

ГАРМОНИЗАЦИЯ ПРОПАГАНДЫ И АГИТАЦИИ НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ В ОБНОВЛЯЮЩЕМСЯ УЗБЕКСКОМ ОБЩЕСТВЕ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ИНТЕГРАТИВНАЯ МОДЕЛЬ

Тураев Камолиддин Самадович

доктор философии (PhD) по философским наукам, доцент

Институт социально-духовных исследований при

Республиканском центре духовности и просветительства

E-mail: turayevkamoliddin83@gmail.com

***Аннотация.** В статье исследуются теоретические основы и международный опыт гармонизации пропаганды и агитации нравственных ценностей в обновляющемся узбекском обществе. Цель — сопоставить опыт Финляндии, Сингапура, Японии и международных организаций и разработать модель его контекстуальной адаптации. Применены аксиологический, сравнительный, системно-функциональный, герменевтический методы и контент-анализ. Предложены операциональное определение гармонизации, шесть принципов международного опыта и шестиступенчатая модель «АКСИОМА». Научная новизна заключается в объединении разъяснения ценностей, диалога, практического участия и рефлексивного мониторинга в непрерывный цикл. Модель предназначена для образования, махалли, СМИ и духовно-просветительской деятельности; её эмпирическая проверка является задачей последующих исследований.*

***Ключевые слова:** нравственные ценности, пропаганда, агитация, национальное воспитание, международный опыт, медиаграмотность, гражданское образование, аксиологическая коммуникация, социальное участие, мониторинг.*

HARMONISING THE PROMOTION AND ADVOCACY OF MORAL VALUES IN A RENEWING UZBEK SOCIETY: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND AN INTEGRATIVE MODEL

Abstract. *The article examines the harmonisation of the promotion and advocacy of moral values in a renewing Uzbek society. It compares Finland, Singapore, Japan and international frameworks to develop a context-sensitive integrative model. Axiological, comparative, systemic-functional, hermeneutic and content-analysis methods are used. The study offers an operational definition, identifies six principles and proposes the six-stage AKSIOMA model. Its contribution is the integration of value clarification, dialogue, practical participation and reflective monitoring into a continuous cycle. The model addresses education, mahalla institutions, mass media and spiritual-enlightenment organisations. Empirical validation remains a task for future research.*

Keywords: *moral values, promotion, advocacy, national education, international experience, media literacy, citizenship education, axiological communication, social participation, monitoring.*

ВВЕДЕНИЕ

В обновляющемся узбекском обществе нравственные ценности обеспечивают сохранение наследия и воспроизводство социальной солидарности в условиях модернизации, урбанизации и цифровой коммуникации. Для их устойчивости недостаточно повторения: содержание ценности должно осмысляться, применяться к жизненным ситуациям и подтверждаться поведением институтов. Киём Назаров рассматривает ценности как идеал, критерий и регулятивную силу человеческой деятельности, а аксиологическую оценку — как определение значимости явления для личности и общества. Поэтому

пропаганда должна поддерживать осмысление и выбор, а не ограничиваться передачей информации.¹

Термины «targʻibot» и «tashviqot» в узбекоязычном дискурсе нередко употребляются как синонимы. Здесь они разграничиваются функционально: пропаганда разъясняет содержание, происхождение и социальную значимость ценности посредством аргументов и нарративов; агитация побуждает воплощать её в поведении, инициативе и институциональной практике. Их разрыв создаёт два риска: без участия ценность остаётся декларацией, без разъяснения и свободного обсуждения мобилизация сближается с манипуляцией.

Программа национального воспитания, утверждённая в Узбекистане в 2026 году, предусматривает непрерывную систему воспитания, возрастные этапы, «Модель национального воспитания», цифровой контент и мониторинг. Это актуализирует вопросы взаимосвязи разъяснения ценностей и практики, координации институтов и оценки результатов.²

Научная проблема состоит в несоответствии комплексного характера формирования ценностей и преимущественно количественной оценки просветительской работы. Международные программы объединяют образование, медиаграмотность, социально-эмоциональные навыки и коллективные проекты. Оценка же только по числу мероприятий и охвату оставляет вне анализа самостоятельное суждение, убеждения, поведение и институциональную практику.

Цель исследования — выявить принципы международного опыта и разработать модель их согласования с историко-культурными особенностями, законодательством и коммуникативной средой

1 Nazarov Q. Qadriyatlar falsafasi (Aksiologiya). – Toshkent: Oʻzbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2004. – B. 19–24.

2 Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 28 января 2026 г. № 34 «Об утверждении Программы повышения эффективности воспитания молодежи в духе верности национальным ценностям и патриотизма в системе непрерывного образования». – П. 1–4.

Узбекистана. Задачи: уточнить понятие гармонизации; сопоставить отечественные и зарубежные подходы; выделить переносимые и контекстуально обусловленные элементы опыта Финляндии, Сингапура и Японии; обобщить международные концепции; предложить механизм адаптации и критерии оценки.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

Абдулла Шер связывает нравственность с осознанным самоограничением посредством воли и совести. Отсюда следует этическая граница агитации: внешнее воздействие не должно подменять нравственное решение личности. Б. Хусанов и В. Гуломов рассматривают нормы как механизм воплощения общих принципов в повседневном общении. Если сообщение о ценностях противоречит реальным отношениям и стилю работы организации, возникает недоверие.³⁴

Э. Юсупов и соавторы рассматривают духовную жизнь как систему производства и распространения идей, чувств, обычаев и ценностей, включающую образование, науку, культуру и СМИ. Следовательно, пропаганда не сводится к функции одной организации. М. Имомназаров подчёркивает влияние социальной среды и исторического опыта на духовное развитие. Поэтому зарубежные решения необходимо переосмысливать через национальную память, язык, семью, махаллю и межпоколенческие отношения.⁵⁶

В зарубежных теориях ценности не отделяются от знаний и навыков. ОЭСР в рамках проекта «Education 2030» рассматривает ценности как принципы, направляющие выбор, суждения и поведение, и подчёркивает взаимосвязь знаний, навыков, установок и ценностей. Модель образования в области цифрового гражданства Совета Европы

3 Husanov B., G'ulomov V. Muomala madaniyati. – Toshkent: Iqtisod-moliya, 2009. – B. 23.

4 Sher A. Axloqshunoslik: darslik. – Toshkent: O'zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2010. – B. 10–16.

5 Imomnazarov M. Milliy ma'naviyat bosqichlari. – Toshkent, 2010. – B. 5–6, 16–17.

6 Yusupov E. va boshq. Falsafa. To'ldirilgan 2-nashr. – Toshkent: O'qituvchi, 2005. – B. 164–166, 226–228.

также объединяет права и ответственность с активным, непрерывным и ответственным участием в онлайн- и офлайн-сообществах. В этих подходах переход от «знаю» к «действую» обеспечивается не только призывом, но и через формирование компетенций и среды участия.⁷⁸

Э. Ариас показал, что массовая информация влияет на поведение не только через личное убеждение, но и через общее знание: человек осознаёт, что сообщение получили другие. Это объясняет связь массовых кампаний с коллективным признанием норм. Однако Р. Маккенна обращает внимание на угрозы автономии аудитории при асимметрии власти и сокрытии альтернативных аргументов. Следовательно, результативность нравственной агитации должна оцениваться вместе с её этической легитимностью.⁹¹⁰

Обзор Э. Рохас-Эстрады, И. Агуадеда и Р. Гарсиа-Руиса, включивший 131 исследование, связывает интеграцию медиаграмотности с сотрудничеством органов политики, педагогов, гражданского общества и исследователей и с оценкой результатов. Дж. Дату, Г. Вонг и К. Руби-Дейвис выявили положительную связь интервенции, ориентированной на доброту, с медиаграмотностью и социальной самоэффективностью. Эти результаты позволяют рассматривать нравственное воспитание и критические медианавыки как взаимодополняющие компоненты.¹¹¹²

7 Council of Europe. Digital Citizenship Education Handbook. – Strasbourg: Council of Europe, 2023. – P. 9–18.

8 OECD. Attitudes and Values for 2030. – Paris: OECD, 2019. – P. 4, 11.

9 McKenna R. The Ethics and Epistemology of Persuasion // Canadian Journal of Philosophy. – 2024. – Vol. 54, No. 4. – P. 314–328.

10 Arias E. How Does Media Influence Social Norms? Experimental Evidence on the Role of Common Knowledge // Political Science Research and Methods. – 2019. – Vol. 7, No. 3. – P. 561–578. DOI: 10.1017/psrm.2018.1.

11 Datu J.A.D., Wong G.S.P., Rubie-Davies C. Can Kindness Promote Media Literacy Skills, Self-Esteem, and Social Self-Efficacy among Selected Female Secondary School Students? // Computers & Education. – 2021. – Vol. 161. – 104062. DOI: 10.1016/j.compedu.2020.104062.

12 Rojas-Estrada E.G., Aguaded I., García-Ruiz R. Media and Information Literacy in the Prescribed Curriculum: A Systematic Review on its Integration // Education and Information Technologies. – 2024. – Vol. 29. – P. 9445–9472. DOI: 10.1007/s10639-023-12154-0.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование имеет теоретико-сравнительный дизайн. Аксиологический метод раскрывает содержание ценностей и их поведенческие индикаторы; сравнительный — сходства и различия национальных программ. Системно-функциональный подход связывает образование, семью, махаллю, СМИ, цифровые платформы и гражданское общество. Герменевтический анализ уточняет значения нравственно-коммуникативных понятий. Концептуальный контент-анализ систематизирует индикаторы содержания, методов, участия, медиа, оценки и межинституционального взаимодействия.

Источники отбирались по официальному и проверяемому характеру, описанию механизмов реализации и адаптируемости к Узбекистану. Сравнение направлено на поиск функциональных эквивалентов: местная автономия Финляндии соотносится с региональными условиями и махаллей; сингапурская Character and Citizenship Education — с взаимодействием семьи, махалли и образования; японские нравственные дилеммы — с диалогическим уроком вместо назидания.

**РЕЗУЛЬТАТЫ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ
МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА****1. Финляндия: медиаграмотность и ценностная компетенция на протяжении всей жизни**

В Финляндии медиаграмотность выступает сквозной компетенцией непрерывного образования. Ценности связываются с анализом источников, созданием контента, защитой себя и других и демократическим диалогом. Национальные ориентиры дополняются местными программами, учитывающими культурный контекст. Для Узбекистана значим подход к медиаграмотности как внутреннему

условию достоверности нравственной пропаганды, а не как её сопернику.¹³

2. Сингапур: ценности, социально-эмоциональные навыки и гражданская практика

Сингапурская Character and Citizenship Education объединяет уважение, ответственность, жизнестойкость, честность, заботу и гармонию с триадой «Identity — Relationships — Choices». Ценности закрепляются школьной культурой, обсуждениями, социально-эмоциональным обучением, служением сообществу и цифровой ответственностью. Сильная сторона — единство разъяснения и практики. При адаптации централизованной модели следует учитывать региональное, языковое и махаллинское многообразие Узбекистана, сохраняя общие национальные критерии.¹⁴

3. Япония: общешкольная среда и нравственные дилеммы

В Японии нравственное воспитание осуществляется через специальный предмет, другие дисциплины, школьную деятельность и повседневные отношения. Обсуждение конфликтующих ценностей развивает самостоятельное нравственное суждение без принудительного навязывания готовой позиции. Для Узбекистана существенна согласованность просветительского мероприятия и реальной среды: лекция о честности при несправедливой практике учреждения подрывает доверие к ценностному сообщению.¹⁵

13 Finnish National Agency for Education. Multiliteracy and Media Literacy. – Helsinki: EDUFI. – National core curricula and lifelong media literacy framework.

14 Ministry of Education, Singapore. Character and Citizenship Education Syllabus: Secondary. – Singapore, 2021. – P. 8–12.

15 Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology of Japan. Basic Education in Japan: Chi-Toku-Tai. – Tokyo: MEXT, 2018. – P. 6–7.

Таблица 1. Сравнительные выводы по международному опыту

Опыт	Механизм	Сильная сторона	Адаптация для Узбекистана
Финляндия	Сквозная медиа- и мультиграмотность	Критическое мышление, местная автономия	Медиаграмотность и региональные модули
Сингапур	Ценности, навыки, служение	Единство разъяснения и поведения	Проекты семьи, махалли и образования; цифровая этика
Япония	Предмет, школьная среда, дилеммы	Рефлексия и институциональный пример	Кейсы вместо назидания; согласованность практики
ОЭСР / Совет Европы	Знания, навыки, ценности, участие	Компетенции и права человека	Индикаторы решений и гражданского участия
ЮНЕСКО	Медиаграмотность и партнёрство	Критичность, права и ответственность	Сотрудничество СМИ, образования и общества

4. Шесть принципов, вытекающих из международного опыта

Сопоставление выявляет шесть принципов: непрерывность воспитания на разных возрастных этапах; компетентность — воплощение ценности в решениях и поведении; диалогичность — признание аудитории субъектом; институциональная согласованность сообщения и практики; медиакритичность — способность проверять источники; результативный мониторинг понимания, участия,

устойчивости поведения и доверия. Их единство позволяет перейти от отдельных кампаний к воспроизводимой системе нравственной коммуникации.

АВТОРСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ: ИНТЕГРАТИВНАЯ МОДЕЛЬ «АКСИОМА»

Гармонизация пропаганды и агитации нравственных ценностей определяется как непрерывный аксиолого-коммуникативный цикл: осмысление ценности через аргументы и культурные нарративы, свободное обсуждение, личная и коллективная практика, рефлексивный мониторинг и совершенствование.

Шестиступенчатая модель «АКСИОМА» включает: А — аксиологический консенсус; К — контекстуальную трансляцию; С — сознательную медиакоммуникацию; И — интерактивное участие и практику; О — открытый диалог и институциональный пример; М/А — мониторинг и адаптацию. Последний этап объединяет две операции и возвращает цикл к уточнению ценностного консенсуса.

Таблица 2. Структурные механизмы модели «АКСИОМА»

Этап	Содержание	Инструменты	Критерий оценки
А — Консенсус	Выбор ценности и универсальных границ	Общественное и экспертное обсуждение	Общее благо и учёт интересов
К — Контекст	Адаптация к возрасту, языку, региону	Местные кейсы, память, нарратив	Понятность, отсутствие стереотипов
С — Коммуникация	Аргументы, медиаграмотность, этичный дизайн	Урок, СМИ, подкаст, фактчекинг	Достоверность и проверяемость

Этап	Содержание	Инструменты	Критерий оценки
И — Участие	Проекты, служение, повседневная практика	Махалля, волонтерство, «равный — равному»	Самостоятельное участие аудитории
О — Диалог и пример	Альтернативы и последовательность института	Дилемма, дискуссия, открытый отчет	Соответствие сообщения и поведения
М/А — Мониторинг и адаптация	Результаты, доверие, риски вреда	Опрос, наблюдение, аудит, фокус-группа	Изменения и корректировка стратегии

На этапах «А–К–С» пропаганда обеспечивает осмысление ценности и коммуникативную легитимность; на этапах «И–О» агитация связывает её с практикой и поведением институтов; «М/А» оценивает результаты и возможный вред. Функции сохраняют различие, координируясь в едином цикле.

ОБСУЖДЕНИЕ

Модель предполагает контекстуальное освоение международного опыта. Финская автономия адаптируется через сочетание национальных критериев и местной инициативы. Сингапурская координация полезна при сохранении диалога, иначе она сводится к вертикальным поручениям. Японская работа с дилеммами должна учитывать семейное, махаллинское и религиозно-культурное многообразие Узбекистана.

Национальные ценности придают нравственному содержанию конкретность через язык, память и обычаи; общечеловеческие принципы определяют границы — достоинство, справедливость, свободу,

непричинение вреда и толерантность. Следуя историческому подходу Имомназарова, наследие следует понимать не как неизменную догму, а как ресурс нравственного ответа на новые ситуации.

Легитимность убеждения проверяется автономией аудитории. Благая цель не оправдывает скрытого давления, запугивания, публичного пристыжения и подавления альтернатив. Этика убеждения Р. Маккенны раскрывает данный риск, а медиаграмотность и обсуждение дилемм предлагают альтернативу. Просветительский контент должен объяснять не только рекомендуемую позицию, но и её основания и возможные возражения.

Ценность должна подтверждаться поведением института. Организация, пропагандирующая ответственность, обязана отвечать на обращения, а призывающая к честности — раскрывать существенные интересы. Иначе возникает аксиологический диссонанс, который усиление агитации может углубить. Поэтому открытый диалог и институциональный пример выделены в самостоятельный этап.

Общее знание, исследованное Э. Ариасом, не тождественно внутреннему нравственному принятию. Оценка необходима на трёх уровнях: когнитивном — понимание; аксиологическом — осознанное признание значимости; поведенческо-институциональном — устойчивость решений и практик. Применимы индикаторы медиаграмотности, доверия, толерантности, волонтерства, инициативы и открытости организаций.

Возрастные этапы, «Час будущего», контент-платформа, «Модель национального воспитания» и мониторинг, предусмотренные программой 2026 года, создают возможность апробации «АКСИОМЫ». Она не дублирует программу, а оценивает обоснованность контента, возрастную и региональную уместность, диалогичность, связь с участием и способность корректироваться по результатам.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

1. Гармонизация пропаганды и агитации нравственных ценностей в обновляющемся узбекском обществе требует непрерывной связи между осмыслением содержания ценности и её превращением в поведение и институциональную практику.

2. Международный опыт выявляет шесть признаков эффективной системы: непрерывность, компетентность, диалогичность, институциональную последовательность, медиакритичность и мониторинг, ориентированный на результат.

3. Целесообразно контекстуальное освоение: опыта Финляндии — в части медиаграмотности и локальной адаптации; Сингапура — интеграции «ценность — навык — служение»; Японии — работы с нравственными дилеммами и примера всей среды; ОЭСР, ЮНЕСКО и Совета Европы — компетентностного и правового подходов, а также подхода цифрового гражданства.

4. В статье разработаны операциональное определение гармонизации пропаганды и агитации и шестиступенчатая модель «АКСИОМА». Модель объединяет в единый цикл выбор ценности, контекстуальную трансляцию, медиакоммуникацию, практическое участие, открытый диалог, мониторинг и адаптацию.

5. На практике для «Часа будущего» и других духовно-просветительских программ рекомендуется внедрить единую матрицу ценностей, модули с учётом возраста и региона, компонент медиаграмотности, проекты махалли, форматы обсуждения нравственных дилемм и открытые индикаторы результатов.

6. Помимо количества мероприятий и охвата, необходимо оценивать показатели понимания ценностей, самостоятельного нравственного суждения, социального участия, поведенческой устойчивости и доверия к институтам.

7. Цель нравственной пропаганды должна состоять не в подчинении аудитории готовому суждению, а в укреплении её нравственной субъектности — способности проверять аргументы, осознанно выбирать ценности и принимать ответственность за свои решения.

НАУЧНАЯ НОВИЗНА

Научная новизна состоит в операциональном определении гармонизации; обобщении шести принципов международного опыта; разработке модели «АКСИОМА»; согласовании когнитивно-аксиологической функции пропаганды и поведенческо-институциональной функции агитации при сохранении их различия.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

Модель применима в непрерывном образовании, «Часе будущего», молодёжных и махаллинских проектах, телерадиовещании и цифровых медиа. Она позволяет разрабатывать задания на контент, проводить этическую экспертизу, региональную адаптацию и мониторинг духовно-просветительских программ.

ОГРАНИЧЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Исследование теоретико-сравнительное; модель пока не прошла эмпирическую валидацию. Необходимы пилотные программы по возрастам и регионам, межэкспертная оценка, шкалы результативности и сравнительный контент-анализ телевидения, Telegram, YouTube и образовательных платформ Узбекистана.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Nazarov Q. Qadriyatlar falsafasi (Aksiologiya) [Философия ценностей (Аксиология)]. – Toshkent: O‘zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2004. – 196 b.
2. Sher A. Axloqshunoslik: darslik [Этика: учебник]. – Toshkent: O‘zbekiston faylasuflari milliy jamiyati nashriyoti, 2010. – 328 b.

3. Husanov B., G'ulomov V. Muomala madaniyati [Культура общения]. – Toshkent: Iqtisod-moliya, 2009. – 156 b.
4. Yusupov E. va boshq. Falsafa: oliy o'quv yurtlari talabalari uchun o'quv qo'llanma [Философия: учебное пособие для студентов высших учебных заведений]. To'ldirilgan 2-nashr. – Toshkent: O'qituvchi, 2005. – 304 b.
5. Imomnazarov M. Milliy ma'naviyat bosqichlari [Этапы национальной духовности]. – Toshkent, 2010. – 244 b.
6. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 28 января 2026 г. № 34 «Об утверждении Программы повышения эффективности воспитания молодежи в духе верности национальным ценностям и патриотизма в системе непрерывного образования».
7. OECD. Attitudes and Values for 2030. OECD Future of Education and Skills 2030 Concept Note. – Paris: OECD, 2019.
8. Council of Europe. Digital Citizenship Education Handbook. – Strasbourg: Council of Europe, 2023.
9. Finnish National Agency for Education. Multiliteracy and Media Literacy. – Helsinki: EDUFI.
10. Ministry of Education, Singapore. Character and Citizenship Education Syllabus: Secondary. – Singapore, 2021.
11. Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology of Japan. Basic Education in Japan: Chi-Toku-Tai. – Tokyo: MEXT, 2018.
12. UNESCO. Media and Information Literacy Curriculum for Educators and Learners. – Paris: UNESCO, 2021.
13. Arias E. How Does Media Influence Social Norms? Experimental Evidence on the Role of Common Knowledge // Political Science Research and Methods. – 2019. – Vol. 7, No. 3. – P. 561–578. DOI: 10.1017/psrm.2018.1.
14. Rojas-Estrada E.G., Aguaded I., García-Ruiz R. Media and Information Literacy in the Prescribed Curriculum: A Systematic Review on its Integration

// Education and Information Technologies. – 2024. – Vol. 29. – P. 9445–9472.

DOI: 10.1007/s10639-023-12154-0.

15. McKenna R. The Ethics and Epistemology of Persuasion // Canadian Journal of Philosophy. – 2024. – Vol. 54, No. 4. – P. 314–328.

16. Datu J.A.D., Wong G.S.P., Rubie-Davies C. Can Kindness Promote Media Literacy Skills, Self-Esteem, and Social Self-Efficacy among Selected Female Secondary School Students? // Computers & Education. – 2021. – Vol. 161. – 104062. DOI: 10.1016/j.compedu.2020.104062.