**Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati (References):**
(1). Короглы Х. Тахир и Зохра. Краткая литературная энциклопедия [1-b.].
(2). Tristan va Iseult. Vikipediya [2-b.].
(3). Tohir va Zuhra. Vikipediya [3-b.].
(4). O‘zbek xalq ijodi. Vikipediya [6-b.].
(5). Kitobiy Dostonlar. Qomus Info [11-b.].
(6). Ишанбабаева Ш.К. (Dissertatsiya) [8-b.].
(7). Bédier J. Romanas apie Tristaną ir Izoldą [9-b.].
(8). Dzieje Tristana i Izoldy. Zintegrowana Platforma Edukacyjna [12-b.].
(9). Молланепес. Зохре – Тахыр. Ашгабат, 1959 [1-b.].
(10). Саиеодий. Тохир ва Зухра. Тошкент, 1960 [1-b.].

**Djurayeva Dilnoza Fazliddin qizi (O‘zbekiston Jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti “To‘g‘on va Qudrat Ernazarovlar nomidagi Jamoatchilik bilan aloqalar” kafedrasi mustaqil izlanuvchisi; E-mail: dfazliddinovna@mail.ru; ORCID: 0009-0003-0010-6796)**

## RAQAMLI EKOLOGIK KOMMUNIKATSIYADA ZAMONAVIY PR MODELLARI VA PSIXO-SOTSIOLOGIK NAZARIYALAR INTEGRATSIYASI

***Annotatsiya.*** *Mazkur maqolada zamonaviy davlat ekologik boshqaruvi va raqamli jamoatchilik bilan aloqalar (PR) tizimida klassik sotsiologik, psixologik va kommunikativ nazariyalarning integratsiyalashuv qonuniyatlari tadqiq etilgan. Tadqiqot doirasida J.Grunig va T.Huntning ikki tomonlama simmetrik muloqot modeli, R.Thalerning “Turtki berish” konsepsiyasi hamda L.Festingerning “Kognitiv disonans” nazariyalari o‘zbek ekomedia makonidagi davlat organlari faoliyati misolida empirik tahlil qilingan. Maqolada raqamli platformalardagi byurokratik kontent anomal konsentratsiyasining aholi ongida keltirib chiqaradigan axborot disonansi hamda uni bartaraf etishda reaktiv transmedia va algoritmik PR-boshqaruv mexanizmlari ilmiy jihatdan asoslab berilgan.*

***Kalit so‘zlar:*** *ikki tomonlama simmetrik model, kognitiv disonans, turtki berish nazariyasi, raqamli PR, ekologik diskurs, axborot asimmetriyasi, transmedia hikoyachilik, O‘rmon agentligi.*

**Джураева Дильноза Фазлиддиновна (Самостоятельный соискатель кафедры по связям с общественностью имени Тугана и Кудрата Эрназаровых, Университет журналистики и массовых коммуникаций Узбекистана)**

## ИНТЕГРАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ МОДЕЛЕЙ PR И ПСИХО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ТЕОРИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

***Аннотация.*** *В данной статье исследуются закономерности интеграции классических социологических, психологических и коммуникативных теорий в систему современного государственного экологического управления и цифровых связей с общественностью (PR). В рамках исследования на примере деятельности госорганов в экомедиапространстве Узбекистана эмпирически проанализированы двусторонняя симметричная модель коммуникации Дж.Грунига и Т.Ханта, концепция «Подталкивания» (Nudge) Р.Талера и теория «Когнитивного диссонанса» Л.Фестингера. Научно обоснован информационный диссонанс, вызываемый аномальной концентрацией бюрократического контента на цифровых платформах в сознании населения, и разработаны механизмы реактивного трансмедиа и алгоритмического PR-управления для его устранения.*

***Ключевые слова:*** *двусторонняя симметричная модель, когнитивный диссонанс, теория подталкивания, цифровой PR, экологический дискурс, информационная асимметрия, трансмедиа сторителлинг, Лесное агентство.*

**Djurayeva Dilnoza Fazliddin qizi (Independent Researcher at the Department of Public Relations named after Tugan and Kudrat Ernazarov,University of Journalism and Mass Communications of Uzbekistan)**

## INTEGRATION OF MODERN PR MODELS AND PSYCHO-SOCIOLOGICAL THEORIES IN DIGITAL ECOLOGICAL COMMUNICATION

***Annotation.*** *This article explores the laws governing the integration of classical sociological, psychological, and communicative theories within the framework of contemporary environmental public management and digital public relations (PR). Through the prism of state agencies’ performance in the Uzbek eco-media space, the study empirically analyzes J.Grunig and T.Hunt’s two-way symmetrical communication model, R.Thaler’s "Nudge" theory, and L.Festinger’s "Cognitive Dissonance" theory. The paper scientifically substantiates the informational dissonance triggered in the public consciousness by an anomalous concentration of bureaucratic content on digital platforms. Furthermore, it outlines reactive*

*transmedia and algorithmic PR-management frameworks as definitive mechanisms to alleviate this dysfunction.*

***Keywords:*** *Two-way symmetrical model, cognitive dissonance, nudge theory, digital PR, ecological discourse, information asymmetry, transmedia storytelling, Forestry Agency.*

**Kirish.** Global iqlim transformatsiyalari, antropogen ekologik inqirozlar va hayotiy tabiiy resurslar taqchilligi sharoitida davlat boshqaruvi organlarining jamoatchilik oldidagi institutsional jozibadorligi va ekologik imijini strategik muvofiqlashtirish masalalarining ijtimoiy-siyosiy ahamiyati tobora ortib bormoqda. Bugungi raqamli jamiyatda va Web 2.0/Web 3.0 virtual ekotizimida davlat ekologiya organlarining jamoatchilik bilan muloqoti shunchaki press-relizlar tarqatish yoki bir tomonlama axborot translyatsiyasi (monologik model) formatidan chiqib, gorizontal, sheriklik va dialogik xarakter kasb etmoqda.

O'zbekistonda "Yashil makon" umummilliy loyihasining amalga oshirilishi, o'rmon va yashil hududlarni kengaytirish, shuningdek, davlat organlari faoliyatining ochiqligini ta'minlash borasida keng ko'lamli institutsional islohotlar izchil davom ettirilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-358- hamda PQ-184-qarorlarida belgilanganidek, 2030-yilga qadar aholining, ayniqsa, yosh avlodning ekologik madaniyatini yuksaltirish davlat siyosatining eng ustuvor strategik maqsadlaridan biridir. Biroq, ushbu yirik sotsiomadaniy marralarga an'anaviy, administrativ-byurokratik matbuot kotibligi formatlari yordamida erishib bo'lmasligi aniq. Bu esa virtual auditoriya xulq-atvorini, jamoatchilik fikri dinamikasini chuqur sotsiologik va psixologik qonuniyatlar doirasida boshqarishni hamda fundamental muloqot nazariyalarini amaliy PR instrumentariysiga integratsiya qilishni taqozo etadi.

Mazkur tadqiqotning bosh maqsadi J.Grunig va T.Huntning jamoatchilik bilan aloqalar modellari, R.Thalerning "Turtki berish" [4] va L.Festingerning "Kognitiv disonans" [5] nazariyalarining o'zaro simbiozini ilmiy asoslash hamda ularni davlat ekologik tashkilotlarining (xususan, O'rmon va yashil hududlarni ko'paytirish, cho'llanishga qarshi kurashish agentligi misolida) raqamli imijini transformatsiya qilish tizimiga tatbiq etishdan iborat.

**Adabiyotlar tahlili.** Raqamli platformalarda davlat organlarining ekologik imijini transformatsiya qilish va jamoatchilik xulq-atvorini kommunikativ modellashtirish muammolari zamonaviy ilmiy makonda turli fanlararo yondashuvlar asosida o'rganilmoqda. J.Grunig va T.Hunt tomonidan asoslangan jamoatchilik bilan aloqalarning ikki tomonlama simmetrik muloqot modeli raqamli makondagi ochiqlik va gorizontal dialog asosi ekanligi isbotlangan bo'lsa, J.Macnamara davlat tuzilmalarida jamoatchilikni "tinglash arxitekturasi" (architecture of listening) muvaffaqiyatli PR-kommunikatsiyaning bosh mezoni ekanligini ilgari suradi. Virtual muhitdagi axborot inqirozlari va obro' eroziyasini muvofiqlashtirish mezonlari W.T.Coombs tadqiqotlarida o'z aksini topgan. L.Festingerning kognitiv disonans qonuniyatlari hamda R.Thalerning "turtki berish" (nudge) konsepsiyalari aholining ekologik qadriyatlari va real xulq-atvori o'rtasidagi psixologik nomuvofiqliklarni kreativ mediaformatlar vositasida yumshatish mexanizmlarini ochib beradi. Markaziy Osiyo va O'zbekiston media-makonidagi ekologik diskurs tabiati, iqlim diplomatiyasi hamda davlat idoralari PR-kommunikatsiyalarining sotsiolingvistik va lingvo-pragmatik xususiyatlari mediatadqiqotchilardan N.Qosimova, M.Xaitova va N.Muratova tomonidan tizimli o'rganilgan. Biroq raqamli platformalardagi byurokratik kontent anomal konsentratsiyasining aholi ongida keltirib chiqaradigan axborot disonansi hamda uni Korrupsiyaga qarshi kurashish agentligining rasmiy ochiqlik indeksi ko'rsatkichlari bilan qiyosiy-komparativ tahlil qilish masalalari yaxlit ilmiy tadqiqot obyekti sifatida o'rganilmagan.

**Metodologiya.** Raqamli ekotizimda davlat organlarining kommunikatsiya strategiyasi va jamoatchilik xulq-atvorini modellashtirish muammolari zamonaviy ilmiy makonda sotsiometrik va lingvo-pragmatik yondashuvlar doirasida tadqiq etilmoqda. Xususan, raqamli media platformalardagi ekologik diskurs tabiati, "yashil imij" transformatsiyasi va mediakontent vositasida ijtimoiy nazorat mexanizmlari xalqaro va mahalliy olimlar tomonidan o'rganilgan. Biroq klassik psixologik va sotsiologik qonuniyatlarning (kognitiv disonans, turtki berish va simmetrik muloqot) virtual media muhitidagi algoritmik PR-boshqaruv drayverlari bilan o'zaro funksional simbiozi hamda ularning davlat ekologik institutlari ochiqlik indekslariga ta'siri konseptual jihatdan tizimlashtirilmagan.

Mazkur tadqiqotda gumanitar va ijtimoiy kommunikatsiyalar fanining konvergent tabiatidan kelib chiqib, metodologik sintez va poliaspektli tahlil yondashuvi ilgari surildi. Davlat ekologik tuzilmalarining virtual makondagi institutsional aksini va jamoatchilik munosabatini aniqlash maqsadida quyidagi innovatsion metodlar majmui tizimli qo'llanildi:

Algoritmik kontent-miks audit. Tadqiqot obyekti sifatida tanlangan o'rmon va yashil hududlarni ko'paytirish, cho'llanishga qarshi kurashish agentligining rasmiy raqamli kanallaridagi (Telegram, Instagram, Facebook) 2026-yil I choragiga oid barcha media-massivlari popsters.com professional platformasi yorda-

mida skanerlandi. Materiallar an'anaviy matbuot kotibligi relizlaridan farqli ravishda, ularning funksional-semantik tuzilishi bo'yicha uchta toifaga (tashkiliy-byurokratik, ekologik-funksional, interaktiv-ma'rifiy) ajratilib, foiz ko'rsatkichlari matematik tahlil qilindi.

Lisoniy-hissiy sentiment-tahli: Ijtimoiy tarmoqlardagi foydalanuvchilar reaksiyalari va teskari aloqa (feedback) matnlari tarkibidagi hissiy bo'yoqlar tabiiy tilni qayta ishlash (NLP) drayverlari orqali filtrlindi. Bunda jamoatchilik tomonidan qoldirilgan izohlar korpusi emotsional fon xarakteriga ko'ra (ijobiy, salbiy va neytral) sotsiologik guruhlashtirildi.

Raqamli KPI metrikalari modeli: Professor Jim Macnamaraning "Baholash piramidasi" [9] va Jeyms Grunigning "Mukammallik modeli" [3] mezonlariga tayanib, raqamli PR samaradorligini o'lchovchi uchta dinamik koeffitsiyent hisoblab chiqildi: *Faollik koeffitsiyenti (FK)* – auditoriyaning jalb qilinganlik darajasini, *Auditoriya o'sish sur'ati (O'S)* – mediamakonning kengayish tezligini hamda *Tarqalish koeffitsiyenti (TK)* – xabarlarning virtual muhitdagi virallik (virusli tarqalish) va ijtimoiy safarbarlik quvvatini miqdoriy ifodalashga xizmat qildi.

Maqsadli sotsiologik segmentatsiya: Raqamli kontentning aholi ekologik madaniyati va xulq-atvoriga (konativ darajaga) real ta'sir kuchini baholash uchun ekologiya sohasida faoliyat yuritmaydigan 420 nafar foydalanuvchi o'rtasida Google Forms platformasi orqali anonim so'rovnoma o'tkazildi. Olingan empirik natijalar demografik, gender va situativ iste'mol xarakteristikalari bo'yicha o'zaro korrelyatsiya qilindi.

**Natijalar.** 1.J.Grunig va T.Hunt tomonidan ishlab chiqilgan jamoatchilik bilan aloqalarning to'rtta modeli (Matbuot agentligi, Jamoat axboroti, Ikki tomonlama assimetrik va Ikki tomonlama simmetrik modellar) zamonaviy raqamli platformalar tabiatiga ko'ra yangicha funksional ko'rinish olmoqda [3]. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, davlat ekologik tashkilotlarining ochiqlik ballari (indeksi) ularning virtual makonda tanlagan kommunikativ modeli xarakteriga to'g'ridan to'g'ri proporsionaldir.

Empirik ma'lumotlarga ko'ra, "Ikki tomonlama simmetrik muloqot modeli"ni tizimli joriy etgan Suv xo'jaligi vazirligi (89 ball, yashil zona) hamda "O'zsuvta'minot" AJ (86.4 ball) raqamli mediamakonda maksimal ochiqlik ko'rsatkichiga ega [13]. Bu muassasalar tranzaksion billing tizimlari (cabinet.uzsuv.uz), interaktiv botlar va geomonitoring platformalari orqali auditoriya bilan teng huquqli, dialogik va gorizontal aloqani muvaffaqiyatli qurgan.

Aksincha, O'rmon va yashil hududlarni ko'paytirish agentligi (48.5 ball, qizil zona) hamon eskirgan "Matbuot agentligi (Targ'ibot) modeli" qoliplari doirasida faoliyat yuritmoqda [13]. Agentlikning Telegram va Facebook sahifalarida kontentning tematik tahlili o'tkazilganda anomal nomutanosiblik aniqlandi: materiallarning 44-47,9 foizini quruq, ma'muriy va tashkiliy-byurokratik postlar (majlislar, rasmiy uchrashuvlar hisoboti) tashkil etadi. Bevosita sohaga oid ekologik-funksional (ko'chat ekish texnologiyalari, cho'llanishga qarshi kurash) kontent ulushi atigi 28–30% oralig'ida cheklangan. Eng asosiysi, agentlik o'zining Telegram va Facebook kanallarida foydalanuvchilarning izoh qoldirish (comment) va muhokama yuritish funksiyalarini texnik jihatdan butunlay bloklab qo'ygan. Jurnalistika nazariyasida "kommunikativ izolatsiya" deb ataluvchi ushbu holat ikki tomonlama muloqot muvozanatini butunlay buzadi va ochiqlik indeksining keskin pasayishiga olib keladi.

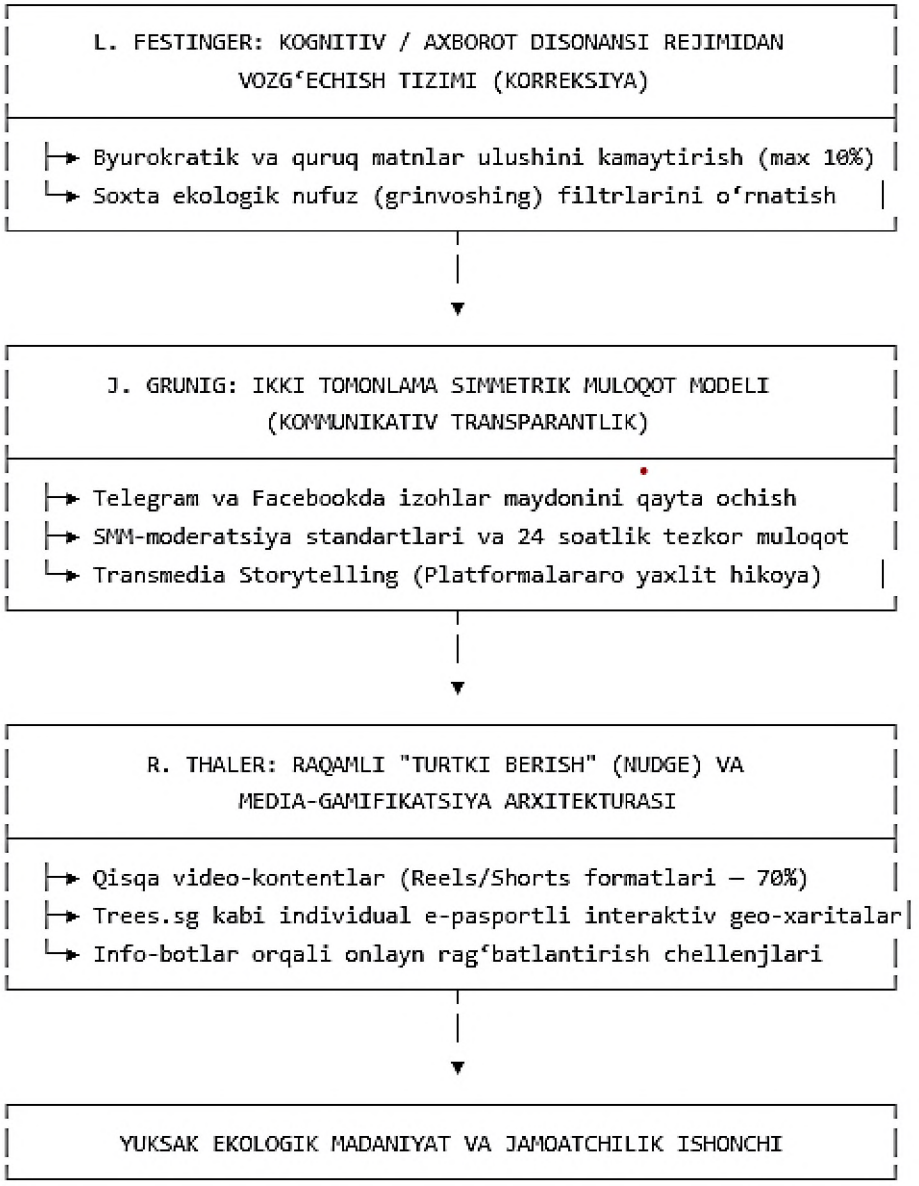
2. Leon Festingerning "Kognitiv disonans" nazariyasi inson ongidagi mavjud kognitsiyalar (bilimlar, qarashlar) va unga tashqi muhitdan kelib tushayotgan yangi ziddiyatli ma'lumotlar o'rtasidagi psixologik nomuvofiqlik va hissiy uzoqlashish holatini tushuntiradi [5]. Davlat ekologik kommunikatsiyalari tizimida ushbu nazariya "axborot disonansi" va "obro' eroziyasi" ko'rinishida namoyon bo'ladi.

O'rmon agentligi misolida tahlil qilinganda, agentlik rasmiy sahifalarida namoyish etilayotgan "virtual surat" (xodimlar cho'llarda o'rmon barpo etayotgani, ulkan yashil hududlar yaratilayotgani) bilan ijtimoiy tarmoq foydalanuvchisi shaxsiy News feed tasmasida o'qiydigan zerikarli, ma'muriy-byurokratik va quruq hisobotlar o'rtasida chuqur interpretativ ziddiyat vujudga keladi. Fuqaro real faoliyat natijalarini mediamakonda vizuallashgan holda ko'rmagani sababli, unda muassasaga nisbatan media-shubha kayfiyati shakllanadi. Sotsiologik so'rovnoma natijalari ham buni empirik isbotladi: respondentlarning jami 36,4 foizi agentlik onlayn materiallariga faqat "qisman" ishonishini, 13,6 foizi esa umuman ishonmasligini qayd etgan. Bu raqamlar subyekt tomonidan taqdim etilayotgan kontentning real ijtimoiy amaliyotlar va shaffof monitoring vositalari (masalan, interaktiv geo-xaritalar) bilan mustahkamlanmaganligi natijasida jamiyatda ishonchsizlik inqirozi yuzaga kelganini ko'rsatadi. Izohlar kanali ochiq bo'lgan yagona platforma – Instagram sentiment-tahlil qilinganda, cheklangan aks aloqa matnlari ichida negativ hissiy fon anomal darajada yuqori, ya'ni 66,7%ni tashkil etishi fosh etildi.

3. Nobel mukofoti laureati Richard Taler va Kass Sunstein tomonidan asoslangan "Turtki berish" nazariyasi aholiga imperativ (buyruq, taqiq, jazo) ohangida bosim o‘tkazmasdan, bilvosita, ijobiy va kreativ raqamli mexanizmlar yordamida ularning xulq-atvorini kerakli tomonga o‘zgartirish (ekologik safarbarlikni shakllantirish) arxitekturasini ilgari suradi [4]. So‘rovnoma davomida "Qaysi turdagi raqamli kontent ekologik madaniyatni oshirishga ko‘proq xizmat qiladi?" degan savolga respondentlarning 53,3 foizi qisqa videoroliklar (Reels, Shorts–1 daqiqagacha bo‘lgan format) deb javob bergan bo‘lsa, 39,5 foizi infografikalar va vizual rangli xaritalarni tanlagan. Uzoq va zerikarli matnlarni o‘qish ulushi esa eng minimal (22,4%) ko‘rsatkichni qayd etdi.

Eng muhimi, O‘rmon agentligi tayyorlagan vizual materiallarni ko‘rgandan so‘ng aholining 55,5 foizida "har doim", 29 foizida esa "ba’zan" daraxt ekish va tabiatni asrash bo‘yicha real hayotda amaliy harakat qilish istagi (konativ reaksiyasi) uyg‘onishi tasdiqlandi. Bu ko‘rsatkich raqamli vizual PR-kontentning jamiyat ongiga kognitiv va affektiv darajada ta’sir ko‘rsatib, ularni ekologik passivlikdan ekologik faollikka o‘tkazuvchi eng kuchli raqamli "turtki" (nudge instrumenti) ekanligini ilmiy jihatdan dalillaydi.

**Muhokama.** Ushbu 3 ta fundamental nazariyaning davlat boshqaruvi va ommaviy kommunikatsiya tizimidagi uzviy bog‘liqligi hamda o‘zaro integratsiya zanjiri quyidagi maxsus tarkibiy sxemada (1-rasmda) aks ettirilgan:




**1-rasm. Raqamli ekokommunikatsiyada zamonaviy PR modellari va psixosotsiologik nazariyalar integratsiyasining tarkibiy-funksional modeli**

Kognitiv/Axborot disonansi: Inson ongidagi ekologik qadriyatlar (masalan, suvni tejash o‘gitlari) bilan unga mediamakondan kelayotgan quruq ma’muriy xabarlar yoki atrof-muhitdagi real inqirozlar o‘rtasidagi ziddiyat; modelda byurokratik relizlarni keskin kamaytirish orqali korreksiyalanadi [5].

Ikki tomonlama simmetrik model. J.Grunig va T.Hunt nazariyasiga ko‘ra, davlat idoralari va aholi o‘rtasida ochiqlik, shaffoflik va o‘zaro manfaatlar muvozanatiga asoslangan gorizontal va dialogik PR-aloqalar tizimi [3].

Transmedia Storytelling. Bitta strategik ekologik g‘oyani (masalan, daraxt parvarishini) tarqoq holda emas, balki har bir platformaning (Telegram, Instagram, YouTube) o‘ziga xos imkoniyatlaridan kelib chiqib bo‘laklangan, lekin yaxlit bir zanjir shaklida taqdim etish uslubi.

Turtki berish (Nudge). Aholiga buyruq yoki jazo choralari bilan bosim o‘tkazmasdan, raqamli media platformalardagi kreativ va interaktiv formatlar yordamida ularning ekologik xulq-atvorini ijobiy tomonga bilvosita yo‘naltirish mexanizmi [4].

Mediagamifikatsiya (o‘yinlashtirish). Raqamli PR instrumentlariga (Telegram-botlar, mobil ilovalar) maxsus ekologik o‘yinlar, testlar va onlayn kalkulyatorlarni kiritish hamda faollarni ekobrendli mahsulotlar bilan virtual/real rag‘batlantirish tizimi.

**Xulosa.** Davlat ekologik muassasalarining raqamli media-makondagi ochiqlik darajasi hamda institutsional jozibadorligi ularning jamoatchilik bilan muloqot o‘rnatishda tanlagan kommunikativ modeli xarakteriga to‘g‘ridan to‘g‘ri proporsionaldir. Raqamli platformalarda qayta aloqa kanallarini (izohlarni) sun’iy ravishda yopib qo‘yish va kontent tarkibida administrativ-byurokratik postlar ulushini anomal darajada oshirib yuborish (O‘rmon agentligi keysidagi kabi 44–46%) aholi ongida chuqur axborot disonansini vujudga keltiradi va sentiment-tahlilda negativ fonning (66,7%) shakllanishiga sabab bo‘ladi.

PR-inqirozlarni bartaraf etish hamda aholini "ekologik passivlik"dan "ekologik faollik"ka o‘tkazish uchun raqamli makon arxitekturasini Grunigning simmetrik dialog modeli va Talerning bilvosita raqamli "turtki" (nudge) instrumentlari asosida qayta qurish lozim. Buning uchun amaliyotga "Kontent-miksing" (70/20/10) modelini, ya’ni, 70% funksional-vizual hikoyachilik (storytelling), 20% interaktiv-simmetrik muloqot va atigi 10% tashkiliy-byurokratik kontent balansini hamda onlayn ochiq geo-pasportlashtirish tizimlarini joriy etish strategik jihatdan majburiydir.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:**

(1). O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 14-oktabrdagi “Sun’iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PQ-358-qarori. Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi (lex.uz).

(2). O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 15-maydagi “2030-yilgacha bo‘lgan davrda aholining ekologik madaniyatini yuksaltirish konsepsiyasini tasdiqlash to‘g‘risida”gi PQ-184-qarori. Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi (lex.uz).

(3). Grunig J., Hunt T. Managing Public Relations. Orlando: Harcourt Brace Jovanovich, 1984, 550 p.

(4). Thaler R., Sunstein C. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. New York, Penguin Books, 2009, 320 p.

(5). Festinger L. A Theory of Cognitive Dissonance. Stanford: Stanford University Press, 1957, 291 p.

(6). Qosimova N. Zamonaviy media makonda kontent tahlili va auditoriya bilan muloqot transformatsiyasi: Monografiya, Toshkent, “Yangi asr avlodi”, 2023, 180-bet.

(7). Xaitova M. Davlat tashkilotlari axborot xizmatlari PR kommunikatsiyalarining ijtimoiy xususiyatlari. Filologiya fanlari falsafa doktori dissertatsiyasi, Toshkent, 2025, 144-bet.”

(8). Muratova N. Media-imij: nazariya, amaliyot, texnologiya. Monografiya, Toshkent, “Mumtoz so‘z”, 2019. 164 bet.

(9). Macnamara J. Evaluating Public Relations: A Guide to Demonstrating Value and Effect. London, Routledge, 2018, 284 p.

(10). Coombs W.T. Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding. 5th ed. Los Angeles: SAGE Publications, 2019, 280 p.

(11). Schulz M., Karimova, N. Environmental Diplomacy in Central Asia. The Case of New Uzbekistan’s Eco-Image. Journal of Environmental Communication, vol. 18, Issue 3, 2024, p. 112–129.

(12). Sabirova S. Digital Eco-Journalism: SMM and Public Control in Central Asian Ecological Discourse. Media and Society Research, vol. 9, 2025, p. 45–58.

(13). O‘zbekiston Respublikasi Korrupsiyaga qarshi kurashish agentligi. davlat organlari va tashkilotlarining ochiqlik indeksi. 2025-yil yakunlari bo‘yicha rasmiy hisoboti. Toshkent, 2026 (anti-corruption.uz).