғлом турмуш тарзи, хавфсиз жинсий ҳаёт кабиларни тарғиб қилувчи рекламаларни ҳам юқоридаги турга киритиш мумкин. Шуни қайд этиш керакки, бугунги кунда ОАВга жойланадиган аҳолига энг самарали ижтимоий рекламаларнинг кўпчилиги ННТ томнидан берилмоқда.

Иккинчи тури — ассоциациялардир. Турли профессионал, савдо ва фуқаровий ассоциациялар ҳам ўз мақсадлари йўлида ижтимоий рекламалардан кенг фойдаланидилар. Кўпинча бундай ижтимоий рекламаларни яратишдан мақсад ижобий жамоатчилик фикрини шакллантириш ва фуқароларни тинчлантиришдан иборат бўлади. Бундай роликларда кундалик ҳаётимиздаги оддий ҳақиқатларни тасвирлайдиган воқеалар ўрин олади. Учинчи тури давлат ташкилотларидир. Мамлакатимизда ижтимоий рекламалардан барча вазирлик ва идоралар кенг фойдаланишмоқда. Хусусан, ИИВ, Миграция агентлиги, ФВВ, ДСҚ, ССВ ва бошқалар томонидан тайёрланаётган ролик ва флайерларни келтириш мумкин. Балки, бундай рекламалрнинг сони керак бўлганидан кам бўлиши мумкин, бироқ давлат ташкилотлари лозим даражада ижтимоий рекламалрни яратишмоқда. Давлат ташкилотлари томонидан тайёрланган ижтимоий рекламаларни ҳар доим ҳам ижтимоий реклама сафига қўшиб бўлмайди. Чунки, давлат ташкилотлари ижтимоий аҳамиятга эга бўлган қадриятлардан фойдаланган ҳолда ўзларининг тижорий мақсадларига ижтимоий рекламалар орқали эришишлари мумкин. (Масалан, ўз обрўларини оширишда фойдаланиши мумкин).

Қуйдаги мисол орқали фикримни исботлашга ҳаракат қиламан. ИИВ ЙҲХББ ТВ, интернет ва йўллардаги таблоларда алкогол истеъмол қилиб автомашина бошқармасликни тарғиб қилувчи ижтимоий рекламаларни бериб боради. Бир томондан улар ичкиликбозликка қарши курашувчи ижтимоий реклама тайёрлаётган бўлса, иккинчи томондан халққа ўзларининг ишлаётганлиги ва қанчалик муҳим орган эканлигини тарғиб қилади. Чунки, хайдовчилар ва халқнинг онгида ЙҲХББ коррупциялашган орган сифатида ўрнашиб қолган. Ижтимоий рекламалар орқали эса бу органлар ҳайдовчилар хушёрлигини ошириш ва халқнинг ЙҲХББга нисбатан муносабатини ўзгартиришни ҳам мақсад қилиб қўяди.

МДҲда аксар ҳолларда ижтимоий рекламаларни ҳам тижорий рекламаларни ҳам бир хил муаллифлар тайёрлашади. Одатда бундай реклама муаллифлар ўзларининг профессионал эканлигини уқдиришга ҳаракат қилишади. Аммо ижтимоий реклама автомобил ёки кир ювиш кукунидан фарқли равишда инсонлардаги яширин: шок, аффект, қўрқув, хурсандчилик ёки қайғуни туйғуларни юзага чиқариши лозим.

Хулоса қилиб айтганда, ижтимоий рекламалар жамоатчилик фикрини шакллантиришдаги энг муҳим воситалардан бири саналади. Бу эса бугунги кундаги глобаллашув жараёнларида аҳолини ижтимоий ҳимоялаш, инсонлар ўртасидаги гуманитар муносабатларни ўрнатишда муҳим аҳамият касб этиб, бу жараёнда иқтисодий муносабатларни ривожлантириб, фуқаролик жамияти шаклланишида катта рол ўйнайди.

## Адабиётлар рўйҳати:

1. Azimov U., Umurzakov A. GLOBAL PROBLEMS AND GENERAL VALUES. – 2020.
2. Jergashev U. A., Urinbaeva M. S., Umurzakov A. M. Rynok i nravstvennost //Problemy sovremennoj nauki i obrazovanija. – 2019. – №. 10 (143).
3. Ergashev U. A., Umurzakov A. M. THE IMPACT OF ENVIRONMENTAL ISSUES ON HUMAN LIFE //Экономика и социум. – 2020. – №. 8. – С. 26-29.
4. Умурзаков А. М. Влияние различных факторов на процесс обучения студентов //Проблемы современной науки и образования. – 2019. – №. 12-2 (145). – С. 176-178.
5. Ergashev U. A., Urinbaeva M. S., Umurzakov A. M. Market and morality.
6. Ergashev U. A., Umurzakov A. M. Problems of the impact of environmental problems on human life //Экономика и социум. – 2020. – №. 8. – С. 22-25.
7. Умурзаков А. М. ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ ВЕРЫ //Экономика и социум. – 2021. – №. 4-2. – С. 507-510.

8. Azimov U., Umurzakov A. HIERARCHY OF VALUES AND PERSONAL VALUES //Экономика и социум. – 2021. – №. 1-1. – С. 354-355.
9. Умурзақов А. М. ДИНИЙ ФАНАТИЗМ ВА ЭЪТИҚОД МАСАЛАЛАРИ //Scientific progress. – 2021. – Т. 2. – №. 1. – С. 1563-1567.
10. Хошимов С. С. ВАН ЯН МИН ФАЛСАФИЙ ТАЪЛИМОТИНИНГ МАЪНАВИЙ-АХЛОҚИЙ ВА ГНОСЕОЛОГИК ҚИРРАЛАРИ //Academic research in educational sciences. – 2020. – №. 3. – С. 771-776.
11. Khoshimov S. S. THOUGHTS ABOUT HUMAN NATURE IN CHINESE PHILOSOPHICAL THINKING AND THEIR INTERPRETATION IN THE IDEAS OF WANG YAN MIN //Scientific Bulletin of Namangan State University. – 2020. – Т. 2. – №. 1. – С. 173-177.
12. Олтмишева Н. Г., Эргашев У. А. Нравственное сознание и поведение молодежи в современных условиях //Проблемы современной науки и образования. – 2019. – №. 11-1 (144). – С. 112-114.
13. Ergashev U. A. Relationship with religion in Uzbekistan //Экономика и социум. – 2020. – №. 5-1. – С. 37-39.
14. Ergashev U., Khakimov A. Environmental problems in the works of eastern thinkers //Экономика и социум. – 2020. – №. 8. – С. 30-32.
15. Эргашев У. А. ЁШЛАР МАЪНАВИЙ ИММУНИТЕТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЖАМИЯТ ТАРАҚҚИЁТИНИНГ АСОСИ //Scientific progress. – 2021. – Т. 2. – №. 1. – С. 1765-1768.
16. Ergashev U. A., Juraeva N. N. Qualities revered by Amir Temur //Экономика и социум. – 2020. – №. 5-1. – С. 40-42.
17. Эргашев У. РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО СЛОЯ СОБСТВЕННИКОВ В ФОРМИРОВАНИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА //Збірник наукових праць ΛΌГОΣ. – 2021.
18. Ergashev U. A., Hakimov A. M. MYSTICISM-SPIRITUCL-MORAL UPBRINGING //Экономика и социум. – 2021. – №. 2-1. – С. 133-136.
19. Ergashev U. A., Hakimov A. M., Usmonova M. A. THE PHENOMENON OF JUSTICE IN YOUTH EDUCATION AND ITS CHARACTERISTICS //Экономика и социум. – 2021. – №. 2-1. – С. 130-132.
20. Хакимов А. М., Эргашев У. А., Холмирзаева Ж. Х. Выборы Узбекистана–прозрачные выборы. – 2020.
21. Тўхтаров И., Эргашев У., Умурзақов А. МАФКУРАВИЙ ОМИЛЛАР ВА ЁШЛАР ТАФАККУРИ //Yosh Tadqiqotchi Jurnali. – 2022. – Т. 1. – №. 4. – С. 94-100.
22. Xoshimov Sanjarbek Sultonbekovich. (2022). GLOBALLASHUV JARAYONIDA SIYOSIY MADANIYATNING O'ZIGA XOSLIGI. https://doi.org/10.5281/zenodo.6483612
23. Tuhtarov I. et al. Kant's pedagogy and contemporaneity //Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation. – 2021. – Т. 32. – №. 2. – С. 1633-1636.
24. Adhamovich E. U. Development of Philosophical Views in Central Asia //Kresna Social Science and Humanities Research. – 2022. – Т. 3. – С. 189-192.
25. Эргашев У. А. РОЛЬ УЧИТЕЛЕЙ-НАСТАВНИКОВ В ОСМЫСЛЕННОМ ПРОВЕДЕНИИ ДОСУГА СТУДЕНТОВ //ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ. – 2021. – С. 150-153.
26. Қосимов К. И., Эргашев У. А. CHARACTERISTICS OF EASTERN DEMOCRACY AND CIVIL SOCIETY IN UZBEKISTAN //Экономика и социум. – 2021. – №. 3-2. – С. 76-79.

**27.** Jergashev U. A., Urinbaeva M. S., Umurzakov A. M. Rynok i nravstvennost //Problemy sovremennoj nauki i obrazovanija. – 2019. – №. 10 (143).

**28.** Умурзаков А. М. ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ ВЕРЫ //Экономика и социум. – 2021. – №. 4-2. – С. 507-510.

**29.** Azimov U., Umurzakov A. HIERARCHY OF VALUES AND PERSONAL VALUES //Экономика и социум. – 2021. – №. 1-1. – С. 354-355.

**30.** Умурзақов А. М. ДИНИЙ ФАНАТИЗМ ВА ЭЪТИҚОД МАСАЛАЛАРИ //Scientific progress. – 2021. – Т. 2. – №. 1. – С. 1563-1567.

**31.** Хошимов С. С. ВАН ЯН МИН ФАЛСАФИЙ ТАЪЛИМОТИНИНГ МАЪНАВИЙ-АХЛОҚИЙ ВА ГНОСЕОЛОГИК ҚИРРАЛАРИ //Academic research in educational sciences. – 2020. – №. 3. – С. 771-776.

**32.** Khoshimov S. S. THOUGHTS ABOUT HUMAN NATURE IN CHINESE PHILOSOPHICAL THINKING AND THEIR INTERPRETATION IN THE IDEAS OF WANG YAN MIN //Scientific Bulletin of Namangan State University. – 2020. – Т. 2. – №. 1. – С. 173-177.

**33.** Ergashev Ulug'bek Adxamovich. (2022). "OMMAVIY MADANIYAT" NING MILLIY QADRIYATLARIMIZGA TA'SIRI. https://doi.org/10.5281/zenodo.6483621

**34.** Umurzaqov Axmadjon Mahamadovich. (2022). GLOBALLASHUV DAVRDA FAN VA TA'LIMNING DOLZARB MASALALARI. https://doi.org/10.5281/zenodo.6483608

**35.** Xoshimov Sanjarbek Sultonbekovich. (2022). GLOBALLASHUV JARAYONIDA SIYOSIY MADANIYATNING O'ZIGA XOSLIGI. https://doi.org/10.5281/zenodo.6483612

**36.** Умурзаков А. М. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА И ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ //Вестник Науки и Творчества. – 2022. – №. 3 (75). – С. 15-20.

**37.** Ulug'bek, Ergashev. "MILLIY QADRIYATLAR TIZIMI VA ULARNING JAMIYAT HAYOTIDA NAMOYON BO 'LISH XUSUSIYATLARI." Yosh Tadqiqotchi Jurnali 1.4 (2022): 883-889

**38.** Усмонова Мухтасар Акбаровна, Расулова Шоира Азизовна Влияние темперамента на деятельность и поведение человека // Вестник науки и образования. 2019. №19-3 (73).

**39.** Usmonova M. A. ABOUT SOME ASPECTS OF FAMILY EDUCATION //Экономика и социум. – 2021. – №. 3-1. – С. 341-343.

**40.** Усмонов Н. Глобализация сквозь призму морали// Экономика и социум. – 2021. – №.11(90). – С.538-541.

**41.** Усмонов Н, Усмонова М Узбекистан на пути демократических преобразований // Экономика и социум. – 2021. – №. 11 (90). – С. 530-533.

**42.** Nosirovna M. A. The role of suleymanov rustam khamidovich in the study of urban development of ancient period in uzbekistan //Проблемы современной науки и образования. – 2019. – №. 12-2 (145). – С. 85-87.

43. Maxmudova A. N. ALOUDDIN ATOMALIK JUVAYNIYNING "TARIXI JAHONGUSHOY" ASARI XORAZMSHOHLAR DAVLATI TARIXIGA OID MUHIM MANBA //Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. – 2021. – Т. 1. – №. 11. – С. 322-329.
44. Nosirovna M. A. Issues of history world civilization in the scientific research of rh suleymanov //Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. – 2021. – №. 1-2. – С. 20-24.
45. Makhmudova A. N. ISSUES OF HISTORY WORLD CIVILIZATION IN THE SCIENTIFIC RESEARCH OF RH SULEYMANOV //Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. – 2021. – №. 1-2. – С. 20-24.
46. 18. Маҳмудова А. Историческое значение проводимых исследований ученых археологов на территории Согда //Общество и инновации. – 2021. – Т. 2. – №. 10/S. – С. 42-46.
47. Maxmudova A. The history of obirahmat cave exploration //Збірник наукових праць ΛΌГОΣ. – 2020. – С. 74-75.
48. Махмудова А. Н. Человек, преданный науке //Молодой ученый. – 2020. – №. 9. – С. 130-132.
49. Азизахон М. МУСТАҚИЛЛИК ЙИЛЛАРИДА КЎП МИЛЛАТЛИ, КОНФЕССИЯЛИ МАҲАЛЛАЛАР ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ //Yosh Tadqiqotchi Jurnali. – 2022. – Т. 1. – №. 3. – С. 233-241.
50. Makhmudova, Azizakhon Nosirovna. "The role of suleymanov rustam khamidovich in the study of urban development of ancient period in uzbekistan." Проблемы современной науки и образования 12-2 (2019): 85-87.
51. Тожибоев У. У., Рахимов И. А. ДУХОВНЫЕ ОСНОВЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА //Актуальная наука. – 2019. – №. 11. – С. 137-140.
52. Тожибоев У. У. Процесс формирования туризма в Ферганской долине в годы Советского Союза //Актуальная наука. – 2019. – №. 9. – С. 57-59.
53. Tojiboev, Umidjon Usmonjon corners (2020) "PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF RECREATIONAL TOURISM IN THE FERGANA VALLEY," Scientific Bulletin of Namangan State University: Vol. 2 : Iss. 1 , Article 26. Available at: https://uzjournals.edu.uz/namdu/vol2/iss1/26
54. Abdukhamidov I., Tojiboyev U. OBJECTIVE REASONS OF THE MIGRATION PROCESS IN THE FERGHANA ECONOMIC REGION.
55. Tojiboev U. U., Abdullaev S. I. FORMATION PROCESSES IN THE FERGANA VALLEY IN THE YEARS OF THE SOVIET UNION (Based on the analysis of the first stage of tourism development from 1920 to 1936) //Ўтмишга назар журнали. – 2019. – Т. 21. – №. 2.
56. Эргашев У. О., Мирзаев А. А. СОДЕРЖАНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ПОЗИТИВНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ДУХОВНОМ МИРОВОЗЗРЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ //Интернаука. – 2019. – №. 45-1. – С. 62-63.

57. Holmirzaev, N. National experience in the formation of working culture. Ekonomika i sotsium, 2019 - elibrary.ru №-4, 41-42 https://elibrary.ru/item.asp?id=38594995

58. NN Holmirzaev Eastern and western experience of labor culture https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38564222

59. Madaminov A.A.1, Holmirzaev N.N.1, Subxoniddin'sson S.S.1 Socio-philosophical content of youth activism on the basis of national labor traditions and labor education. International journal of advanced science and technology, 2019- elibrary.ru №-12, 390-396 https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45528867

60. Холмирзаев Н.Н. Урбанизацион тараққиёт ривожида кимё саноати омили. Экономика и социум, 2021- elibrary.ru №-11-2, 625-627 https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47780854

61. Xolmirzayev N.N.1 Evolution of social activity and some aspects of its formation in young people. Ekonomika i sotsium, 2021- elibrary.ru №-2-1, 395-396 https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45679718

62. Xolmirzayev N.N.1 Key features and factors of modern urbanization. Ekonomika i sotsium, 2021- elibrary.ru №-1-2, 652-653 https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45593716

63. Нодиржон Низомжонович Холмирзаев Ижтимоий фаоллик ва унинг даражалари // Scientific progress. 2021. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/izhtimoiy-faollik-va-uning-darazhalari (дата обращения: 25.05.2022).

64. АА Мадаминов, НН Холмирзаев Избирательная система Узбекистана – яркое отражение демократии . Электрон ресурс https://elib.belstu.by/bitstream/123456789/34422/1/Madaminov_Izbiratel%27na ya_sistema.

65. Тишабаева Лола Арифовна Духовно-нравственное воспитание студентов в вузах Республики Узбекистан // Вопросы науки и образования. 2018. №1 (13). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/duhovno-nravstvennoe-vospitanie-studentov-v-vuzah-respubliki-uzbekistan (дата обращения: 06.01.2022).

66. Тишабаева Лола Арифовна Изучение истории в воспитании молодежи Узбекистана - один из важнейших вопросов // Вопросы науки и образования. 2018. №7 (19). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-istorii-v-vospitanii-molodezhi-uzbekistana-odin-iz-vazhneyshih-voprosov (дата обращения: 06.01.2022).

67. Тешабаева Л. А. ВНИМАНИЕ К МЕДРЕСЕ ВО ВРЕМЕНА МИРЗО УЛУГБЕКА //Инновационное развитие современной науки. – 2021. – С. 38-43.

68. Усманова З., Тишабаева Л. XX АСРНИНГ ИККИНЧИ ЧОРАГИДА МАРҒИЛОН ИПАКЧИЛИК САНОАТИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ АЙРИМ МАСАЛАЛАРИ //ВЗГЛЯД В ПРОШЛОЕ. – 2020. – Т. 3. – №. 2.