



UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

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. Проблема заключается в том, что разъяснение ценностного содержания и его преобразование в социальное поведение нередко осуществляются как разрозненные мероприятия, а не как единый непрерывный процесс. Цель исследования — сопоставить опыт Финляндии, Сингапура, Японии, ЮНЕСКО, ОЭСР и Совета Европы, определить возможности его контекстуальной адаптации и разработать модель, объединяющую национальные и общечеловеческие ценности. Используются аксиологический, сравнительный, системно-функциональный, герменевтический методы и контент-анализ. Предложено операциональное определение гармонизации пропаганды и агитации, обобщены шесть принципов международного опыта и разработана шестиступенчатая модель «АКСИОМА». Научная новизна состоит в объединении разъяснения ценностей, диалога, практического участия и рефлексивного мониторинга в единый цикл. Модель может применяться*



UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

в образовании, махалле, СМИ, цифровых платформах и духовно-просветительской деятельности.

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 theoretical foundations and international experience of harmonising the promotion and advocacy of moral values in a renewing Uzbek society. The research problem is that explaining the meaning of values and transforming them into social behaviour are frequently organised as fragmented activities rather than a continuous system. The study compares the experience of Finland, Singapore, Japan, UNESCO, the OECD, and the Council of Europe, identifies contextually transferable elements, and develops a model combining national and universal values. Axiological, comparative, systemic-functional, hermeneutic, and content-analysis methods are employed. The article offers an operational definition of promotion–advocacy coherence, synthesises six principles derived from international practice, and proposes the six-stage “AKSIOMA” model. The scientific novelty lies in integrating value clarification, dialogue, practical participation, and reflective monitoring into a single cycle. The model may be used to coordinate education, mahalla institutions, mass media, digital platforms, and spiritual-enlightenment organisations.*



UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY

international scientific conference

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

ВВЕДЕНИЕ

Для обновляющегося узбекского общества вопрос нравственных ценностей — это не только задача сохранения духовного наследия, но и проблема воспроизводства социальной солидарности в условиях ускоряющейся модернизации, цифровой коммуникации, урбанизации и глобального культурного обмена. Для того чтобы ценность существовала в обществе, недостаточно её называть или повторять: её содержание должно быть осмыслено, применено к жизненным ситуациям и подтверждено практическим поведением институтов. Киём Назаров трактует ценности как идеал, критерий и регулятивную силу, направляющую деятельность человека; аксиологическая же оценка определяет значимость явления для духовного мира личности и общества. Следовательно, пропаганда ценностей не исчерпывается передачей информации — она должна формировать процесс осмысления и выбора.¹

В практическом узбекоязычном дискурсе термины «targʻibot» (пропаганда) и «tashviqot» (агитация) нередко употребляются как синонимы. В настоящей статье они разграничиваются функционально: пропаганда — это разъяснение содержания, источника и социальной значимости ценности посредством аргументов, комментариев и нарративов; агитация — коммуникативная деятельность, побуждающая превратить осознанную ценность в конкретное поведение, инициативу, коллективное участие и институциональную практику. Их разрыв порождает два вида рисков. Если пропаганда остаётся без практического

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



UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

участия, ценность превращается в декларативное знание; если же агитация осуществляется без разъяснения и свободного обсуждения, мобилизация сближается с манипуляцией или внешним подчинением.

Утверждённая в Республике Узбекистан в 2026 году программа предусматривает создание целостной вертикальной системы национального воспитания в непрерывном образовании, определение этапов, соответствующих возрастным особенностям, разработку «Модели национального воспитания», а также внедрение цифрового контента и регулярного мониторинга. Этот документ ещё больше повышает практическую актуальность темы: теперь главный вопрос не ограничивается тем, «какие ценности следует пропагандировать?», а охватывает и то, как разъяснять ценность, превращать её в практику, координировать деятельность различных институтов и измерять результат.²

Научная проблема исследования состоит в том, что в международной практике нравственные и гражданские ценности, как правило, формируются за счёт интеграции учебных программ, медиаграмотности, социально-эмоциональных навыков, коллективных проектов и цифрового гражданства, тогда как в отечественной практике пропаганда и агитация в ряде случаев оцениваются по количеству мероприятий, охвату аудитории или повторяемости лозунгов. Это может отодвигать на второй план изменения во внутренних убеждениях, самостоятельном мышлении, повседневном поведении и практике институтов.

Цель исследования — сравнительный анализ эффективных принципов международного опыта и разработка концептуальной модели,

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.

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

согласующей их с историко-культурными особенностями узбекского общества, национальным законодательством и современной коммуникативной средой. Задачи исследования: уточнить понятие «гармонизация пропаганды и агитации»; критически сопоставить отечественные и зарубежные теоретические подходы; выделить переносимые и контекстуально обусловленные аспекты опыта Финляндии, Сингапура и Японии; обобщить концепции международных организаций; предложить для Узбекистана институциональный механизм и критерии оценки.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ

В отечественной философской литературе нравственные ценности рассматриваются во взаимосвязи внутреннего мира личности и социальной среды. Абдулла Шер характеризует нравственность как осознанное самоограничение личности в соответствии с социальными требованиями посредством воли и совести. Эта точка зрения очерчивает границы агитации: внешнее воздействие не должно подменять внутреннее нравственное решение личности. Б. Хусанов и В. Гуломов рассматривают нравственные нормы как практический механизм, реализующий общие принципы в повседневном общении и поведении. Поэтому если пропаганда ценностей оторвана от культуры общения, стиля работы организации и реальных социальных отношений, между сообщением и опытом возникает недоверие.³⁴

Э. Юсупов и соавторы, раскрывая духовную жизнь общества как систему, в которой производятся и распространяются идеи, взгляды, чувства, обычаи и ценности, включают в её институциональный состав образование, науку, культуру, печать и средства массовой информации. Такой подход означает, что пропаганду ценностей невозможно свести к

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.



UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

задаче какой-либо одной организации. Мухаммаджон Имомназаров подчёркивает, что духовное совершенствование личности начинается под влиянием социальной среды, а национальная духовность опирается на исторический опыт и не может быть создана искусственно в одночасье. Следовательно, международный опыт не переносится в готовом виде: он должен быть переосмыслен через призму национальной памяти, языка, махалли, семьи и межпоколенческих отношений.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 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

Исследования медиавоздействия раскрывают социальный механизм гармонизации пропаганды и агитации. Эрик Ариас экспериментально обосновал, что влияние массовой информации на поведение реализуется не только через индивидуальное убеждение, но и через осознание того, что ту же информацию получили и другие, — то есть через механизм общего знания (common knowledge). Этот результат показывает взаимосвязь массовых кампаний, практики махалли и открытого социального одобрения в закреплении нравственных ценностей как коллективных норм. Вместе с тем Робин Маккенна показывает, что даже рационально выглядящее убеждение может

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.

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.

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

ограничивать автономию аудитории за счёт асимметрии власти или сокрытия альтернативных аргументов. Поэтому в нравственной агитации эффективность и легитимность должны оцениваться совместно.⁹¹⁰

Систематический обзор Э. Рохас-Эстрады, И. Агуадеда и Р. Гарсиа-Руиса, охвативший 131 исследование, показал, что эффективная интеграция медийной и информационной грамотности в учебные программы требует взаимодействия органов, определяющих политику, педагогов, гражданского общества и академического сообщества, а также системы оценки результатов. Исследование Дж. Дату, Г. Вонга и К. Руби-Дейвис, в свою очередь, продемонстрировало, что интервенция, ориентированная на доброту, даёт положительные результаты в отношении медиаграмотности и социальной самоэффективности. Эти данные подтверждают необходимость не противопоставлять нравственное воспитание и критические медианавыки, а рассматривать их как взаимоусиливающие компоненты.¹¹¹²

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование выполнено в теоретико-сравнительном дизайне. С помощью аксиологического метода проанализировано, какие ценности являются приоритетными в международных программах и каким образом они преобразуются в поведенческие индикаторы. Сравнительный метод позволил выявить общие и отличительные черты опыта Финляндии, Сингапура и Японии. Системно-функциональный подход дал возможность рассматривать функции образования, семьи, махалли, СМИ, цифровых платформ и гражданского общества как единый механизм.

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. – P. 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.

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

Герменевтический анализ применялся для интерпретации содержания понятий «ценность», «гражданственность», «ответственность», «пропаганда» и «агитация» в национальных и международных документах. Посредством концептуального контент-анализа были закодированы встречающиеся в программах индикаторы содержания, методов, участия, медиа, оценки и институционального взаимодействия.

Источники отбирались по трём критериям: во-первых, официальный и верифицируемый характер; во-вторых, отражение не только содержания формирования ценностей, но и механизма его реализации; в-третьих, возможность адаптации к условиям узбекского общества. Сравнительный анализ основывался не на принципе «копирования», а на поиске функциональных эквивалентов: так, автономия местных учебных программ в Финляндии сопоставлялась с региональным контекстом и участием махалли в Узбекистане; общешкольная система Character and Citizenship Education в Сингапуре — с взаимодействием «семья — махалля — образовательная организация»; обсуждение нравственных дилемм в Японии — с переходом от назидания к диалогическому уроку.

РЕЗУЛЬТАТЫ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

1. Финляндия: медиаграмотность и ценностная компетенция на протяжении всей жизни

В Финляндии медиаграмотность включена в национальные базовые учебные программы не как отдельная разовая кампания, а как сквозная компетенция, сопровождающая человека от дошкольного образования до образования взрослых и неформального обучения. Её сильная сторона состоит в том, что нравственные ценности связываются не с восприятием «правильного сообщения», а со способностью анализировать источник,

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

создавать медиаконтент, защищать себя и других, а также участвовать в демократическом диалоге. Национальный стандарт задаёт общее направление, а местные учебные программы учитывают региональные потребности и культурный контекст. Переносимый для Узбекистана аспект — восприятие медиаграмотности не как соперника нравственной пропаганды, а как внутреннего механизма, обеспечивающего её достоверность и устойчивость.¹³

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

Программа Character and Citizenship Education в Сингапуре связывает такие базовые ценности, как уважение, ответственность, жизнестойкость, честность, забота и гармония, с личной идентичностью, отношениями и принятием решений в рамках триады «Identity — Relationships — Choices». Ценности закрепляются не отдельной лекцией, а через школьную культуру, классные обсуждения, социально-эмоциональное обучение, служение сообществу и ответственное поведение в цифровой среде. Сильная сторона модели — непрерывная связь между содержательным разъяснением, присущим пропаганде, и побуждающим к деятельности компонентом агитации. Однако буквальное копирование централизованной системы может недостаточно учитывать региональное, языковое и махаллинское многообразие узбекского общества. Поэтому необходима адаптация к местным формам взаимодействия при сохранении общих национальных критериев.¹⁴

3. Япония: общешкольная среда и нравственные дилеммы

В Японии нравственное воспитание наряду со специальным предметом «Moral Education» интегрируется во все учебные дисциплины,

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.

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY

international scientific conference

школьную деятельность и повседневные отношения. Официальный подход делает акцент на совместном с учащимися обсуждении сложных ситуаций, в которых сталкиваются противоречащие друг другу ценности, и на недопустимости принудительного навязывания единственного готового мнения. Этот опыт показывает, что суть нравственной пропаганды — не в заучивании готового суждения, а в развитии способности к нравственному анализу ситуации. Для Узбекистана его значение состоит в сокращении разрыва между «мероприятием» и реальной средой школы или организации: если о честности читается лекция, а в самом учреждении сохраняется несправедливое отношение, агитация подрывает аксиологическое доверие.¹⁵

Таблица 1. Сравнительные выводы по международному опыту

Опыт	Основной механизм	Сильная сторона	Элемент, адаптируемый для Узбекистана
Финляндия	Медиаграмотность и мультиграмотность (multiliteracy) как сквозная компетенция на всех ступенях	Критическое мышление, локальная адаптация, обучение на протяжении всей жизни	Включение медиаграмотности и регионального модуля в нравственный контент
Сингапур	Ценности + социально-эмоциональные навыки +	Единство содержания и поведенческой практики	Проекты «семья — махалля — образование», цифровой этикет и

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



UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY

international scientific conference

	служение сообществу		обучение через служение
Япония	Специальный предмет + общешкольная среда + нравственные дилеммы	Внутренняя рефлексия и институциональн ый пример	Кейсы и дилеммы вместо назидания, педагогическая и институциональна я последовательнос ть
ОЭСР / Совет Европы	Знания, навыки, установки, ценности и гражданское участие	Компетентностны й подход и подход, основанный на правах человека	Превращение ценностей в измеримые компетенции и индикаторы участия
ЮНЕСКО	Медийно- информационная грамотность и многостороннее управление	Критическое отношение к информации, права и ответственность	Сотрудничество СМИ, платформ, образования и гражданского общества

4. Шесть принципов, вытекающих из международного опыта

Сравнительный анализ показал, что, несмотря на различие форм международной практики, существуют шесть общих принципов. Первый — непрерывность: ценность последовательно сопровождает человека на разных возрастных этапах и в различных социальных средах. Второй — компетентность: ценность проявляется не в знании, а в решениях, общении и ответственном поведении. Третий — диалогичность:

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

учащийся и гражданин — не пассивный объект, а субъект, задающий вопросы и созидаящий смыслы. Четвёртый — институциональная согласованность: сообщение, транслируемое в образовании, не должно противоречить реальной практике семьи, махалли, СМИ и организации. Пятый — медиакритичность: нравственная пропаганда должна не ослаблять, а, напротив, укреплять способность человека проверять источники информации. Шестой — мониторинг, ориентированный на результат: оценивается не количество мероприятий, а осмысление, участие, поведенческая устойчивость и социальное доверие.

АВТОРСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ: ИНТЕГРАТИВНАЯ МОДЕЛЬ «АКСИОМА»

По итогам анализа предлагается следующее операциональное определение: гармонизация пропаганды и агитации нравственных ценностей — это непрерывный аксиолого-коммуникативный цикл, включающий осмысление содержания ценности посредством аргументов и национально-культурных нарративов, её обсуждение в свободном диалоге, превращение в личную и коллективную практику, а также последующее совершенствование на основе рефлексивного мониторинга результатов.

На основе данного определения разработана шестиступенчатая модель «АКСИОМА». Её название, отражая аксиологическую основу модели, одновременно складывается из начальных букв этапов: А — аксиологический консенсус; К — контекстуальная трансляция; С — сознательная (медиаграмотная) многоканальная коммуникация; И — интерактивное участие и социальная практика; О — открытый диалог и институциональный пример; М — мониторинг и рефлексия; А — адаптация. На практике мониторинг и адаптация вновь возвращают цикл к этапу аксиологического консенсуса.

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY

international scientific conference

Таблица 2. Структурные механизмы модели «АКСИОМА»

Этап	Содержание	Основные инструменты	Вопрос для оценки
А — Аксиологический консенсус	Определение приоритетной ценности и её универсальных границ	Экспертное, молодёжное и общественное обсуждение	Чьи интересы и какое общее благо выражает данная ценность?
К — Контекстуальная трансляция	Адаптация ценности к возрасту, региону, языку и жизненному опыту	Местные кейсы, историческая память, современный нарратив	Понятно ли содержание и не порождает ли оно стереотипы?
С — Сознательная коммуникация	Подача многоканального сообщения с опорой на аргументы, медиаграмотность и этичный дизайн	Урок, СМИ, подкаст, видео, платформа, фактчекинг	Достоверно ли сообщение и поддаётся ли оно проверке?
И — Интерактивное участие и практика	Превращение ценности в проекты, служение, волонтерство и	Проект махалли, обучение через служение, формат	Стала ли аудитория субъектом реальной деятельности?

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY

international scientific conference

	повседневное поведение	«равный — равному» (peer-to-peer)	
О — Открытый диалог и пример	Вопросы, возражения, альтернативные позиции и последовательность поведения института	Дилемма, дискуссия, омбудсмен, открытый отчёт	Следует ли сама организация той ценности, которую она пропагандирует?
М/А — Мониторинг и адаптация	Измерение осмысления, доверия, поведенческих результатов и сигналов вреда	Опрос, наблюдение, контент-аудит, фокус-группа	Что изменилось и как перестраивается стратегия?

Центральная идея модели состоит в том, что пропаганда на этапах «А–К–С» обеспечивает осмысление ценности и формирует коммуникативную легитимность, агитация на этапах «И–О» превращает её в социальную практику и институциональное поведение, а этап «М/А» проверяет оба процесса с точки зрения результатов и возможного вреда. Таким образом, пропаганда и агитация не растворяются друг в друге: их различные функции сохраняются, но координируются в едином цикле.

ОБСУЖДЕНИЕ

Предлагаемая модель не копирует международный опыт как идеальный образец. Если сильной стороной Финляндии являются местная автономия и медиаграмотность, то в Узбекистане этот механизм может

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

работать через увязку общих национальных государственных критериев с махаллей и региональным контекстом. Высокая институциональная координация в опыте Сингапура важна, однако если она воспринимается лишь в форме вертикальных поручений, диалог и инициатива ослабевают. Японская модель учит работе с нравственными дилеммами и последовательности всей среды, однако некоторые её формы, опирающиеся на культурную дисциплину, должны быть переосмыслены с учётом семейного, махаллинского и религиозно-культурного многообразия узбекского общества.

Соотношение национальных и общечеловеческих ценностей также не сводится к простому сложению. Национальное начало придаёт ценности конкретный смысл через историческую память, язык, обычаи и социальный опыт; общечеловеческое же измерение задаёт нормативную границу — человеческое достоинство, справедливость, свобода, непричинение вреда и толерантность. Как подчёркивает Имомназаров, национальная духовность не отрывается от исторических корней; однако историчность не превращает ценность в замкнутую догму, защищённую от изменений. В обновляющемся обществе жизнеспособность наследия проявляется в его способности давать нравственный ответ на новые жизненные ситуации.

Легитимность нравственной пропаганды и агитации проверяется автономией аудитории. Опора на благую цель не оправдывает скрытого давления, запугивания, публичного пристыжения или подавления альтернативного мнения. Этика убеждения Р. Маккенны теоретически обосновывает этот риск, а японский подход, основанный на дилеммах, и финская медиаграмотность демонстрируют практическую альтернативу. Следовательно, духовно-просветительский контент в Узбекистане должен, помимо готового указания «как следует думать?», отвечать на



UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

вопросы «почему?», «на основании каких аргументов?» и «какова иная позиция?».

Ещё один урок международного опыта — ценность должна подтверждаться поведением самого института. Если организация, проводящая кампанию об ответственности, не отвечает на обращения граждан, а структура, пропагандирующая честность, скрывает свои финансовые или редакционные интересы, между содержанием и практикой возникает аксиологический диссонанс. В такой ситуации усиление агитации не восстанавливает доверие, а, напротив, может усилить символическое обесценивание официальных сообщений. Поэтому этап «О» — открытый диалог и институциональный пример — выделен в модели в качестве самостоятельного элемента.

Мониторинг также не должен ограничиваться статистическим охватом. Исследование Э. Ариаса показывает способность массового сообщения создавать общее знание, однако массовое признание нормы ещё не означает её нравственной интериоризации. Поэтому оценку целесообразно проводить на трёх уровнях: когнитивном — понимание содержания ценности; аксиологическом — осознанное признание её значимости; поведенческо-институциональном — устойчивые изменения в решениях, общении и коллективной практике. Сюда могут быть включены индикаторы медиаграмотности, доверия, толерантности, волонтерства, коллективной инициативы и открытости организаций.

Закрепление в национальной программе 2026 года возрастных этапов, «Часа будущего» («Kelajak soati»), национальной контент-платформы, «Модели национального воспитания» и механизмов мониторинга создаёт институциональную возможность для практической апробации модели «АКСИОМА». При этом модель не дублирует государственную программу, а предлагает инструмент оценки её



UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

коммуникативного и аксиологического качества. Ключевыми должны стать следующие вопросы: насколько обосновано содержание контента, соответствует ли оно возрастному и региональному контексту, является ли оно диалогичным, связано ли с практическим участием и совершенствуется ли на основе полученных результатов.

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, медиакommunikation, 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

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

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

В исследовании: 1) дано операциональное определение гармонизации пропаганды и агитации, объединяющее осмысление ценности, диалог, социальную практику и рефлексивный мониторинг; 2) систематизированы шесть универсальных принципов международного опыта; 3) разработана аксиолого-коммуникативная модель «АКСИОМА», соответствующая условиям Узбекистана; 4) обосновано сочетание когнитивно-аксиологической функции пропаганды и поведенческо-институциональной функции агитации в едином цикле при сохранении их функционального различия.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ

Модель может применяться при планировании непрерывного образования, «Часа будущего», махаллинских и молодёжных проектов, теле- и радиоконтента, цифрового медиаконтента, а также духовно-просветительских программ государственных и негосударственных организаций. Она служит методической основой для формирования технических заданий на контент, этической экспертизы, региональной адаптации и критериев мониторинга.

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY

international scientific conference

ОГРАНИЧЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Исследование носит теоретико-сравнительный характер; модель «АКСИОМА» пока не прошла эмпирическую валидацию. На следующем этапе необходимо провести пилотные программы в различных возрастных группах и регионах, разработать критерии межэкспертной оценки, создать шкалу индикаторов для измерения результатов пропаганды и агитации, а также провести сравнительный контент-анализ духовно-просветительского контента на телевидении, в Telegram, YouTube и на образовательных платформах 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».

UNIVERSAL INSIGHTS CONFERENCE ON SCIENCE AND SOCIETY international scientific conference

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.