

## ИЖТИМОЙ РЕКЛАМАНИНГ ШАХС, ИЖТИМОЙ ГУРУҲЛАР ВА ЖАМИЯТ ҲАЁТИГА ТАЪСИРИ

**Эргашев Улуғбек Адхамович**

Фарғона политехника институти ўқитувчиси  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.6642251>

**Аннотация:** Ушбу мақолада ижтимоий рекламаларнинг шахс, ижтимоий гуруҳлар ва жамият ҳаётига таъсири таҳлил қилинган. Шунингдек, ижтимоий рекламаларнинг асосий мавзулари, хусусиятлари ва вазифалари кўрсатиб берилган.

**Калит сўзлар:** Ижтимоий реклама, ижтимоий гуруҳлар, ижтимоий муаммолар, жамоатчилик фикри, тижорат рекламаси

## ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ НА ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЛИЦ, СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ И ОБЩЕСТВЕННУЮ ЖИЗНЬ

**Эргашев Улуғбек Адхамович**

Преподаватель Ферганского политехнического института

**Аннотация:** В данной статье анализируется влияние социальной рекламы на жизнь человека, социальной группы и общества. Также обозначены основные темы, особенности и функции социальной рекламы.

**Ключевые слова:** социальная реклама, социальные группы, социальные проблемы, общественное мнение, коммерческая реклама

## THE EFFECT OF SOCIAL ADVERTISING ON INDIVIDUALS, SOCIAL GROUPS AND PUBLIC LIFE

**Ergashev Ulugbek Adhamovich**

Teacher of Fergana Polytechnic Institute

**Annotation:** This article analyzes the impact of social advertising on the life of a person, social group and society. The main topics, features and functions of social advertising are also indicated.

**Keywords:** Social advertising, social groups, social problems, public opinion, commercial advertising

Ижтимоий реклама реклама коммуникациялари тури сифатида таърифланиши мумкин, унинг мақсади ижтимоий аҳамиятга эга бўлган маълумотларни шакллантириш ва ўзгартиришга қаратилган ижтимоий аҳамиятга эга бўлган маълумотларни жамиятга етказишдир. Ижтимоий реклама, тижорат рекламасидан фарқли ўлароқ, фойда олишни ўз олдига мақсад қилиб қўймайди. Ижтимоий рекламанинг асосий мақсади эътиборни жалб қилиш ва жамиятнинг давлат ва ижтимоий муаммоларга нисбатан маълум муносабатини шакллантиришдир. Бундай муносабат узоқ муддатли истиқболда жамиятнинг хулқ-атвор моделини ўзгартириши мумкин.

Бундан ташқари, ижтимоий реклама тижорат рекламасидан фарқли ўлароқ, кенгроқ мақсадли аудиторияга қаратилган. Ижтимоий реклама ахлоқий саломатлик ёки жамият таназулининг мезони бўлиб хизмат қилади, дунёга эҳтиёткорлик билан қараш ва уни яхши томонга ўзгартиришга интилади.

Ижтимоий рекламаларни тайёрлашда ҳам тижорий рекламаларда фойдаланиладиган воситалардан фойдаланилади: телевизион роликлар, флайер, кўча, транспорт рекламалари ва бошқалар. Ижтимоий рекламаларнинг тижорий рекламалардан фарқи уларнинг мақсадларидадир. Тижорий рекламалар у ёки бу маҳсулотга аҳолининг муносабатини тортади ва натижада ундан кўзланган мақсад уларнинг сотилишига таъсир этади, ижтимоий рекламалар эса жамоатчилик диққатини маълум муаммога қаратади ва истиқболда жамоатчилик хулқ-атворининг ўзгаришига таъсир этади. Ундан ташқари реклама йўналтирилган аудиторияга кўра ҳам улар фарқланади: тижорий рекламалар — тор доирадаги маркетинг гуруҳлари учун мўлжалланган бўлса, ижтимоий рекламалар — бутун жамият ёки унинг маълум қатлами учун мўлжалланган бўлади.

Ижтимоий рекламаларнинг асосий мавзулари қуйдаги йўналишларда бўлади:

- Жамоатчилик ҳавфсизлигини таъминлаш (шаҳар экологияси, жиноятчиликнинг олдини олиш, йўл-транспорт муаммолари, инфраструктурани ривожлантириш, уйсизлар ва гадолар муаммолари, турли даражадаги чиқиндилар йиғилишининг олдини олиш);

- Тенг ҳуқуқлилиқ ва ижтимоий кафолатларга эришиш муаммолари (аёллар ҳуқуқлари, қариялар ҳимояси, оилавий зўравонликларнинг олдини олиш, ногиронларга нисбатан толерантлик, турли даражадаги таҳдидлардан ҳимояланиш суғурта тизимини ривожлантириш ва бошқалар.);

- экологик муаммолар (нурланиш, кимёвий ҳавфсизлик, табиий ресурслардан оқилона фойдаланиш ғояларини тарғиб қилиш);

- давлат ва жамиятнинг ривожланиш тенденциялари (таълим, жамиятдаги ўзгаришлар, бизнес, молия, суғурта, соғлияни сақлаш, солиқларни тўлаш, оилани режалаштириш, XXI асрдаги ёшлар тарбияси ҳамда умуминсоний кадриятлар).

АҚШ, Буюк Британия, Канада давлатларидаги ижтимоий рекламалар таҳлили шунини кўрсатадики, ушбу давлатлардаги бундай рекламаларнинг мавзулари рейтингини қуйдагича бўлади:

- табиатни ҳимоялаш;
- йўл ҳаракат ҳавфсизлиги;
- кашандалик;
- оила;
- оилада аёлларга қарши зўравонлик;
- туғилишни режалаштириш
- касалликлар: Анти-СПИД, кўкрак раки;
- диний бағрикенлик ва миллатлараро тотувлик.
- армия, ватанпарварлик.

МДХ давлатларида эса ижтимоий рекламалар асосан қуйдаги йўналишлар бўйича тайёрланмоқда:

- солиқларни ўз вақтида тўлаш;
- кашандалик, алкоголизм, наркотиклар;
- болаларни ҳимоялаш;
- СПИДга қарши;
- Туғулишни режалаштириш;
- оила;

- йўл ҳаракат ҳавфсизлиги;
- армия: ватанпарварлик.

Ижтимоий рекламалар турли усулларда тақдим этилиши мумкин. Масалан: флайерлар, заставкалар, клиплар, кўчалардаги шитлар, варақлар, нишонлар ва бошқалар, энг кўп истеъмол қилинадиган маҳсулотларга қўйиладиган белгилар, граффитлар, компьютер графикаси, комикслар, фотография, карикатура. Шунингдек, улар адабий шакл ва кўринишда тақдим этилиши мумкин: сценарийли спектаклар, слоганлар, хикоялар, эртақлар, шеърлар, актуал репортаж, фельетон, баслар.

Ижтимоий рекламалар орасида энг кенг тарқалгани телевизион роликлар бўлиб, уларни уч гуруҳга бўлиш мумкин: ижодий йўналишдаги; ҳужжатли ва (таништирувчи). Улардан энг машхурлари билан чуқурроқ танишамиз.

Оғзаки рекламалар одатда радио орқали берилади. Радио биринчи жаҳон уруши давридаёқ ижтимоий рекламани тарқатиш воситаси сифатида фойдаланилган. Радиодан нафақат фронтдаги янгиликлар, балки миллий армиядаги қаҳрамонликни тарғиб этиш, душманга нисбатан нафратни шакллантиришда фойдаланилган. Кўпгина давлатларда радио то телевидиния пайдо бўлгунча аҳолига таъсир кўрсатишнинг энг самарали усули сифатида фойдаланилган.

Визуал кўринишдаги ижтимоий рекламалар ҳам турлича шаклга эга. Уларнинг энг асосийси фотографиядир. Фотография ижтимоий рекламанинг энг таъсирли кўринишларидан бирига айланган. У берилётган рекламанинг таъсирлилик даражасига ишончни кучайтиради. Натижада инсонларда бўлаётган воқеалар ва жараёнларга иштирокни шакллантиради [9, Б. 20]. Фотографияларда ижтимоий рекламаларнинг мақсадлари турли символлар ва образлар орқали аудитория тушунишига қаратилади.

Ижтимоий флайерлар рекламанинг кўриниши сифатида чуқур тарихий илдизларга эга. XX асрда бўлиб ўтган 2 та жаҳон уруши даврида фойдаланилган флайерларни 3 гуруҳга бўлиш мумкин: биринчиси, солдатларни армияга чақиришга дават қилган бўлса, иккинчиси урушни моддий қўллаб-қувватлаш, учинчиси, тинчликка даъват сифатида тавсифланган. Улар 2 асосий функцияни бажарган — биринчидан аҳолини бўлаётган воқеалардан ҳабардор қилиш бўлса, иккинчиси халқнинг душманга нисбатан нафратини



шакллантириш бўлган. Шу сабабли барча флайерларда душманни йўқ қилиш ва бунинг учун бор кучи билан ватанга фидойи бўлиб хизмат қилиш рағбатлантирилган. Ижтимоий рекламалар сингдирилган флайерлар аҳолида ахлоқий хусусиятларни юзага чиқаради ва уларни ҳаракатга келтиради.

Ижтимоий рекламанинг яна бир тури варақалар саналади. Рекламанинг бу тури ҳам чуқур тарихий илдизларга эга. Варақалар ўз вазифасига кўра трлича бўлади: тўғри ахборот бериш ва нотўғри ахборот бериш, ҳаракатга дават қилувчи ҳамда ҳаракатдан тўхтатувчи кайфиятни шакллантириш, моҳиятни очиб бериш ва моҳиятсизликни келтириб чиқариш.

Хулоса қилиб айтганда, ижтимоий реклама эзгуликка йўғрилган фаол ҳаётни ўзида акс эттира олиши билан характерланади. Шунингдек, унда миллат анъаналари, байрамлари, неча мингйиллик тарихи акс этади. Юқоридаги мисоллардан шуни англашимиз мумкинки, ижтимоий рекламалар бу одамларни яхшиликка чорловчи ижтимоий маҳсулотлардир. Унинг аҳамияти эса юқорида қўйилган талаблар асосида юзага келади.

#### **Адабиётлар рўйхати:**

1. Хошимов С. С. ВАН ЯН МИН ФАЛСАФИЙ ТАЪЛИМОТИНИНГ МАЪНАВИЙ-АХЛОҚИЙ ВА ГНОСЕОЛОГИК ҚИРРАЛАРИ //Academic research in educational sciences. – 2020. – №. 3. – С. 771-776.
2. 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.
3. Ахмаджон Махаматович Умурзақов. "ДИНИЙ ФАНАТИЗМ ВА ЭЪТИҚОД МАСАЛАЛАРИ" Scientific progress, vol. 2, no. 1, 2021, pp. 1563-1567.
4. Умурзақов Ахмаджон Махаматович. "Влияние различных факторов на процесс обучения студентов" Проблемы современной науки и образования, no. 12-2 (145), 2019, pp. 176-178.
5. Ergashev U. A. Relationship with religion in Uzbekistan //Экономика и социум. – 2020. – №. 5-1. – С. 37-39.
6. Эргашев У. А. ЁШЛАР МАЪНАВИЙ ИММУНИТЕТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЖАМИЯТ ТАРАҚҚИЁТИНИНГ АСОСИ //Scientific progress. – 2021. – Т. 2. – №. 1. – С. 1765-1768.



7. Azimov U., Umurzakov A. GLOBAL PROBLEMS AND GENERAL VALUES. – 2020.
8. Jergashev U. A., Urinbaeva M. S., Umurzakov A. M. Rynok i npravstvennost //Problemy sovremennoj nauki i obrazovaniya. – 2019. – №. 10 (143).
9. Ergashev U. A., Umurzakov A. M. THE IMPACT OF ENVIRONMENTAL ISSUES ON HUMAN LIFE //Экономика и социум. – 2020. – №. 8. – С. 26-29.
10. Умурзаков А. М. Влияние различных факторов на процесс обучения студентов //Проблемы современной науки и образования. – 2019. – №. 12-2 (145). – С. 176-178.
11. Ergashev U. A., Urinbaeva M. S., Umurzakov A. M. Market and morality.
12. Ergashev U. A., Umurzakov A. M. Problems of the impact of environmental problems on human life //Экономика и социум. – 2020. – №. 8. – С. 22-25.
13. Умурзаков А. М. ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ ВЕРЫ //Экономика и социум. – 2021. – №. 4-2. – С. 507-510.
14. Azimov U., Umurzakov A. HIERARCHY OF VALUES AND PERSONAL VALUES //Экономика и социум. – 2021. – №. 1-1. – С. 354-355.
15. Умурзаков А. М. ДИНИЙ ФАНАТИЗМ ВА ЭЪТИҚОД МАСАЛАЛАРИ //Scientific progress. – 2021. – Т. 2. – №. 1. – С. 1563-1567.
16. Хошимов С. С. ВАН ЯН МИН ФАЛСАФИЙ ТАЪЛИМОТИНИНГ МАЪНАВИЙ-АХЛОҚИЙ ВА ГНОСЕОЛОГИК ҚИРРАЛАРИ //Academic research in educational sciences. – 2020. – №. 3. – С. 771-776.
17. 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.
18. Олтишева 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.
19. Ergashev U. A. Relationship with religion in Uzbekistan //Экономика и социум. – 2020. – №. 5-1. – С. 37-39.
20. Ergashev U., Khakimov A. Environmental problems in the works of eastern thinkers //Экономика и социум. – 2020. – №. 8. – С. 30-32.
21. Эргашев У. А. ЁШЛАР МАЪНАВИЙ ИММУНИТЕТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЖАМИЯТ ТАРАҚҚИЁТИНИНГ АСОСИ //Scientific progress. – 2021. – Т. 2. – №. 1. – С. 1765-1768.
22. Ergashev U. A., Juraeva N. N. Qualities revered by Amir Temur //Экономика и социум. – 2020. – №. 5-1. – С. 40-42.
23. Эргашев У. РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО СЛОЯ СОБСТВЕННИКОВ В ФОРМИРОВАНИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА //Збірник наукових праць Л'ОГОС. – 2021.
24. Ergashev U. A., Hakimov A. M. MYSTICISM-SPIRITUAL-MORAL UPBRINGING //Экономика и социум. – 2021. – №. 2-1. – С. 133-136.
25. 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.
26. Хакимов А. М., Эргашев У. А., Холмирзаева Ж. Х. Выборы Узбекистана – прозрачные выборы. – 2020.



27. Тўхтаров И., Эргашев У., Умурзақов А. МАФКУРАВИЙ ОМИЛЛАР ВА ЁШЛАР ТАФАККУРИ //Yosh Tadqiqotchi Jurnal. – 2022. – Т. 1. – №. 4. – С. 94-100.
28. Xoshimov Sanjarbek Sultonbekovich. (2022). GLOBALLASHUV JARAYONIDA SIYOSIY MADANIYATNING O'ZIGA XOSLIGI. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6483612>
29. Tuhtarov I. et al. Kant's pedagogy and contemporaneity //Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation. – 2021. – Т. 32. – №. 2. – С. 1633-1636.
30. Adhamovich E. U. Development of Philosophical Views in Central Asia //Kresna Social Science and Humanities Research. – 2022. – Т. 3. – С. 189-192.
31. Эргашев У. А. РОЛЬ УЧИТЕЛЕЙ-НАСТАВНИКОВ В ОСМЫСЛЕННОМ ПРОВЕДЕНИИ ДОСУГА СТУДЕНТОВ //ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ. – 2021. – С. 150-153.
32. Қосимов К. И., Эргашев У. А. CHARACTERISTICS OF EASTERN DEMOCRACY AND CIVIL SOCIETY IN UZBEKISTAN //Экономика и социум. – 2021. – №. 3-2. – С. 76-79.
33. Jergashev U. A., Urinbaeva M. S., Umurzakov A. M. Rynok i npravstvennost //Problemy sovremennoj nauki i obrazovaniya. – 2019. – №. 10 (143).
34. Умурзақов А. М. ФИЛОСОФСКИЙ АНАЛИЗ ВЕРЫ //Экономика и социум. – 2021. – №. 4-2. – С. 507-510.
35. Azimov U., Umurzakov A. HIERARCHY OF VALUES AND PERSONAL VALUES //Экономика и социум. – 2021. – №. 1-1. – С. 354-355.
36. Умурзақов А. М. ДИНИЙ ФАНАТИЗМ ВА ЭЪТИҚОД МАСАЛАЛАРИ //Scientific progress. – 2021. – Т. 2. – №. 1. – С. 1563-1567.
37. Хошимов С. С. ВАН ЯН МИН ФАЛСАФИЙ ТАЪЛИМОТИНИНГ МАЪНАВИЙ-АХЛОҚИЙ ВА ГНОСЕОЛОГИК ҚИРРАЛАРИ //Academic research in educational sciences. – 2020. – №. 3. – С. 771-776.
38. 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.
39. Ergashev Ulug'bek Adxamovich. (2022). "OMMAVIY MADANIYAT" NING MILLIY QADRIYATLARIMIZGA TA'SIRI. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6483621>
40. Umurzaqov Axmadjon Mahamadovich. (2022). GLOBALLASHUV DAVRDA FAN VA TA'LIMNING DOLZARB MASALALARI. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6483608>
41. Xoshimov Sanjarbek Sultonbekovich. (2022). GLOBALLASHUV JARAYONIDA SIYOSIY MADANIYATNING O'ZIGA XOSLIGI. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6483612>
42. Умурзақов А. М. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА И ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ //Вестник Науки и Творчества. – 2022. – №. 3 (75). – С. 15-20.
43. Ulug'bek, Ergashev. "MILLIY QADRIYATLAR TIZIMI VA ULARNING JAMIYAT HAYOTIDA NAMOYON BO'LISH XUSUSIYATLARI." Yosh Tadqiqotchi Jurnal 1.4 (2022): 883-889
44. Усмонова Мухтасар Акбаровна, Расулова Шоира Азизовна Влияние темперамента на деятельность и поведение человека // Вестник науки и образования. 2019. №19-3 (73).



45. Usmonova M. A. ABOUT SOME ASPECTS OF FAMILY EDUCATION //Экономика и социум. – 2021. – №. 3-1. – С. 341-343.
46. Усмонов Н. Глобализация сквозь призму морали// Экономика и социум. – 2021. – №.11(90). – С.538-541.
47. Усмонов Н, Усмонова М Узбекистан на пути демократических преобразований // Экономика и социум. – 2021. – №. 11 (90). – С. 530-533.
48. 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.
49. 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.
50. 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.
51. 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.
52. 18. Махмудова А. Историческое значение проводимых исследований ученых археологов на территории Согда //Общество и инновации. – 2021. – Т. 2. – №. 10/S. – С. 42-46.
53. Maxmudova A. The history of obirahmat cave exploration //Збірник наукових праць Л'ОГОС. – 2020. – С. 74-75.
54. Махмудова А. Н. Человек, преданный науке //Молодой ученый. – 2020. – №. 9. – С. 130-132.
55. Азизахон М. МУСТАҚИЛЛИК ЙИЛЛАРИДА КЎП МИЛЛАТЛИ, КОНФЕССИЯЛИ МАҲАЛЛАЛАР ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ //Yosh Tadqiqotchi Jurnalı. – 2022. – Т. 1. – №. 3. – С. 233-241.
56. 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.
57. Тожибоев У. У., Рахимов И. А. ДУХОВНЫЕ ОСНОВЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА //Актуальная наука. – 2019. – №. 11. – С. 137-140.
58. Тожибоев У. У. Процесс формирования туризма в Ферганской долине в годы Советского Союза //Актуальная наука. – 2019. – №. 9. – С. 57-59.





59. 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>

60. Abdukhamidov I., Tojiboyev U. OBJECTIVE REASONS OF THE MIGRATION PROCESS IN THE FERGHANA ECONOMIC REGION.

61. 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.

62. Эргашев У. О., Мирзаев А. А. СОДЕРЖАНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ПОЗИТИВНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В ДУХОВНОМ МИРОВОЗЗРЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ //Интернаука. – 2019. – №. 45-1. – С. 62-63.

63. 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-vozpitanie-studentov-v-vuzah-respubliki-uzbekistan> (дата обращения: 06.01.2022).

64. 21. 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-vozpitanii-molodezhi-uzbekistana-odin-iz-vazhneyshih-voprosov> (дата обращения: 06.01.2022).

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

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