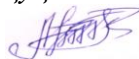


ДОНИШГОҶИ МИЛЛИИ ТОҶИКИСТОН

Бо ҳуқуқи дастнавис



ВБД: 654.197+004.07 (575.3) + (76.32+73:76.12 (2 Тоҷик))

САФАРЗОДА МОҲИРА АМИРАЛӢ

**НАҚШИ ТЕЛЕВИЗИОН ВА СОМОНАҶОИ
ИНТЕРНЕТИ ДАР ТАШАККУЛИ ИМИҶИ
ТОҶИКИСТОН**

АВТОРЕФЕРАТИ

диссертатсия барои дарёфти дараҷаи илмии доктори
илмҳои филологӣ аз рӯи ихтисоси 6.2.22. Рӯзноманигорӣ

ДУШАНБЕ – 2026

Диссертатсия дар кафедраи телевизион ва радиошунавонии факултети журналистикаи Донишгоҳи миллии Тоҷикистон ба анҷом расидааст.

Мушовири илмӣ: **Муродӣ Мурод Бердӣ** – доктори илмҳои филологӣ, профессори кафедраи матбуоти факултети журналистикаи Донишгоҳи миллии Тоҷикистон.

Муқарризони расмӣ: **Раҳимов Абдуҳамит Абдибосирович** – доктори илмҳои филологӣ, профессори кафедраи журналистикаи ватанӣ ва байналмилалӣ факултети филологияи рус, журналистика ва медиатеологияҳои Муассисаи таълимии байнидавлатии маълумоти олии «Донишгоҳи (славянӣ) Россия ва Тоҷикистон»;

Саидмурод Ҳочазод – доктори илмҳои филологӣ, профессори кафедраи умумидонишгоҳии забони тоҷикии Донишгоҳи давлатии омӯзгории Тоҷикистон ба номи Садриддин Айний;

Ҳамидиён Илҳомҷон Иномзода – доктори илмҳои филологӣ, профессори кафедраи забон ва фарҳанги Донишгоҳи байналмилалӣ сайёҳӣ ва соҳибкорӣ Тоҷикистон.

Муассисаи пешбар: **Муассисаи давлатии таълимии «Донишқадаи давлатии фарҳанг ва санъати Тоҷикистон ба номи Мирзо Турсунзода».**

Ҳимояи диссертатсия санаи «30»-юми сентябри соли 2026, соати 13:00 дар ҷаласаи шурои диссертатсионӣ 6Д.ҚОА-123-и назди Донишгоҳи миллии Тоҷикистон (нишонӣ: 734025, Ҷумҳурии Тоҷикистон, шаҳри Душанбе, хиёбони Рӯдакӣ, 17; e-mail: zbsh@list.ru; телефон: (+992) 90 730 70 35) баргузор мегардад.

Бо диссертатсия дар китобхонаи марказии Донишгоҳи миллии Тоҷикистон (734025, шаҳри Душанбе, хиёбони Рӯдакӣ, 17) ва тавассути сомонаи www.tnu.tj шинос шудан мумкин аст.

Автореферат «___» _____ соли 2026 ғиристода шудааст.

Котиби илмӣ
шурои диссертатсионӣ,
номзади илмҳои филологӣ



Зоирӣён Б.Ш.

НОМГЎЙИ ИХТИСОРАҶО ВА (Ё) АЛОМАТҲОИ ШАРТӢ

АМИТ – Агентии миллии иттилоотии Тоҷикистон
АИТР-АТИИ (ИТАР-ТАСС) – Агентии иттилоотии
телеграфии Россия – Агентии телеграфии Иттиҳоди
Шуравӣ (Российское телеграфное агентство –
Телеграфное агентство Советского Союза)
ВАО – Воситаҳои ахбори омма
ИДМ – Иттиҳоди давлатҳои мустақил
МД – Муассисаи давлатӣ
НБО – Неругоҳи барқи обӣ
САҲА – Созмони амният ва ҳамкорӣ дар Аврупо
СММ – Созмони Милали Муттаҳид
СМР – Стратегияи миллии рушд
ТВ – Телевизион
ҚТ – Қумхурии Тоҷикистон

МУҚАДДИМА

Мубрамии мавзуи таҳқиқ. Дар замони муосир нақши воситаҳои ахбори омма, махсусан телевизион ва сомонаҳои интернетӣ, дар инъикоси ғайриқонунии сохторҳои ҳукумат, оммавигардонии ғояи миллӣ, муаррифии давлат ва ташаккули имиджи он тарафдор бештар мегардад. Ба ин манзур, шаклдиди имиджи давлат тавассути шабакаҳои телевизионӣ ва сомонаҳои интернетӣ яке аз ҳадафҳои муҳим махсус ёфта, ҳар давлат мувофиқ ба имконоту вазъият консепсияи мушаххаси имиджсозиро таҳия ва барои амалисозии он тамоми сохторҳои ҳукуматиро ҷалб менамояд.

Имидж ақида, образ, симои зоҳирӣ ё маънавии касе, чизе, воқеае, чое мебошад, ки дар ҷамъият ё шахсе ташаккул ёфтааст ва бо гуфтани ҳамагон ифода ҳолате, амале, симое пеши назар меояд, ки воқеӣ буданаш имконпазир аст, аммо он метавонад ҳаёли ё бофта низ бошад. Масалан, Фирдавсӣ Сиёвушро «фаришта» хондааст, одоби ашрофони замони худро Убайди Зоконӣ дини онҳо гуфтааст, Гитлерро Садриддин Айний «Чингизӣ асри XX» номидааст ва ғайра. Яъне, имидж метавонад мусбат ё манфӣ бошад.

Имиджо маъмулан месозанд ва ташаккул медиҳанд. Дар ин таҳқиқи диссертатсионӣ имиджсозӣ танҳо ба маънои мусбат истифода шудааст.

Ҳарчанд мафҳуми имидж ва имиджсозӣ дар миёнаҳои садаи XX оммавӣ гардид, нишонаҳои ибтидоии онро аз даврони атиқа ҷустан мумкин мебошад. Ба ин мазмун, дар адабиёти шиғоҳӣ ва классикии тоҷикӣ форс низ унсурҳои имиджсозӣ мушоҳида мешавад. Намунаи олии он «Шоҳнома»-и Фирдавсӣ, «Ахлоқул-ашроф»-и Убайди Зоконӣ, «Сиёсатнома»-и Низомулмулк, «Қобуснома»-и Кайковус, «Бадоеъ-ул-вақоеъ»-и Восифӣ мебошад, ки дар онҳо роҳҳои ташаккули шахсияти инсон, тарғиби ғояи шоҳи одил ва давлати соҳибтамаддуну ҷомеаи баробар тавсиф шудаанд.

Бо тавлиди ғояҳои нави замонавӣ, пешрафти илму техника, ташаккули ҷомеаи иттилоотӣ, васеъ гардидани доираи эътибор, авҷ гирифтани мубориза барои пайдо кардани мавқеъ дар олами ғарбпазори иттилоотӣ ва омезиши илмҳои ҷамъиятиву иқтисодӣ дар муҳити илмҳои ҷомеашиносӣ самти тозае бо унвони имичелогия ба вуҷуд омад. Ба ин раванд тақсимоли нави ҷаҳонӣ, ки пас аз ҷаҳонии Иттиҳоди Шӯравӣ ва системаи ҷаҳони сотсиалистӣ оғоз ёфт, сабаб шуд. Давлатҳо акнун бо шеваи нав ба ҳам шинос ва ҳамкор мешаванд, роҳҳои нави ҳамкорӣ меҷӯянд, зеро шакли рақобат тағйир ёфт. Дар ин раванд имич нақши хоссу муайянкунанда мебошад.

Маълум аст, ки «Дар ҷаҳони муосир дар тақсимбандии умумӣ илмҳо ба гуманитариву дақиқ ҷудо мешаванд. Ҳар кадоме аз онҳо ҷабҳаҳои фарохро дар бар гирифта, аз даҳҳо шохаҳо иборат мебошанд» [23, с. 139]. Имиachelогия низ чун яке аз шохаҳои илм дар навбати худ аз ҷанд паҳлу омӯхта мешавад. Шохаи сертаваҷҷӯх ва фарогири имичелогия имичсозии давлат мебошад, ки дар раванди ташаккули он воситаҳои ахбори омма, махсусан телевизион ва сомонаҳои интернетӣ, нақши муҳим доранд. Дар замони мо бештари кишварҳо барои ташаккули имичи мусбати худ аз тамоми имкониятҳои ВАО – чи дар дохил ва чи берун аз он истифода меkunанд.

Яке аз унсурҳои муҳими имичсозии давлат муаррифии арзиш ва дастовардҳои мамлакат дар дохил ва хориҷи кишвар мебошад. Муаррифӣ тавассути воситаҳои ахбори омма сурат мегирад. Маълум аст, ки ҳар гуна воситаи ахбори омма ғайолиятро бо дарназардошти манфиати муассис ба роҳ мемонад. Чи гуна сурат гирифтани ғайолияти ВАО ва нақши он дар ташаккули имичи давлат ба муассис саҳт вобаста аст. Аз ин ру, ҳар давлат барои таъсиси воситаҳои ахбори оммаи худӣ кӯшиш менамояд, то имичи мусбаташро ҳифз кунад.

Ҷумҳурии Тоҷикистон низ чун давлати соҳибистиклол барои ташаккули имичи мусбати худ кӯшишҳои зиёд менамояд. Раванди ташаккули имичи байналмилалӣ Тоҷикистон аз садаи XXI оғоз гардида бошад ҳам, заминаҳои шаклдиҳии он тавассути воситаҳои ахбори омма аз солҳои аввали

сохибистиклолӣ, махсусан баъд аз Иҷлосияи XVI Шурои Олӣ, маншаъ мегирад. Ҳамкорӣ бо ВАО-и беруна, аккредитатсияи журналистони хориҷӣ, даъвати онҳо барои боздид аз минтақаҳои кишвар, қабули санадҳои меъёриву ҳуқуқии соҳаи ВАО, ки журналистонро ба муаррифии Тоҷикистони сохибистиклол водор мекунад, аз омилҳои сиёсӣ иҷтимоӣ мебошанд, ки барои ташаккули имиджи кишвар шароит фароҳам меоварданд.

Бо расидан ба сулҳу ваҳдати миллӣ тадриҷан омилҳои сиёсӣ иҷтимоӣ, иқтисодӣ ҳуқуқӣ ва касбӣ дар самти имиджсозӣ фароҳам омад. Мафҳуми «имиджсозӣ» дар қонун, стратегия, концепсия ва дигар санадҳои меъёрии ҳуқуқӣ ворид карда шуд. Ин санадҳо сохторҳои гуногуни давлатро водор мекунанд, ки дар амалисозии сиёсати имиджий Тоҷикистон бетафовут набошанд, дар амалигардонии он бо воситаҳои ахбори омма пайваста ҳамкорӣ босамарро ба роҳ монанд.

Амали имиджсозӣ, ҳосса ташаккули имиджи давлат, ба як соҳа маҳдуд нашуда, он дар ҳамкорӣ мудовими соҳаҳои гуногун натиҷаи мусбат медиҳад. Телевизиону сомонаҳои интернетӣ дар раванди имиджсозӣ мавқеъ ва имконияти хоса доранд ва омӯзишу пажӯҳиши нақши онҳо дар муаррифии давлату ташаккули имиджи мусбати он аз ҳар ҷиҳат муҳимму аҳамиятнок мебошад.

Дарачаи таҳқиқи мавзӯи илмӣ. Пажӯҳиши мавзӯи мазкур дар илми журналистикаи тоҷик нисбатан нав буда, доир ба масъалаҳои шаклгирии имиджи давлат тавассути воситаҳои ахбори омма, махсусан телевизион ва сомонаҳои интернетӣ, қори диссертатсионӣ анҷом наёфтааст. Танҳо дар бобу фаслҳои алоҳидаи қорҳои диссертатсионӣ ва мақолаву маърузаҳои илмӣ доир ба мавзӯи ишораҳо ба назар мерасанд.

Дар кишварҳои хориҷа, аз ҷумла, Федератсияи Россия, Иёлоти Муттаҳидаи Амрико ва кишварҳои Аврупо, доир ба мавзӯи имидж ва имиджсозӣ ва нақши ВАО дар ин раванд қорҳои зиёди илмӣ анҷом ёфтаанд, ки дар онҳо нақши воситаҳои ахбори омма дар ташаккули имиджи давлат аз паҳлуҳои гуногун таҳқиқ шудаанд. Бо сабаби он ки имиджи давлат дар натиҷаи ба

ҳам омадани омилҳои гуногун шакл мегирад, омӯзишу пажӯҳиши он моро водор мекунад, ки ба таҳқиқи олимони соҳаҳои гуногун рӯ биёрем. Аз ин рӯ, дар кори диссертатсионӣ адабиёти марбут ба мавзӯи таҳқиқро ба гурӯҳҳои зерин ҷудо намудем:

1. Адабиёти умумӣ доир ба имич ва имичелогия. Ба ин гурӯҳ, пеш аз ҳама, осори мутафаккирону адибони классики форсу тоҷик – Абулқосим Фирдавӣ, Низомулмулки Тусӣ, Убайди Зоконӣ, Саъдӣ Шерозӣ, Унсуролмаолии Кайковус, Зайниддин Маҳмуди Восифӣ, Абдурраҳмони Ҷомӣ ва дигаронро метавон ворид намуд, ки дар онҳо андешаҳои илмӣ-фалсафӣ доир ба ҳокимияти идеалӣ, заминаҳои устувори давлатдорӣ, консепсияҳои шоҳи одил ва давлати ормонӣ зикр гардидааст. Музокираҳои ин зумраро афкори бунёдии имичи қабл аз имичелогия доништан мумкин аст.

Аз ҷумла, Фирдавӣ дар «Шоҳнома» аз шоҳони зиёде ёдовар мешавад, ки пешрафт ё таназзули давлатҳояшон ба усули роҳбарии онҳо вобастагӣ дорад. Ё аз рӯзи ба сари тахт омадан то аз ҳокимият рафтани ҳар шоҳро тасвир намуда, зина ба зина ташаққул ёфтани шахсияти ӯро ҳамчун роҳбар ба қалам медиҳад. Фирдавӣ барҷаста гардидани шахсияти роҳбар, обрӯву эътибор пайдо намудани ӯ, рушд кардани давлат ва шуҳратро шудани ҳокимиятро ба омилҳои гуногун вобаста медонад. Аз дostonҳои «Шоҳнома» бармеояд, ки аз ибтидо ҳар давлат барои пайдо намудани обрӯву эътибор ва нуфузу манзалат аз роҳи усулҳои гуногун истифода менамудаанд, ки имрӯз ҳамон усулҳо чун унсурҳои асосии имичсозии давлат дониста мешаванд.

Унсуролмаолии Кайковус дар симои фарзандаш мардумро ба худсозӣ даъват намуда, тавассути панду андарзҳои гуногун таъкид менамояд, ки барои дар ҷомеа мавқеъ пайдо кардан ва соҳибэҳтром гардидан бояд шахсро дар руҳияи ҳислатҳои нақви инсонӣ тарбия намуд. Масъалаҳое, ки дар «Қобусома»-и Кайковус баррасӣ гардидаанд, дар назарияи имичсозии муосир заминаи асосӣ дониста шуда, дар ташаққули имичи инфиродӣ таъсири амиқ мегузоранд.

Асарҳои муҳаққиқон В. Шепел [92; 93; 94], И. К. Черёмушникова [90], И.В. Чернишёва [90], Б. Н. Хатунсев[86] дорои ҷанбаи қавии назарӣ мебошанд. Ин муҳаққиқон дар бораи мафҳуми моҳияти имич, заминаҳои илмӣи бунёдии имич ва имичсозӣ, давраҳои ташаккули имичелогия, ҳамчун як шохҳои мустақили илм, унсур, равия ва паҳлуҳои дигари рушди бренд ва имич музокира намуда, баъзе вижагиҳои имичи давлат ва заминаҳои сохту ташаккули онро муайян кардаанд.

Виктор Шепел имичро маҷмуи муносибатҳо ва таассуроте медонад, ки дар шури ҷомеа нисбат ба шахс, гурӯҳ, ташкилот, умуман, объект ташаккул меёбад. Китобҳои ӯ махсусан «Имиджелогия. Секреты личного обаяния» [92], «Имиджелогия. Как нравиться людям» [93], «Менталитет руководителя» [94] барои дарки назарияи имичелогия, унсурҳо, ҳадафҳо ва технологияи имичсозӣ мусоидат намуданд.

Муҳаққиқон И. М. Синяева [30; 70], О. Н. Жилсова [70], В. М. Маслова [30], А.Ю. Панасюк [49] ва дигарон, асосан, ба масъалаи стратегияҳои имичсозӣ, навъҳои он, имичсоз ва вазифаҳои ӯ таваҷҷуҳ кардаанд. Таваҷҷути паҷуҳишҳои ин муҳаққиқон доир ба вижагиҳои имичсозӣ, объекти имичсоз, концепсияи имичсозиву бренд, масъулияти имичсоз ҳамчун мутахассис ва амсоли ин метавон маълумот пайдо кард.

Дар паҷуҳишҳои муҳаққиқони дигар З. Ш. Сайидзода [64; 65; 66], Э. Боулдинг [116], Э. А. Галумов [11; 12], Д.Н. Замятин [19], Д.П. Гавра [10], А.Н. Чумиков [91] ва дигарон бевосита ба масъалаи омӯзиши имичи давлат таваҷҷуҳ шуда, муаллифон барои муайян кардани равишҳои мушаххаси имич дар раванди имичсозии давлат кӯшидаанд. Ҳар як муаллиф концепсияи имичсозии давлатро ба таври худ шарҳу тавзеҳ намуда, ба ин ё он равиш бартарӣ додааст. Дар ин раванд воситаҳои имичсоз низ баҳогузори гардидаанд. Масалан, муҳаққиқи тоҷик З. Сайидзода нақши воситаҳои ахбори омма дар раванди ташаккули имичи Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳим арзёбӣ намуда, ба он назар аст, ки имичи давлат дар натиҷаи фаъолияти мунтазами ҳокимият ва идораи давлатӣ бо воситаҳои ахбори оммавӣ ташаккул меёбад [66, с. 5-6].

2. Асарҳои Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ – Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон, китобҳо дар бораи муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ва мақоми давлатдорӣ ӯ консепсияи таҳқиқро ташкил медиҳанд. Аз ҷумла, китобҳои «Истиқлолияти Тоҷикистон ва эҳди миллат» [58], «Тоҷикистон: даҳ соли истиқлолият, ваҳдати миллӣ ва бунёдкорӣ» [62], «Тоҷикистон: чаҳор соли истиқлолият ва худшиносӣ» [54] «Тоҷикон дар оинаи таърих»-и [59] муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон барои омӯзиши ҳамаҷонибаи таъриху тамаддуни миллати тоҷик, ташаккули Тоҷикистони соҳибистиклол, раванди сулҳофарӣ, бунёдкорӣ, шакли давлатдорӣ ҳуқуқбунёд ва дар ин замина ташаккули имичи Тоҷикистони соҳибистиклол маълумоти муфид медиҳанд. Китоби «Тоҷикон дар оинаи таърих. Аз Ориён то Сомониён» баробари фаро гирифтани маълумоти муҳтасари таърихӣ дар бораи фарҳангу тамаддуни тоҷикон, ҳамчунин, симоҳои таърихиеро ба хонанда манзур медорад, ки бо қорнамоиҳои шоёни худ дар ҷомеа мавқеи хоса пайдо кардаанд.

3. Таҳқиқи илмӣ монографӣ оид ба имичи давлат. Ба таҳқиқу омӯзиши имичсозии давлат дар замони муосир тавачҷуҳи бештар зоҳир мегардад. Аз ҷумла, муҳаққиқони рус И.К. Черёмушникова [115], К. А. Кузина [104], Х. Дж. Айдоган [98], К. В. Киуру [103], А. Н. Соломатин [113], К.В. Мруг [107] дар қорҳои диссертатсионӣ худ ин масъаларо мавриди омӯзиш қарор дода, тавассути таҳлилу баррасиҳои имичи Федератсияи Россияро дар ВАО-и давлатҳои гуногун ё имичи давлатҳои дигарро дар ВАО-и Россия бо шумули имичи роҳбарони сиёсӣ муайян намудаанд.

Дар фазои илмӣ Тоҷикистон ин мавзӯ нисбатан нав буда, дар бобу фаслҳои алоҳидаи диссертатсияи муҳаққиқони тоҷик Р.Э. Раҳмонова [110], И.И. Баротов [99], О.Н. Зардова [102] ва дигарон ба масъалаи имичи Ҷумҳурии Тоҷикистон то андозае равшанӣ андохта шудааст, ки барои омӯзиши баъзе паҳлуҳои мавзӯ ёрӣ мерасонанд.

Масалан, муҳаққиқи тоҷик И. Баротов ба ташаккули имичи давлатҳо дар замони таҳаввулоти ҷаҳонӣ тавачҷуҳ

намуда, муътақид аст ки: «Барои таъмини рушди устувори чомеа ва давлат, пеш аз ҳама, зарур аст, ки дар фарҳанги маънавии миллат тафаккури динамикӣ вучуд дошта бошад, то тавонмандии дурнамои миллиро дар шароити дигаргуниҳои нави ҷаҳонӣ таҳким бахшад. Тағйирёбии дараҷаи рушди чомеа ва давлат бештар ба сатҳи шуур ва тафаккури миллат вобаста аст» [99, с. 31].

Муҳаққиқ О. Зардова дар як фасли кори диссертатсионии худ ба таърихи ташаккули имиҷи Тоҷикистон рӯ оварда, онро ба оғози асри XXI мансуб медонад. Аз диссертатсияи Р. Раҳмонова дар мавриди мавқеи Тоҷикистон дар созмонҳои байналмилалӣ ва таъсири онҳо ба нуфузи Тоҷикистон маълумот пайдо кардан мумкин аст.

Аз тарафи дигар, китобхое, ки арзиши илмиву таърихӣ доранд ва ба қалами сиёсатмадорону шоҳидони бевоситаи раванди давлатсозии навини тоҷикон мансубанд, дар қор васеъ истифода гардидаанд. Аз ҷумла, китобҳои Т.Н. Назаров [51], А. Достиев [17], О.Э. Раҳмон [51], С. Ятимов [97], И.К. Усмонов [77; 78; 79], З.Ш. Сайидзода [64; 65; 66], А.Ғ. Холиқзода [51], С.С. Фаттоев [51] ва дигарон. Тавассути ин китобҳо бо таърихи бунёди давлати навини тоҷикон, ки дар маркази тамоми воқеаҳо шахсияти муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон меистад, метавонем зина ба зина бо раванди ташаккули шахсияти Пешвои миллат ҳамчун пешвои сиёсӣ ва дар ин раванд бо ташаккули имиҷи Тоҷикистон шинос шавем.

3. Пажӯҳишҳо доир ба нақши ВАО дар ташаккули имиҷи давлат. Асарҳои муҳаққиқони тоҷик И.К. Усмонов [80; 81; 82; 84], А. Саъдуллоев [67; 68; 69], А. Нуралиев [46], Б. Камолиддинов [25], А. Азимов [3; 4; 5; 6; 7], М. Муродӣ [35; 36; 37; 38; 39; 40; 41; 42], М. Имомзода [23; 24], М. Абдуллоев [1; 2], Ҷ. Садуллоев, Ҷ [111], М. Муқим [31; 32; 33], Қ. Мухторӣ [43], Б. Ҳошимзода [23], С. Ҳоҷазод [87], П. Гулмуродзода [67], С. Гулов [14], И. Ҳамидиён [85; 88;], муҳаққиқони хориҷӣ Е.Л. Прохоров [52], С. Г. Корконосенко [27], А.Тертичний [72], В.В. Ворошилов [9], М.Н. Ким [26], В.Л. Свик [89], М. Дефлор [15], С. Болл-Рокеач [15] ва дигаронро ба ин гурӯҳ шомил намудем.

Осори онҳо ба мо имкон дод, ки имичсозиро дар контексти таъйиноти иҷтимоию иртиботӣ ва тарғиботӣ омӯзем. Ҳамчунин, ин китобҳо дар дарку маърифати имконоти вижагҳои телевизион ва интернет, мушаххасоти жанрҳои публитсистӣ ва тарзи корбурди онҳо дар раванди имичсозӣ ба мо кумак расониданд.

Масалан, муҳаққиқ И. Усмонов дар китоби «Журналистика» атрофи махсусияти кори журналист ва вазифаҳои асосии ӯ андешаронӣ намуда, таъкид мекунад, ки дар пасманзари фаъолияти журналистӣ доимо тарғиб меистад. Дар китоби дигар «Жанрҳои публитсистика» атрофи имконоти жанрӣ дар раванди иҷрои вазифаҳои журналистӣ маълумоти мухтасар мавҷуд мебошад.

Ба масъалаи шинохт ва имконоти жанрӣ муҳаққиқ М. Муродӣ низ тавачҷуҳи зиёд зоҳир намуда, дар таҳқиқоти худ ба вазифаҳои асосии воситаҳои ахбори омма, махсусият ва имконоти жанрӣ, шинохти аудитория равшанӣ андохтааст.

Муҳаққиқ М. Муқим дар навиштаҳои худ бештар ба масъалаи муборизаҳои иттилоотӣ, ҷанги сард, мавқеи воситаҳои ахбори омма дар раванди тағйирпазирии ҷаҳон, нақши интернет дар ҷаҳони муосир ва махсусияти журналистикаи ҷандрасонаӣ тавачҷуҳ намуда, дар ин замина ба масъалаи ташаккули симои давлатҳо равшанӣ андохтааст.

Муҳаққиқ И. Ҳамидиён низ ба масъалаҳои PR, журналистикаи соҳавӣ, реклама, тарғибот, бренд-журналистика, имичи Тоҷикистон дар ВАО, имичмейкинг дар фазои иттилоотии Тоҷикистон ва имичи Пешвои миллат тавачҷуҳ намудааст.

Робитаи таҳқиқот бо барномаҳо ва ё мавзӯҳои илмӣ. Мавзӯи кори диссертатсионӣ ба барномаҳои таълимӣ ва илмӣ самтҳои журналистика, сиёсатшиносӣ, имичелогия, сотсиология ва таърих иртиботи амиқ дорад. Таҳқиқ як фасли корҳои илмӣ-таҳқиқии кафедраи телевизион ва радиошунавонии факултети журналистикаи Донишгоҳи миллии Тоҷикистон барои солҳои 2016-2020 ва 2021-2025 маҳсуб меёбад. Инчунин, кори диссертатсионии мазкур аз рӯйи

мазмуну мундариҷаи худ бо мавзӯҳои пешбиниамудани Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 26.09.2020, №503 «Дар бораи самтҳои афзалиятноки таҳқиқоти илмӣ ва илмию техникӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон барои солҳои 2021-2025» ва Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30.06.2021, №263 «Дар бораи стратегияи Ҷумҳурии Тоҷикистон дар соҳаи илм, технология ва инноватсия барои давраи то соли 2030» мувофиқат мекунад.

ТАВСИФИ УМУМИИ ТАҲҚИҚ

Мақсади таҳқиқ ба таври мушаххас муайян намудани нақши воситаҳои ахбори омма, махсусан телевизион ва сомонаҳои интернетӣ, дар ташаккули имичи Ҷумҳурии Тоҷикистон мебошад. Барои ноил гардидан ба ин мақсад ва муайян кардани концепсияи имичсозии давлат, ҳамчунин, воситаҳои амалисозии он тавассути ВАО иҷрои **вазифаҳои зерин** ба миён гузошта шудаанд:

- таҳқиқи заминаҳои таърихӣ, омилҳои иҷтимоӣ, сиёсӣ ва фарҳангии имич ва имичсозӣ;
- баррасии ҷанбаҳои илмиву назарӣ ва усулҳои имичсозӣ дар муҳити илмӣ замони муосир;
- пажӯҳиши нақши воситаҳои ахбори омма, махсусан телевизион ва сомонаҳои интернетӣ, дар татбиқи стратегияи имичсозӣ;
- муайян кардани вижагиҳои асосии имичи давлат ва роҳҳои ташаккули он;
- тавассути баррасиҳои илмӣ муайян намудани асосҳои ҳуқуқии имичсозӣ дар Тоҷикистон ва имконоти амалигардонии унсурҳои имичсозӣ вобаста ба шароити мавҷуда;
- омӯзиши раванди сулҳофарии тоҷикон дар контексти имичи давлат;
- муайян намудани вижагиҳои имичи сиёсии роҳбари давлат ва таъсири он дар ташаккули имичи Тоҷикистон;

- бо таҳлили барномаҳои гуногуни телевизионӣ муайян намудани нақши телевизион дар шаклгирии имичи сулхофарии мухтарам Эмомалӣ Раҳмон;
- мушаххас намудани нақши телевизион ва сомонаҳои интернетӣ дар ташаккули имичи байналмилалӣ Тоҷикистон дар заминаи сиёсати хориҷии кишвар;
- баррасии нақши ташаббусҳои байналмилалӣ Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон дар ташаккули имичи байналмилалӣ давлат ва мавқеи шабакаҳои телевизионии ватанӣ дар ин раванд;
- дарёфт ва асоснок намудани ғояи милли ҳамаҷун василаи имичсоз дар маводди ВАО доир ба НБО-и «Роғун»;
- таҳлили мутаносиби барномаҳои шабакаҳои телевизиони давлатии Тоҷикистон (ТВ «Тоҷикистон», ТВ «Ҷаҳоннамо», ТВ «Варзиш», ТВ Сайёҳӣ ва ҳунарҳои мардумӣ») дар самти инъикос ва тарғиби сиёсати давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон;
- муайян кардани вивағҳои маводди сомонаҳои интернетӣ дар робита ба масъалаи имичсозии Тоҷикистон;
- таҳлили муқоисавӣ барномаҳои телевизионӣ ва маводди сомонаҳои интернетии кишварҳои ИДМ доир ба воқеаҳои Тоҷикистон;
- муайян намудани нақши жанрҳои хабарӣ дар инъикоси воқеаҳои имичсоз;
- нишон додани имконот ва усулҳои қорбурди жанрҳои таҳлилий ва публитсистия бадеӣ дар инъикос ва баррасии равандҳои имичсозии давлат;
- тариқи баррасиҳои муқоисавӣ муайян намудани вивағҳои умумӣ ва хосаи маводди сомонаҳои иттилоотӣ доир ба имичи давлат.

Объекти таҳқиқ. Барномаҳои шабакаҳои телевизиони Тоҷикистон, шабакаҳои телевизионии Иттиҳоди Давлатҳои Мустақил, сомонаҳои интернетии шабакаҳои телевизионӣ, сомонаҳои расмӣ агентҳои иттилоотӣ ва маводди саҳифаҳои расмӣ интернетӣ дар бораи Тоҷикистон объекти таҳқиқро

ташкил медиҳанд. Ба сифати сарчашмаҳои асосии амалии таҳқиқ маводди шабакаҳои телевизионии давлатӣ, аз ҷумла, ТВ «Тоҷикистон», ТВ «Қаҳоннамо», ТВ «Варзиш», ТВ «Сайёҳӣ ва хунароҳои мардумӣ» ва хориҷӣ – «Мир», «Россия 24», сомонаҳои расмӣ шабакаи телевизионҳои мазкур ва сомонаҳои АМИТ «Ховар», «Азия-Плюс» истифода шудаанд. Ҳамчунин, аз маводди сомонаҳои иҷтимоии YouTube, фејсбук, Instagram ва Telegram низ истифода гардидааст.

Мавзуи (предмети) таҳқиқ – нақши телевизион ва сомонаҳои интернет дар раванди имиҷсозии давлат ва ташаккули имиҷи дохиливу берунаи Ҷумҳурии Тоҷикистон.

Асосҳои назарии таҳқиқро, пеш аз ҳама, осори мутафаккирони давраҳои гуногун аз қабилҳои Арасту, Фирдавсӣ, Низомулмулк, Восифӣ, Кайковус ва дигарон ташкил намуда, барои шарҳу тавзеҳи назарияи имиҷи қабл аз имиҷелогия кумак намудаанд.

Таҳқиқоти назарии олимони тоҷик И. К. Усмонов [80; 81; 82; 83; 84;], А. Саъдуллоев [67; 68; 69], А. Нуралиев [46], Б. Камолиддинов [25], М. С. Имомзода [23; 24], А. Х. Азимов [3; 4; 5; 6; 7], М. Б. Муродӣ [37; 38; 40; 41; 42], М. А. Муқимов [31; 32; 33], М. А. Абдуллозода [1; 2], Ҷ. М. Садуллоев [111], Н. Н. Солеҳов [2], Ш. Б. Муллоев [2; 34], З. Муъминҷонов [44; 45], Б. Ҳошимзода [23], Р. М. Бобочониён [84; 100], Қ. Мухторӣ [43], Н. Ш. Бозорзода [101], Т. Ҳасанова [114], С. Ҳоҷазод [87], А. А. Раҳимов [2], олимони рус Е.Л. Прохоров [52], С. Г. Корконосенко [27], А.Тертичний [72], В.В. Ворошилов [9], М.Н. Ким [26], В.Л. Свик [89], Б.А. Грушин [13], В.В. Тулупов [73], Я.Н. Засурский [48], В. Шепел [92; 93; 94], И. К. Черёмушникова [90; 115], Б.Н. Хатунсев [86], И.М. Синяева [30], В. М. Маслова [30], М.Ю. Матвеев [105], Э.А. Галумов [11; 12], Д.Н. Замятин [18; 19], Д.П. Гавра [10], А.Н. Чумиков [91], О.М. Тюкаркина [74; 75], Е. Джанджугазова [16] ва дигарон дар вусъати муносибати рӯзноманигорӣ дар паҷуҳиши масъала барои мо ҳамчун донишҳои назарӣ хидмат карданд.

Навгонии илмӣ таҳқиқ. Дар диссертатсия бори аввал нақши ВАО, бахусус, телевизион ва сомонаҳои интернетӣ дар

ташаққули имичи давлати Тоҷикистон, таҳқиқ шудааст. Дар иртибот ба ин:

- ҷанбаҳои таърихӣ, назарияи имич ва имичсозӣ дар контексти пажӯҳишҳои илмӣ муайян карда шуд;
- доир ба раванди ташаққули асосҳои сиёсӣ-ҳуқуқии имич ва имичсозӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон маълумоти тоза пешниҳод гардида, нақши ин омилҳо дар ташаққули вижагиҳои имичи давлат ва фазои имичсозӣ дар кишвар баррасӣ гардид;
- нақши ВАО, бахусус, телевизион ва сомонаҳои интернетӣ, ҳамчунин, оҷонсиҳои иттилоотӣ дар инъикоси сулҳи тоҷикон ва ташаббусҳои байналмилалӣ Тоҷикистон ҳамчун омили созанда ва ташаққулдиҳандаи имичи давлат нишон дода шуд;
- роҳи усулҳои инъикос ва баррасии сиёсати давлатии Тоҷикистон дар барномаҳои телевизионӣ ва нақши сомонаҳои интернетӣ дар муаррифии Тоҷикистон дар сатҳи байналмилалӣ муайян карда шуд;
- тариқи таҳлилу баррасиҳо дараҷаи инъикоси воқеиятҳои Тоҷикистон дар ВАО-и кишварҳои ИДМ таносубан муқоиса гардид;
- вижагиҳои жанрии маводди шабакаҳои телевизионӣ, сомонаҳои интернетӣ ва оҷонсиҳои иттилоотӣ доир ба воқеиятҳои имичсоз ва тарғиби ғояҳои ташаққулдиҳандаи имичи давлат таҳлил карда шуд.

Нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда:

1. Омӯзиш нишон дод, ки имичсозӣ ва бунёди бренди давлат дар замони муосир яке аз масъалаҳои стратегияи тамоми давлатҳо маҳсуб ёфта, маҳз тавассути ташаққули имичи мусбати худ давлатҳои алоҳида метавонанд дар сатҳи ҷаҳонӣ нуфузу эътибор пайдо кунанд.

2. Аз баррасиҳои илмӣ бармеояд, ки воситаҳои ахбори омма, махсусан шабакаҳои телевизионӣ, сомонаҳои интернетӣ ва оҷонсиҳои иттилоотӣ дар ташаққули имичи давлат нақши бориздоранд. Маҳз тавассути воситаҳои ахбори омма раванди

иттилоърасонӣ, оммавигардонии дастовардҳо неру пайдо мекунад.

3. Таҳлили муқоисавӣ нишон медиҳад, ки ҳарчанд қонунмандии имич ва имичсозӣ мутаносибан умдаанд, аммо дар раванди имичсозии давлат консепсияи мушаххасе, ки барои ҳамаи давлатҳо мувофиқ бошад, мавҷуд нест. Ҳар кишвар вобаста ба мавқеи геополитикӣ, имконоти шароит ва вазъият аз равишҳои гуногун истифода менамояд. Яъне, имичсозӣ бештар хусусияти амалӣ доштааст.

4. Ташаккули имичи Тоҷикистони соҳибистиклол дар ибтидо ба таври ғайримаксаднок зӯхур ёфта бошад ҳам, заминаҳои ҳуқуқӣ ва нишонаҳои бунёди концептуалии имичсозӣ аз Иҷлосияи XVI Шурои Олӣ маншаъ мегирад. Ин санаи таърихӣ раванди расидан ба сулҳу ваҳдати миллиро суръат бахшида, барои ташаккули имичи байналмилалӣ Тоҷикистон марҳилаи навро оғоз бахшид.

5. Дар ташаккули имичи Тоҷикистон Президенти кишвар муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон нақши меҳварӣ дорад. Корномаи бунёдкорона ва созандаи Роҳбари давлат таваҷҷуҳи ВАО-ро ба воқеиятҳои имичсоз бештар гардонид, ки ин боиси фузун гардидани эътиқоди боварии ҷомеаи ҷаҳонӣ ба миллату давлати тоҷик гардид.

6. Инъикоси раванди бунёди НБО-и «Роғун» дар воситаҳои ахбори оммаи дохилу хориҷи кишвар ҳамчун рамзи ваҳдату яқдилӣ ва тавоноии Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон дар ташаккули имичи тоҷикон ҳамчун миллати созанда, бунёдкор, муттаҳид мусоидат намудааст.

7. Нақши шабакаҳои телевизионӣ дар муаррифии сиёсати созандагии ҳукумати кишвар муҳим арзёбӣ мешавад. Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон ба рушди соҳаи телевизион эътибори ҷиддӣ медиҳад. Зиёд гардидани шумораи шабакаҳои телевизионӣ фазои иттилоотиро пурра гардонид, барои аз паҳлуҳои гуногун муаррифӣ намудани дастовардҳои кишвар мусоидат менамояд.

8. Барномаву намоишҳои телевизионӣ, матолиби сомонаҳои интернетӣ ва оҷонсиҳои иттилоотӣ аз нигоҳи жанрӣ

ва аносири хунари гуногун буда, истифодаи моҳиронаи қолабҳои жанри раванди имичсозиро қолиб ва муассир гардонидааст. Дар инъикоси ғояҳои имичсоз ва тарғибу ташвиқи онҳо бештар аз имконоти жанрҳои таҳлилии ва публицистии бадеи истифода шудааст.

Аҳамияти назарӣ ва амалии таҳқиқ дар он зоҳир мегардад, ки ҳулосаҳои умумӣ ва натиҷаву пешниҳодоти диссертатсия метавонад дар тақмили концепсияи имичсозии давлат ва таҳияву коркарди концепсияи имичи Тоҷикистон, ки ҳамчун давлати соҳибистиклол, дорои вижагиҳои идоракунии имконоти геополитикии ҳосса аст, мусоидат намояд. Маводди таҳқиқ барои васеъ намудани ҷаҳонбинии илмии журналистону кормандони бахшҳои робита бо ҷомеа, тақомули донишҳои журналистиву сиёсӣ, дарки дурусти маффиатҳои миллии, вижагиҳои имичсозӣ, умумият ва тафовути имич ва PR дар замони муосир таъсир мерасонад. Он барои ҷорӣ намудани самти нав дар журналистика, яъне нақши воситаҳои ахбори омма дар раванди имичсозӣ мусоидат менамояд, зеро дар ин раванд воситаҳои ахбори омма нақши намоёнро иҷро мекунад.

Маводди диссертатсияро метавон ҳангоми таълифи китобҳои дарсӣ, васоити таълимӣ, коркарди машғулиятҳои амалии соҳаҳои имичсозӣ, ВАО ва ташаккули имичи давлат истифода кард. Натиҷаҳои бадастовардаи муаллифи диссертатсия, хусусан, дар рушди низоми воситаҳои ахбори омма, бештар шудани сифати барномаҳои телевизионӣ, истифодаи босамари имконоти интернетӣ ҳангоми таҳияи мавод барои сомонаҳои ВАО ва саҳифаҳои расмии сомонаҳои иҷтимоӣ дар самти имичсозии кишвар мусоидат намуда метавонад.

Мутобиқати диссертатсия бо шиносномаи ихтисоси илмӣ. Диссертатсия дар мавзӯи «Нақши телевизион ва сомонаҳои интернетӣ дар ташаккули имичи Тоҷикистон» ба шиносномаи ихтисоси илмии 6.2.22. Рӯзноманигорӣ мувофиқат менамояд. Дар доираи муқаррароти бандҳои 7, 9 ва 11-и «Соҳаҳои таҳқиқот»-и шиносномаи ихтисоси илмии 6.2.22.

Рӯзноманигорӣ масъалаҳои зерин мавриди омӯзиш қарор гирифтаанд:

- нақши воситаҳои ахбори омма дар ташаккули имичи давлат;
- махсусияти фаъолияти телевизион ва интернет дар контексти имичсозии давлат;
- заминаҳои ҳуқуқии имичсозӣ ва вазифаҳои телевизион дар амалигардонии сиёсати имичии Тоҷикистон;
- саҳми телевизион дар раванди сулҳофарии Тоҷикистон ва иникоси чараёни ваҳдатофарӣ дар кишвар;
- барномаҳои телевизионӣ ва маводҳои интернетӣ дар мавзуи ташаббусҳои байналмилалӣ Тоҷикистон доир ба об ва таъсири онҳо дар ташаккули имичи Тоҷикистон ҳамчун давлати ташаббускор;
- инъикоси равади сохтмони НБО «Роғун» ва бунёди имичи чадиди Тоҷикистон ҳамчун давлати созанда;
- аҳамияти маҳорати касбӣ ва иқтидори эҷодии кормандони телевизион дар ташаккул ва таҳкими имичи Тоҷикистон.

Саҳми шахсии довталаби дараҷаи илмӣ дар таҳқиқ.

Саҳми муаллиф дар омӯзиши назарии мавзӯ, баррасии нақши телевизион ва сомонаҳои интернетӣ дар ташаккули имичи Тоҷикистон, омода намудани маърузаҳо доир ба мавзӯ ва суҳанронӣ дар ҳамоишҳои илмӣ сатҳи байналхалқӣ, ҷумҳуриявӣ ва донишгоҳӣ, таълифи монография, мақолаҳои илмӣ, илмиву оммавӣ зоҳир мешавад. Андешаҳои назарӣ, ҳамчунин, хулосаҳои илмӣ дар диссертатсия натиҷаи таҳқиқоти мустақилонаи муҳаққиқ мебошанд. Тавсияҳои муҳаққиқ оид ба истифодаи амалии натиҷаҳои таҳқиқ дар асоси хулосаҳои илмӣ диссертатсия ва омӯзиши муаллиф пешниҳод шудаанд.

Тасвир ва амалисозии натиҷаҳои диссертатсия.

Масъалаҳои назарии гуногуни мабут ба имич ва имичсозӣ дар конференсияҳои илмӣ-амалии байналхалқӣ, ҷумҳуриявӣ ва донишгоҳӣ (солҳои 2020-2025) баррасӣ шудаанд. Аз ҷумла, нуктаҳои меҳварии таҳқиқ аз ҷониби диссертант дар конференсияҳои байналхалқии илмию амалии «Медиалингвистика ва услубшиносӣ: проблема ва дурнамо»

(Душанбе, 23-юми октябри соли 2020), «Мактаби сиёсии Пешвои миллат» бахшида ба 30-солагии Истиқлолияти давлатии Тоҷикистон (Данғара, 5-уми октябри соли 2021), «Мактаби сиёсии Пешвои миллат» бахшида ба 25-солагии Ваҳдати миллӣ (Бохтар, 24-уми июни соли 2022), «Тамоюли рушди фаъолияти ВЭА-и муосир» (Тошканд, 22-юми ноябри соли 2023, онлайн), «Нақши ВАО дар шароити ҷаҳонишавӣ ва бархурди фарҳангу тамаддунҳо» (Бохтар, 11-уми апрели соли 2025), конференсияҳои ҷумҳуриявӣ «Нақши публитсистика дар шароити ҷаҳонишавӣ» (Душанбе, 22-юми сентябри соли 2020), «Масъалаҳои рушди публитсистика ва методикаи таълими журналистикаи муосир» (Кӯлоб, 19-уми декабри соли 2020), «Журналистикаи минтақавӣ дар шароити рушди технологияҳои иттилоотӣ ва коммуникатсионӣ» (Хучанд, 9-уми марти соли 2021), «Масъалаҳои илм ва таҳсилоти журналистӣ дар шароити ташаккули рӯзноманигорӣ чандрасонаӣ» (Душанбе, 20-уми октябри соли 2021), «Пешвои миллат ва рушди Тоҷикистони соҳибистиклол» (Хучанд 16-уми ноябри соли 2021), «Таҳсилоти журналистӣ дар Тоҷикистон: вазъият, мушкилот ва пешомад» (Душанбе, 18-уми марти соли 2022), «Журналистикаи минтақавӣ муосир: талаботу тамоюли нав, таҷрибаи рушд» бахшида ба 110-солагии матбуоти тоҷик (Хучанд, 10-уми марти соли 2022), «Публитсистика ва баъзе масъалаҳои он дар даврони Истиқлолият» (Душанбе, 30-юми сентябри соли 2022), «Медиакоммуникатсияи маҷозӣ ва реклама: технологияҳои нав ва методологияи таҳқиқ» бахшида ба 35-солагии Истиқлолияти давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон ва «Рӯзи матбуоти тоҷик» (Хучанд, 10-уми апрели соли 2023), «Рӯзи ҷавонони Тоҷикистон» ва «Бистсолаи омӯзиш ва рушди фанҳои табиатшиносӣ, дақиқ ва риёзӣ дар соҳаи илму маориф» (2020-2040) (Душанбе, 18-уми майи соли 2023), «Нақши ВАО дар таъмини амнияти иттилоотии Ҷумҳурии Тоҷикистон» (Кӯлоб, 10-уми ноябри соли 2023), «Услубшиносӣ ва медиалингвистика: проблема ва дурнамо» (Душанбе, 7-уми майи соли 2024), «Васоити электронӣ ахбор дар шароити вусъатёбии муборизаҳои иттилоотӣ ва ҳимояи манфиатҳои

миллӣ» (Душанбе, 2-юми октябри соли 2024), «Масъалаҳои назарӣ ва амалии публитсистикаи тоҷик дар замони муосир» (Душанбе, 2025), «Нақши Президент дар бунёди сохтмонҳои азим ва ташаббусҳои байналмилалӣ Тоҷикистон» (Душанбе, 14-уми ноябри соли 2025) ва конференсияҳои анъавии апрелӣ ба шакли гузориш матраҳ шудаанд.

Диссертатсия дар ҷаласаи васеи кафедраи телевизион ва радиошунавонии факултети журналистикаи Донишгоҳи миллии Тоҷикистон (суратмаҷлиси №4 аз 25-уми ноябри соли 2025) муҳокима ва ба ҳимоя пешниҳод шудааст.

Интишорот аз рӯи мавзӯи диссертатсия. Муҳтавои асосии диссертатсия дар 29 мақолаи илмӣ, аз ҷумла, 16 мақола дар маҷаллаҳо, ки аз ҷониби КОА-и назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон пазируфта шудаанд ва 1 монография инъикос ёфтааст.

Сохтор ва ҳаҷми диссертатсия. Диссертатсия аз номгӯи ихтисораҳо ва (ё) аломатҳои шартӣ, муқаддима, панҷ боб, сздаҳ фасл, хулоса, тавсияҳои оид ба истифодаи амалии таҳқиқ ва рӯйхати адабиёт (маъхазҳо) иборат аст. Ҳаҷми умумии диссертатсия 358 саҳифаи чопи компютериरो фаро мегирад.

ҚИСМҲОИ АСОСИИ ТАҲҚИҚ (ФИШУРДА)

Дар муқаддимаи диссертатсия аҳамияти таҳқиқи мавзӯ, дараҷаи омӯзиши он, ҳадаф ва вазифаҳои таҳқиқ, сарчашмаҳои пажӯиш, навгониҳо, арзиши назарӣ амалӣ ва муҳимтарин нуктаҳо, ки барои дифоъ пешниҳод шудаанд, мушаххас гардида, натиҷаҳои таҳқиқ асоснок шудаанд.

Боби якуми диссертатсия «Заминаҳои таърихӣ ва назариявии шинохти имич ва имичсозӣ» унвон дошта, аз ду фасл таркиб ёфтааст ва дар он омилҳои пайдоиши шаклҳои гуногуни имич ва имичсозӣ, ташаккули маърифат ва донишҳои назариявӣ доир ба имич, имичсозии муосир, иртиботи он бо илмҳои гуногун, махсусан, журналистика таҳқиқ шудааст.

Дар фасли аввали боби якум – «Омилҳои таърихӣ зухур ва ташаккули назарияи имич ва имичсозӣ» нишонаҳои аввалини имич дар осори шиғоҳӣ ва адабиёти хаттӣ бо баррасиҳои илмӣ муайян карда шудааст.

Ҳамон гуна ки нишонаҳои аввалини журналистикаро ба амалҳои ҷорчиёну қаландарон, ровиёну воизон мансуб медонанд, унсурҳои имич низ дар мифу асотир ва эҷодиёти шиғоҳӣ халқ ба вучуд омадааст. Хислату рафтори инсонҳо – хоксорику фуроғатӣ, наққорику саҳоватпешагӣ, шоҳи одил, ҳукумати раёятпарвар аз зумраи бардоштҳои мифологияе мебошанд, ки аввал дар эҷодиёти даҳонакии халқ тасвир гардида, сипас, ба адабиёти бадеӣ роҳ ёфтаанд. Аз ҷумла, муборизаҳои қадимонаи шоҳ Ҷамшед, Сиёвуш, Рустам, Кова ва дигарон мавзӯи асосӣ ҳамаҷо мебошанд, ки дар ғула қарнҳо аз даҳон ба даҳон гузашта, симояшон муқаммалу ҷаззобтар гардидааст. Бархе аз онҳо шахсони воқеӣ таърихӣ бошанд ҳам, дар мифу устураҳо ба идеали ровиёну шунавандагон табдил ёфтаанд, ки имрӯз ҷун симоҳои барҷастаи муарриғари ниёғони халқи тоҷик шинохта мешаванд. Аввалин орзуи ормони мардуми ориёитабор дар бораи шоҳи одилу раёятпарвар дар «Авасто» ва «Худойнома» зикр гардида, сипас дар «Шоҳнома»-и Фирдавсӣ дар симоҳои ғуноғун ғурра шудаанд.

Омили дигари таърихӣ зухури имич таҷассуми нақши сарвар дар нуғузи давлат ва осудагии миллат аст, ки дар осори мутафаккируни адибони тоҷик Абуалӣ Сино, Насируддини Тусӣ, Абдуллоҳмони Ҷомӣ, Низомӣ Ғанҷавӣ, Низомулмулк, Абунасири Форобӣ, Имом Ғазолӣ ва дигарон инъикос шудааст. Ин зумра дар таъба ба устураҳои мардумӣ образи ҳоқимон ва кишварҳои ормоние офаридаанд, ки барои ташаккули шахсияти шоҳони минбаъда як низомномаеро мемонад.

Нишонаҳои аввалини имич дар эҷодиёти даҳонакии халқ ва асарҳои адабиёу ахлоқӣ пайдо шуда бошад ҳам, дар ибтидои садаи XX бо ташкили давлатҳои нав, ҷунхуриҳои алоҳида, васеъ гардидани доманаи илмҳои иҷтимоӣ ба ҷанбаҳои назариявии имич ва имичсозӣ таваҷҷуҳи ҳосса зоҳир гардид.

Пажухишгоҳҳо ва ниҳодҳои гуногуни иҷтимоӣ ба омӯзиши ин масъала машғул шуда, доир ба шинохти моҳият, нақш ва василаҳои имичсозӣ кӯшишҳои илмӣ ба анҷом расонидаанд. Аз ҷумла, муҳаққиқи рус И. К. Черёмушникова чараёни ташаккули имич ва имичсозиро дар замони шуравӣ ба се марҳилаи асосӣ ҷудо кардааст: «то солҳои 1920-юм – давраи пешазимичсозӣ; солҳои 1920-1930 – ташаккули мафҳуми «имич» ҳамчун категорияи сотсиология ва психология; солҳои 1970-1990 – бо таъсири олами Ғарб ба роҳ мондани омӯзиши имичология ҳамчун як фанни мустақил, ҷудо намудааст» [90, с. 47]. Дар асоси таҳайюл ва маълумоти бардурӯғ имич сохтан номумкин аст.

Дар муҳити илмии Тоҷикистон истилоҳи имич дар 10 соли охир, аслан дар қорҳои илмии муҳаққиқони соҳаҳои ҳуқуқ, сиёсат, журналистика, иқтисод истифода шудааст. Мутаносибан имич ва имичшиносӣ бештар дар соҳаи сиёсатшиносӣ маъмул будааст.

Доир ба истилоҳи «имич» андешаҳои муҳаққиқон гуногун аст. Ба ин мазмун, агар дар луғоти раваншиносӣ он ҳамчун «симои стереотипии объекти мушаххасе, ки дар шуури омма вучуд дорад» [21] тавзеҳ ёфта бошад, дар сотсиологияи идорақунӣ ва имичология ба мазмуни «симои инфиродие, ки тавассути васоити ахбори омма, гурӯҳи иҷтимоӣ ё кӯшишҳои шахсӣ барои ҷалби таваҷҷуҳ офарида шудааст» [16], маънидод гардидааст. Дар илми ҳуқуқ «имич» ҳамчун «шакли умумӣ, аз ҷиҳати эмотсионалӣ инъикос намудани воқеияти ҳуқуқӣ дар шуури ҷамъиятӣ ва шахсӣ дар шакли маҷмуи ақидаҳо дар бораи қонунҳо ва усулҳои таъсири иҷтимоӣ ва ҳуқуқӣ» [108, с. 15] шарҳ ёфта, мутахассисони технологияи коммуникативӣ онро «идеяи нисбатан устувори ягон объект» [20, с. 286] номидаанд. Дар таърифи маркетингологӣ машҳур Ф. Котлер имич «дарки ҷомеа дар бораи ширкат ё маҳсулоти он» маънидод шудааст.

Ба андешаи мо, имич образе мебошад, ки дар асоси воқеият, ҳадафҳои хосса, стратегияи муайян барои аудитория

мушаххас тархрезӣ мегардад. Бидуни ин омилҳо ҳеҷ гуна имич шакл гирифта наметавонад.

Паҳлуи дигари масъалаи ин фасл технологияи имичсозӣ ва вазифаҳои имичмейкер аст. Имиҷсозӣ маҷмуи донишҳои назариву амалӣ ва қобилияти корбурди техникаву технологияест, ки барои ба шакл даровардани имичи объект (шахс, ашё, ширкат, маҳсулот) равона мешавад. Он як шоҳаи имичелогия буда, бештар хусусияти амалӣ дорад.

Имиҷсоз, пеш аз ҳама, шахсест, ки роҳу усулҳои технологияи мухобироти (имиҷсозӣ)-ро хуб медонад. Ё чомеаро амиқ ва ҳаматарафа омӯхта дуруст дарк мекунад, аз усулҳои таъсиррасонӣ ба мафкураи мардум, қонунмандии қабули иттилоот бархӯрдор аст ва роҳҳои бо омма дар иртибот буданро медонад. Тавре муҳаққиқ Я. Панасюк таъкид намудааст: «Нақши имичмейкер, аслан, сирф расмист, ӯ ҳақ надорад, ки аз объекти худ пеш гузарад. Вақте чунин мешавад, он одатан оқибатҳои манфӣ ба бор меорад. Масалан, вақте ки духтари президенти Россия Б. Елтсин Татьяна Дяченко ба нақшҳои фаёлтар шуруъ кард, дар муҳити Россия муносибати манфӣ пайдо шуд» [49, с. 7].

Дар диссертатсияи ин масъала дар заминаи адабиёти илмиву назариявӣ ва мисолҳои мушаххаси амалӣ ба таври муфассал мавриди баррасӣ қарор гирифта, натиҷа ва самараҳои имичсозӣ муайян карда шудааст.

Фасли дуюми боби якум «Усулҳои имичсозӣ дар контексти таъйиноти иҷтимоӣ, иттилоотӣ ва тарғиботии ВАО» унвон дорад. Дар ин фасл нақши воситаҳои ахбори омма дар ташаккули имичи давлат дар заминаи иҷрои вазифаҳои хабаррасонӣ, тарғиботӣ ва иҷтимоӣ таҳқиқ гардидааст.

Нақши ВАО дар ташаккули чомеа, бунёд, ҳифз ва устувории пояи давлат муҳим мебошад. Вазифаи асосии ВАО паҳши иттилоъ аст, аммо дар умум расонаҳо вазифаҳои дигар: назорату ҳамоҳангсозӣ, фароғатбахшӣ ва нигоҳ доштани арзишҳои фарҳангиро низ иҷро мекунанд. Дар мавриди вазифаҳои воситаҳои ахбори омма муҳаққиқони соҳаҳои гуногун андешаҳои муҳталиф пешниҳод кардаанд. Баъзе

муҳаккикон бар он назаранд, ки «Вазифаҳои асосии воситаҳои ахбори омма иборатанд аз иттилоърасонӣ, ташаккули назари умумӣ, назорат бар фаъолияти мақомоти ҳокимият ва таъмин намудани муҳокимаву гуфтугӯҳои иҷтимоӣ» [27, с. 45].

Дар ВАО-и муосир ҳамаи ин вазифаҳо ба мушоҳида мерасад, аммо дар самти имичсозӣ се таъйиноти асосии ВАО: иттилоотӣ, иҷтимоӣ ва тарғиботӣ бештар таъсиргузор аст.

Дар иҷрои вазифаи иттилоотӣ категорияҳои муҳим сареъият ва фаврият аст. Зарур аст, ки аудитория иттилоъро зуд дастрас намояд, бардошти минбаъдаи ӯ ба иттилои аввалин саҳт вобаста аст.

Талаботи дигар дар пахши иттилооти имичсоз посух ба танқид ва низоъҳо мебошад. Ҳадаф кам кардани таъсири манфии иттилоъ, тарғиби шаффофият, итминон бахшидан ба аудитория ва идоракунии бухрони руҳдода аст.

Ҳар гуна маводди рӯзноманигорӣ ғояи хос дорад ва ба мақсади муайян таҳия мешавад. Барои боварии аудиторияро ба даст овардан ВАО аз усулҳои гуногуни таъсиррасон истифода мебарад. Яке аз чунин усул тарғиб аст, ки низ дар ташаккули фазои имичсоз нақши муҳим дорад. Имрӯзҳо муҳаккикони соҳаҳои гуногун ВАО-ро воситаи муҳимми таъсиррасон ба афкори омма медонанд: «ВАО яке аз нерӯҳои ғайбӣ, қавӣ ва боварибахшест, ки шуури ҷомеаро ташаккул медиҳад, на танҳо афкори ҷамъиятӣ, балки равандҳои сиёсиро низ идора мекунад. Мардум андешаҳои худро дар бораи кишвар маҳз аз нашрияҳои, ки ба мавзӯҳои ҳассос дахл мекунад ва назари худро дар бораи рӯйдодҳои рӯзмарра пешниҳод менамоянд, ташаккул медиҳанд» [99, с. 20].

Бо рушди техника ва технологияи замонавӣ қудрати таъсиррасонии ВАО бештар гардида, давлату ҳукумат барои ба шакл даровардани афкори омма доир ба сиёсати давр, сарҷамъии шаҳрвандон ва ваҳдату ягонагӣ, ҳамчунин, муаррифии давлат дар сатҳи байналмилалӣ аз минбари ВАО, бахусус, телевизион ва интернет васеъ истифода мебаранд.

Яке аз зинаҳои муҳимми шаклдиҳии имич муаррифии образи мусбати давлат ба ҷаҳониён аст, ки тавассути

шабакаҳои телевизионии пайваст ба моҳвора ва интернет сурат мегирад.

Чун имиҷи давлат қолабиву шахшуда нест, ҳар давлат бо ВАО ҳамкорӣ намуда, ба ин васила имиҷи худро ба шакл медарорад.

Боби дуюми диссертатсия бо номи «Ташаккули асосҳои сиёсӣ-ҳуқуқии имиҷ ва имиҷсозӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» аз ду фасл таркиб ёфтааст.

Дар **фасли якуми** ин боб – **«Имиҷи давлат ва вижагиҳои асосии он»** асосҳои назариявии имиҷи давлат мавриди баррасӣ қарор гирифтааст.

Дар асри XXI ташаккули имиҷи давлат ба яке аз вазифаҳои муҳимми стратегӣ, махсусан, стратегияи хориҷии кишварҳо табдил ёфтааст, зеро имиҷ муҳимтарин воситаи устувор намудани мавқеи давлат дар сахнаи байналхалқӣ маҳсуб меёбад.

Мафҳуми «имиҷи давлат»-ро бори аввал иқтисоддон Э. Боулдинг истифода намудааст. Баъдан муҳаққиқони соҳаҳои гуногун би ин истилоҳ таваҷҷуҳ намуда, баъзе «мифҳои мавҷуда дар бораи давлат», бархе «стереотипҳои дар шуури аудитория ҷойдошта» маънидод намудаанд. Ҳарчанд муносибати муҳаққиқон ба мафҳуми «имиҷи давлат» аз рӯйи пеша сурат гирифтааст, аммо аксарият онро натиҷаи тарғибот донистаанд.

Ба ин мазмун, моделҳои имиҷсозии давлат гуногунанд, ки маъмултарини онҳо геополитикӣ, брендингӣ, имиҷӣ, маркетингӣ, концепсияи арзишӣ-шаҳрвандӣ ва ғайра мебошад.

Дар модели геополитикӣ мавқеи ҷуғрофӣ, сарҳади муайян, сарватҳои табиӣ, ҳислати давлат, маконҳои табиӣ ғайриодӣ, рамзу нишони баёнгари соҳибистиклолӣ ва амсоли ин шомил мешавад. Муҳаққиқи рус Д. Н. Замятин дар така ба равиши геополитикӣ образи давлатро «ғояҳои мақсаднок ва возеҳ дар бораи фазои ҷуғрофӣ, аз ҷумла рамзҳо, аломатҳо, тасвирҳо ва хусусиятҳои муайяни ҳудудҳо, кишварҳо, минтақаҳо, аз нуктаи назари сиёсӣ нишон додани онҳо» [18, с. 157] медонад.

Дар таҳияи модели брендингӣ сарватҳои моддии давлат, аз қабилҳои соҳаи сайёҳӣ, фарҳанг, таърих, чуғрофия ва бренди иқтисодӣ ё ягон минтақаи муайян ҳамчун маҳак истифода мешаванд. Дар натиҷаи муаррифии ин ҷиҳатҳо, ки унсурҳои асосии худмуаррифии кишвар ба ҳисоб мераванд, ҷалби сайёҳон, сармоягузори шарикони стратегӣ зиёд ва иқтисодиёти давлат ғани мегардад. Ба андешаи муҳаққиқ О.М. Тюкаркина бренди миллии воситаи муҳим барои шакли имиджи давлат аст: «Брендинги миллии танҳо ҷараён (тренд)-и муосир нест, ки аз тарафи кишварҳо барои беҳтар шудани имиджи худ корбаст гардида, ҳадафаш ба ҷониби мусбат тағйир додани андеша ва ё ребрендинг бошад. Асоси назариявии брендинги миллиро таҳқиқ дар самти коркарди бренди маркетингӣ ташкил медиҳад, ки арзиши бренди давлатро баҳогузори намуда, дар ин замина, ба имиджи кишвар таъсири мусбат мерасонад ва ҷиҳати бартарии рақобатпазир имконияти фароҳам меорад» [74, с. 112].

Тарҳи имиджи моҳияти сиёсӣ дорад. Тавассути он сиёсати дохилӣ ва хориҷии кишвар шакл дода мешавад. Ба ин мазмун, дипломатияи сиёсӣ, пешвои сиёсӣ, симоҳои машхуру барҷастаро низ ба омилҳои муаррифии симои мусбати давлат дар сатҳи байналмилалӣ метавон шомил намуд.

Дар баробари ин, омилҳои асоситарин дар ин тарҳ мавқеи пешвоӣ сиёсӣ аст, зеро ҷеҳраҳои сиёсӣ, махсусан, пешвоӣ сиёсӣ дар муаррифии имиджи сиёсии давлат саҳми бориз доранд. Собит шудааст, ки нуфузу мавқеи давлат аз эътибори сарвари он вобастагии зиёд дорад: «Имиджи пешвои сиёсӣ дар ҷомеа ё нақши қонуниятӣ қудрат дар ташаккули имидж ва шаъну шарафи роҳбари сиёсӣ кафолати имиджи сиёсии давлат буда, ҳангоми қабули қарорҳои ҳаётан муҳим ба дигар соҳаҳои сиёсати он таъсир мерасонад» [99, с. 67].

Умуман, ташаккули имиджи давлат фаъолияти бонизом буда, фосилаи муайян ва вақти тулониро фаро мегирад. Муҳаққиқи тоҷик З. Сайидзода дар ин маврид навиштааст: «Тавре ки маълум аст, симои давлат дар натиҷаи фаъолиятҳои мунтазам ва банақшагирифташуда, ки саъю кӯшишҳои

мақомоти давлатӣ ва маъмурияти давлатӣ, ВАО, ҷомеаи илмӣ, иттиҳодияҳои ҷамъиятӣ, доираҳои сиёсӣ ва тичоратӣ равона ва муттаҳид мекунанд, ташаққул меёбад» [66, с. 5-6].

Барои шаклирии имичи давлат консепсияи муайян ва ягона вучуд надорад, он муносибати инфиродиро тақозо менамояд, зеро ҳар давлат барои нуфузи худ вобаста ба имконот ва қудрат роҳҳои мухталифро интихоб мекунад. Ҳамчунин, имичи давлат ба як соҳа маҳдуд нашуда, он пайвастагии ҳамкориҳои тамоми соҳаҳои ҳаётан муҳимро фаро мегирад.

Дар фасли дуюми боби дуюм, ки «Асосҳои ҳуқуқии имич ва имичсозӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон» ном дорад, заминаҳои ҳуқуқии имичсозӣ, қонун ва санадҳои меъёриву ҳуқуқӣ доир ба сиёсати имичии Тоҷикистон таҳқиқу баррасӣ шудаанд.

Заминаҳои ҳуқуқии аввалини имичсозӣ дар Тоҷикистон нуктаҳои муҳимму тақдирсоз доир ба бунёди давлати навини тоҷикон аст, ки дар Иҷлосияи XVI Шурои Олӣ аз ҷониби мухтарам Эмомалӣ Раҳмон садо додааст. Ҳамзамон қабули қонунҳои ҚТ «Дар бораи тасдиқи Низомномаи Парчами давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон» ва «Дар бораи тасдиқи Низомномаи Нишони давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон»-ро метавон қадами устувор дар ин самт донист. «Мурочиатнома ба халқи шарифи Тоҷикистон»-ро, ки 19-уми ноябри соли 1992, аз ҷониби Раиси нави Шурои Олии Тоҷикистон мухтарам Эмомалӣ Раҳмон ироа гардид, низ чун заминаи ҳуқуқии имичсозӣ метавон арзёбӣ намуд.

Заминаи дигари ҳуқуқӣ Конститутутсияи Тоҷикистони сохибистиқлол аст. Ҷумҳурии Тоҷикистон ҳамчун давлати ҳуқуқбунёд, демократӣ ва дунявӣ ҳуқуқу озодиҳои инсон ва шаҳрвандро арзиши олии дониста, санадҳои меъёрӣ-ҳуқуқиро ба стандартҳои байналмилалӣ мутобиқ гардонида, қисми таркибии низоми ҳуқуқии кишвар эътироф намуд, ки ин мавқеи кишварро миёни давлатҳои демократӣ боло бурд.

Баъди ба танзим даровардани низоми ҳуқуқии кишвар ва имзои Созишномаи Истиқрори сулҳ ва ризоияти миллӣ, талоши

ҳукумат барои бартараф сохтани пасомадҳои ҷанги шаҳрвандӣ раवона гардида, стратегияҳо оид ба рушди Тоҷикистон қабул гардиданд. Аз ҷумла, соли 2007 Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2015 (СМР-2015) таҳия ва тасдиқ гардид. Расидан ба ҳадафҳои стратегӣ дар муҳлати муайяншуда эътимоду боварии шаҳрвандони кишварро ба ҳукумати кунунӣ, ба давлат зиёд намуд ва барои шаклгирии имиджи дохилӣ қорҳои амалӣ анҷом дода мешуд.

Бо муътадил гардидани вазъи дохилии кишвар Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон барои ташаккули имиджи байналмилалӣ як зумра санадҳоеро қабул намуд, ки муҳимтарини онҳо Консепсияи сиёсати хориҷии Ҷумҳурии Тоҷикистон мебошад. Ин ва чанд ҳуҷҷати дигар, аз қабилӣ Стратегияи миллии рушди Тоҷикистон, Консепсияи сиёсати хориҷии Ҷумҳурии Тоҷикистон, Консепсияи сиёсати иттилоотии Ҷумҳурии Тоҷикистон, Консепсияи сиёсати давлатии ҷалб ва ғимояи сармоягузори Ҷумҳурии Тоҷикистон ва қонунҳои танзимкунандаи фаъолияти ВАО, аз ҷумла, Қонуни ҚТ «Дар бораи матбуоти даврӣ ва дигар воситаҳои ахбори омма», «Дар бораи телевизион ва радиошунавонӣ» дар таъмини заминаҳои ҳуқуқи ташаккули имиджи давлат мусоидат намуданд.

Дар тамоми ин санадҳо мавқеи ВАО дар ташаккул ва тақмили имиджи давлат зикр гардидааст, зеро дар ташаккули фазои имиджсоз паҳши иттилоот унсури муҳим ва омили таҳриқдиҳандаи нуфузи давлат маҳсуб меёбад.

Боби сеюми қори диссертатсионӣ – «Сулҳи тоҷикон ва ташаббусҳои байналмилалӣ Тоҷикистон дар контексти имиджи давлат» шомили се фасл аст.

Дар фасли аввали боби сеюм – «Фарҳанги сулҳофарии Эмомалӣ Раҳмон ва имиджи ваҳдатофарии Ҷумҳурии Тоҷикистон» таҷрибаи сулҳофарӣ ва мактаби давлатдорӣ Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон таҳқиқ шудааст.

Таҷрибаи сулҳи тоҷикон намунаи барҷастаи сулҳофарӣ барои ҷаҳонӣён аст. Таҷрибаи ин мактаб, дар асарҳои Пешвои миллат, аз ҷумла дар китоби ҷаҳорчилдаи «Истиқлолияти

Тоҷикистон ва эҳёи миллат» (2001) ва иштирокчиёни воқеаҳои сиёсии солҳои аввали истиқлолияти кишвар А. Достиев [17], И. Усмонов [77; 78; 79; 83], Н. С. Нурӣ [47] ва дигарон инъикос ёфтааст.

Ҳамчунин, раванди ҷанги шаҳрвандӣ дар ВАО-и дохилу хориҷи кишвар пайвасти инъикос гардидааст. Журналистон бо инъикоси пайвасти вазъияти ноором ва талошҳои Ҳукумати кишвар таваҷҷуҳи ҷомеаи ҷаҳониро ба масъалаи сулҳ ҷалб намуда, муҳтарам Эмомалӣ Раҳмонро чун сарвари сулҳроҳу раиятпарвар муаррифӣ кардаанд.

Кӯшишҳои сулҳофаринии муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон аз рӯзҳои аввали Раиси Шурои Олии Ҷумҳурии Тоҷикистон интиҳоб гардидагаш бо чунин суханҳо ибтидо гирифтааст: «Ман қасам ёд мекунам, ки тамоми донишу таҷрибаамро барои дар ҳар хона ва ҳар оила барқарор шудани сулҳ равона карда, барои гулгулшукуфои Ватани азизам садоқатмандона меҳнат мекунам. Барои ноил шудан ба ин нияти муқаддас агар лозим шавад, ҷон нисор мекунам, чунки ман ба ояндаи неки Ватанам ва ҳаёти хушбахтонаи халқи азияткашидаам бовар дорам» [79, с. 7].

Муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон дар тамоми вазъият мавқеаш сулҳҷӯй будо ҳафт. Ҷунончи, дар муроҷиати ӯ ба гурезагон, ки тавассути телевизион ва радио (1.06.1993) садо додааст, чунин суханони умедбахшу самимӣ ба гӯш мерасад: «Ба Ватан баргардед. Аммо мо ба шумо кӯҳи тилло ваъда намекунем. Ҳамин қадар мегӯем, ки як бурида ноне, ки дорем, якҷоя меҳӯрем, як қатра обе, ки дорем, якҷоя менӯшем. Паҳлуи ҳамдигар истода, Ватани вайроншудаамонро обод мекунем, иқтисоди ҳаробгаштаамонро барқарор менамоем» [55, с. 81].

Сарвари давлат барои ҳар ҷи зудтар расидан ба сулҳу субот ва таъмини оромӣ дар кишвар ҷораҳои ҳамаҷониба ҷуста, роҳи кӯтоҳтарини расидан ба ободиро дар ҷалби созмонҳои байналмилалӣ дидааст. Ҷунонҷӣ, соли 1993 дувоздаҳ созмони байналмилалӣ, аз қабилӣ СММ, САҲА, Ҳазинаи байналмилалӣ асфдор, Бонки ҷаҳонӣ ва Бонки Аврупоӣ таҷдид ва рушд, соли 1994 ҳашт созмони байналмилалӣ, соли 1995 ду

созмон ва соли 1996 ду низ созмон намояндагии худро дар Ҷумҳурии Тоҷикистон таъсис доданд.

Бо ҳамкорӣ бо созмонҳои бонуфузи байналмиллалӣ ва суҳанронӣ дар Ассамблеяи 48-уми СММ (29-уми сентябри соли 1993) муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон тавонист тавачҷуҳи ҷаҳониёнро ба масъалаи сулҳи тоҷикон ҷалб намояд.

Бо кӯшишҳои Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон, намояндагони СММ ва ҳайати нозирони он дар маҷмӯъ 10 даври гуфтушунид, 3 машварат ва 6 мулоқот дар сатҳи олии миёни Президенти кишвар, муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ва Роҳбари ИНОТ Абдуллои Нурӣ анҷом шуд. Гуфтугӯҳо дар Москва, Кобул, Техрон, Ашқобод, Алмаато, Бишкек ва шаҳрҳои дигар сурат гирифта, дар баробари ВАО-и дохилӣ дар ВАО-и хориҷӣ, аз қабili бахши тоҷикӣ, форсӣ ва дари радиои «Озодӣ», радиои «Би Би Си», барномаҳои «Время», «Новости», бахши форсии радиои «Голос России», бахши форсии радиои Фаронса (RFI), ИТАР-ТАСС пайваста инъикос гардидаанд. Муҳаққиқ И. Усмонов бо назардошти ҳама хизматҳои содиқонаи Пешвои миллат қайд менамояд:

«Бузургтарин хизмати таърихии Эмомалӣ Раҳмон ба ҳайси роҳбари Тоҷикистон муайян ва амалӣ кардани роҳи сулҳи халқи тоҷик, наҷоти миллат аз гирдоби ғочабори ҷанг, ба ҳам овардани онҳое ки аз ҳам дур мешуданд, нигоҳ доштани киштии шикастаи ҳукумат аз ғарқу нобудшавӣ аст» [83, с. 4].

Дар инъикоси фарҳанги сулҳофарии муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ВАО нақши бориз гузоштааст. Дар баробари паҳши пайвастаи суҳбату суҳанронҳои ӯ тариқи телевизиону радиоҳои ватанӣ андеша ва талошҳои сулҳҷӯёнааш доир ба сулҳу ваҳдат дар матбуоти даври дохиливу хориҷӣ рӯи ҷоп омадаанд. Аз ҷумла, «Ҳадафи сиёсати мо манфиати мардум аст» (Садои мардум – 1993. – 1 июл), «Тоҷикистон дар остонаи фардо» (Сегодня. – 1997. – 24-уми июл), «Умедҳо ва ташвишҳои Тоҷикистон» (Сегодня. – 1998. – 8 апрел), «Мо бо ҳукми тақдир бояд якҷоя зиндагӣ кунем» (Российская Федерация. – 1998. – №10), «Дирӯз, имрӯз ва фардои Тоҷикистон» (Техрон таймз. – 1998. – декабр), мусоҳибаҳои

«Майдон ҷойи гуфтушунид нест» (Красная звезда. – 1994. – январ), «Ба фикрам рӯзҳои саҳт пушти сар шуданд» (Российская газета. – 1996. – 18 январ), «Ояндаи халқи мо сулҳу озоиш ва созгории миллист» («Синхуа», «Женмин жибао», «Тзинтзи жибао», «Гуанмин жибао», «Фачжи жибао». – 1998. – июл), «Ба сокинони сайёра сулҳ ва бехбудӣ меҳоям» (Собеседник. – 1999. – 3 феврал) ва ғайра, ки дар диссертатсия нисбатан муфассал баррасӣ шудааст.

Кӯшишҳои сулҳофарӣ ва таҷрибаи сулҳи тоҷикон дар ВАО-и солҳои 1992-2000 аз мавзӯҳои асосӣ махсуб меёбад. Бахусус, шабакаҳои телевизионӣ ва радио доир ба сулҳи деринтизор, таҷрибаи бемисли тоҷикон гузоришҳо пахш намуда, дар маркази ҳама саҳнаҳои сулҳу ваҳдатфарӣ симои абармарди тоҷик муҳтарам Эмомалӣ Раҳмонро ҷой додааст. Чунончӣ, барномаҳои радиои «Ҳоки Ватан», «Афкор» ва телевизионии «Во, ғарибӣ», «Минбар», «Муколама», «Изтироб», «Меҳмонони Тоҷикистон», «Самараи Ваҳдат», «Меваҳои ҳамбастагӣ», «Ваҳдат», «Марзи муқаддас», «Ваҳдат – наҷоти миллат», барномаи овозадори «Тоҷикони дунё» ва ғайра. Дар ин ва дигар барномаҳо симои тоҷикон чун миллати муттаҳид, кавиирода, сулҳпарвар шакл гирифтааст.

Ҳасли дуҷуми боби сеюм «Ташаббусҳои байналмилалӣ Тоҷикистон доир ба об» ном дорад. Бо шарофати ташаббусҳои Роҳбари давлат ҷаҳониён Тоҷикистонро чун муҳофизи об шинохтаву муҳтарам Эмомалӣ Раҳмонро, ба қавли муовини Дабири Кулли даври СММ Ша Тсу Кан (20.09.2010): «чемпиони ҷаҳон дар ҳалли масоили глобалии вобаста ба об» медонанд.

Аксарияти муҳаққиқон ташаббусҳои ҷониби Тоҷикистонро дар масоили глобалии об воситаи муаррифии давлат ва ташаккули имичи Тоҷикистону роҳбари сиёсии он арзёбӣ намуда, менависанд: «Ҷумҳурии захираҳои бойи оби тозаӣ худро ҳамчун унсурҳои асосии барномаи сиёсати берунӣ худ ғаёлона истифода мебарад. Таваҷҷуҳи махсус ба ташаббусҳои марбут ба идоракунии устувори об дода мешавад,

ки ин ба таҳкими мақоми кишвар ҳамчун пешвои минтақавӣ дар ҳалли масъалаҳои экологӣ мусоидат мекунад...» [7, с. 14].

Ташаббусҳои ҷаҳонии ҷониби Тоҷикистон доир ба об баъди Созишномаи истиқрори сулҳ оғоз шудааст. Нахустин маротиба Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон мухтарам Эмомалӣ Раҳмон 1-уми октябри соли 1999 дар Иҷлосияи 54-уми Маҷмаи Умумии СММ дар бораи эълон намудани Соли 2003 – Соли байналмилалӣ «Оби тоза» пешниҳод ироа намуд.

20-уми сентябри соли 2000 дар Иҷлосияи 55-уми Маҷмаи умумии СММ соли 2003 «Соли байналмилалӣ оби тоза» эълон шуд.

Дар партави «Соли байналмилалӣ оби тоза» дар Тоҷикистон ҷорабиниҳои гуногуни сатҳи баланд баргузор шуданд. Аз ҷумла, Конфронси байналмилалӣ доир ба ҳамкорӣҳои минтақавӣ дар ҳавзаи дарёҳои байнисарҳад (аз 30 май то 1 июни соли 2005), Конфронси байналмилалӣ доир ба коҳиш додани офатҳои табиӣ марбут ба об (26-27 июни соли 2008), Конфронси байналмилалӣ сатҳи баланд оид ба баррасии фарогири миёнамуҳлати рафти татбиқи Даҳсолаи байналмилалӣ «Об барои ҳаёт», солҳои 2005-2015 (8-10 июни соли 2010).

Ин ва дигар ҷорабиниҳои сатҳи баланд дар телевизиони «Тоҷикистон», махсусан, дар барномаҳои «Ахбор», «Дидгоҳ», «Паҳно», «Амал», «Иқтисод ва истиқлол», «Ману дарё», «Ҳамсол», «Мизон», ҳамчунин, барномаҳои муаллифии гурӯҳи эҷодии «Симо» бо унвони «Нигоҳи Комил», «Номуси Ватандорӣ», «Роғун» (Комилҷон Холов), «Тоҷикистон-хонаи ман» (Сайфулло Салимов, коргардон Латофати Пирмуҳаммад) аз идораи «Телефилм» – «Об-муъҷизаи ҳаёт» (Мавҷудаи Саид), «Тараннуми диёр (Обшор)» (Ш. Мустафокулов, коргардон Н. Раҳмон) мавриди баррасиҳои публитсистӣ қарор додаанд.

Чунончи, дар силсилабарномаҳои «Нигоҳи Комил» ва «Роғун» зимни инъикоси масъалаҳои об, мавқеи Тоҷикистон дар арсаи ҷаҳон ва эҳтирому эътирофи мухтарам Эмомалӣ Раҳмон дар арсаи байналмилалӣ ба таври воқеӣ таҷассум шудааст

Ҳамчунин, доир ба воқеаву рӯйдодҳои марбут ба об як силсила лавҳаҳои телевизионӣ аз манзараҳои дилфиреби диёр – Ромиту Варзоб, Сари Хосору Даштиҷум, Рашту Дарвоз ва Суғд тавассути шабакаҳои телевизионии кишвар манзури бинандагон гардид. Дар ин радиф филми мустанади идораи афкори умуми ТВ «Тоҷикистон» – «Обе, ки равон бахшад» фарқ мекунад. Масъалаи асосии ин филмро экология ва ҳифзи он ташкил медиҳад.

Пешниҳоди дуҷуми муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон Даҳсолаи байналмилалии амал «Об барои ҳаёт» (солҳои 2005-2015) аст, ки нахустин маротиба дар соли 2003-юм дар Форуми сеҷуми ҷаҳонӣ доир ба захираҳои об дар шаҳри Киотои Ҷопон садо дод ва аз тарафи давлатҳои зиёд ҷонибдорӣ шуд. Дар доираи ташаббуси мазкур низ ҷорабиниҳои зиёди сатҳи байналмилалӣ гузаронида шуда, инъикоси он дар ВАО ба таври боз ҳам васеътар сурат гирифтааст. Дар ин раванд бо забонҳои хориҷӣ барномаҳо таҳия шудаанд. Аз ҷумла, барномаи «Проблемаи об ва зарурати ҳамкории» (Комрон Сафар) бо забони англисӣ таҳия гардида, соли 2013 дар ҳаҷми 28 дақиқаю 30 сония тариқи эфири ТВ «Тоҷикистон» паҳш гардидааст.

Ташаббуси дигари Пешвои миллат эълон кардани соли 2013 – «Соли байналмилалии ҳамкорӣ дар соҳаи об» аст. Ҳарчанд тавачҷуҳи ВАО ба ин ташаббусҳо кам набудаст, аммо ташаббуси ҷоруми Президенти Тоҷикистон диққати расонаҳои ватаниву хориҷиро бештар ҷалб намудааст. Танҳо дар телевизиони СММ вобаста ба «Даҳсолаи байналмилалии амал «Об барои рушди устувор, 2018-2028» бо муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ду маротиба мусоҳиба паҳш гардидааст. Дар ҳарду мусоҳиба рӯзноманигорон ба сиёсати хориҷии Тоҷикистон назари нек намуда, ташаббусҳои ҷониби кишварро лоиқи таҳсин донистаанд.

Дар тамоми мусоҳибаву мақола ва барномаҳои телевизионӣ Тоҷикистон ҳамчун ташаббускори масоили глобалии об муаррифӣ гардида, симои Пешвои миллат чун роҳбари сиёсии ташаббускор намоён мешавад. Муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон зимни мусоҳибаву баромадҳо аз имконоти

Тоҷикистон ва табиати бихиштосои он ёдовар шуда, меҳмононро барои тамошо даъват менамояд.

Аз таҳлили маводди ВАО бармеояд, ки ин ташаббусҳо дар боло бурдани нуфузи Тоҷикистони соҳибистиклол ва ташаккули имичи он нақши муҳим гузоштаву мегузоранд. Маҳз ҳамин омилҳо сабаб шудаанд, ки имрӯз дар ВАО-и сатҳи ҷаҳонӣ Тоҷикистон чун давлати ташаббускор муаррифӣ мегардад.

Дар **фасли сеюми боби сеюм**, ки «**НБО-и «Роғун» ва инъикоси он ҳамчун нишони ваҳдату ормони миллӣ дар ВАО»** унвон дорад, инъикоси раванди бунёди НБО-и «Роғун» ҳамчун иншооти бузурги аср, рамзи ваҳдату якдилӣ ва тавоноии Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон дар ВАО-и дохиливу хориҷӣ баррасӣ гардидааст.

Сохтмони НБО-и «Роғун» соли 1976 оғоз ёфта, бо барҳам хурдани ИҶШС ва нооромиҳои Тоҷикистон сохтмони он қатъ гардид. Дар солҳои ҷанги шаҳрвандӣ қисме аз қорҳои иҷрошуда вайрон гардиданд.

Баъд аз Истиқлол ва сулҳи устувор сохтмони иншооти мазкур дубора эҳё гардид. 26 сентябри соли 2005 сохтмони он аз нав оғоз шуд. Раванди бунёди сохтмони НБО-и «Роғун» дар замони соҳибистиклолии кишвар пурра ба иқдом, кӯшиш ва талошҳои Пешвои миллат муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон алоқаманд аст.

Мурочиати Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба халқи тоҷик дар мавриди саҳмгузорӣ дар сохтмони тақдирсоз аз ҷониби мардум дастгирӣ ёфт ва аҳли ҷомеа бо харидорӣ саҳмияҳо ба ҷараёни бардавоми қорҳо саҳми муносиб гузоштанд. Чунончи, муҳаққиқ М. Муродӣ қайд кардааст: «Аҳли қалами ҷумҳурӣ ин даъвати пурҳикмати Президенти кишварро бо камоли майл пазируфтанд. Аз ҷумла, рӯзноманигорон ба бунёди чунин иншоотҳо таваҷҷуҳи махсус зоҳир намуда, онро ба ҷузъи таркибии мундариҷаи ВАО табдил доданд» [36, с. 31].

Телевизиони «Тоҷикистон» ба мақсади ҷалби доираи васеи шаҳрвандон ба хариди саҳмияҳо аввал барномаи

мустақим ва баъдан силсилаи барномаҳо таҳия ва пахш намуда, ба ин васила аз як тараф, дар фаҳмонидани зарурат ва аҳаммияти харидани саҳмияҳо, аз ҷониби дигар, дар ҳарчи бештар ба фуруш рафтани саҳмияҳо нақш бозидааст. Аз ҷумла, барномаи таҳлилии «Бо номи ватан»-и Шавкат Муҳаммадиев, ки аз раванди харидани саҳмияҳо дар вилояти Хатлон иттилоъ медиҳад, ҷолиб аст.

Ш. Муҳаммадиев дар солҳои 2010-2011 дар чанд барнома сохтмони НБО-и «Роғун»-ро ба мавзуи рӯзмарра табдил дода, корзори онро василаи муҳими муаррифии тоҷикон чун миллати иттиҳоду иттифоқ ва созанда арзёбӣ намудааст.

Раванди сохтмони НБО-и «Роғун» тавассути ВАО пайвасти инъикос гардида, Тоҷикистон ҳамчун кишвари дорои захираҳои бузурги гидроэнергетикӣ муаррифӣ шудааст. Ин ҷо метавон ба гунаи мисол барномаҳои корманди хадамоти матбуоти НБО-и «Роғун» Мираҳмади Амиршоҳӣ «Роғун», «Об оташ мешавад», «Роғун шарафу сари баланди тоҷик», «Роҳи нур», «Набзи Роғун», «Наврӯзи Роғун», «Роғун чароғи дилҳо», «Қуллаи мурод», «Манбаи нур», «Бузургмайдони миллатзо», «Дар диёри орзу», «Ба истикболи нур», «Бо хишти ҷони худ месозамат Роғун», «Пешбанд», ки тули солҳои 2010-2024 таҳия ва пахш гардидаанд, зикр кард.

Дар аксари барномаву филмҳо муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ҳамчун бунёдкори ин сохтмон муаррифӣ мегардад. Бо дастони худ бардоштани масолеҳи сохтмонӣ, кафшергарӣ ва хусусан, бевосита савори булдозер шудану дар якуним соат бастанӣ роҳи дарёи Вахш ба барномаҳо ҳусну шаҳомати хосса бахшида, руҳияи тарғиботиашонро қавӣ гардонидаст. Ин усул имкон додааст, ки симои Эмомали Раҳмон ба ҷаҳониён чун роҳбари меҳнатқарин намоён гардад, ки дар боло бурдани нуфузи кишвар таъсири мусбат гузорад. Амалҳои ҷавонмардонаи Пешвои миллат, муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ва шукӯҳу шаҳомати НБО-и «Роғун» на танҳо дар ТВ «Тоҷикистон», балки дар расонаҳои хориҷӣ низ зиёд инъикос гардидааст. Чунончи, маводди «Свет для всех! Роғунская ГЭС – стройка

века»-и ТВ «Мир», ки дар диссертатсия муфассал баррасӣ намудем.

Боби чоруми диссертатсия «Раванди ташаккули имичи Ҷумҳурии Тоҷикистон дар телевизион ва сомонаҳои интернетӣ» унвон дорад ва он аз се фасл иборат аст.

Дар фасли якуми ин боб «Инъикос ва баррасии сиёсати давлатии Тоҷикистон дар барномаҳои телевизион» фаъолияти шабакаҳои телевизионии ТВ «Тоҷикистон», ТВ «Ҷаҳоннамо», МД ТВ «Варзиш» ва ТВ «Сайёҳӣ ва хунароҳои мардумӣ» дар самти ташаккули имичи дохилии Тоҷикистон таҳлилу баррасӣ шудааст.

Телевизиони «Тоҷикистон» ҳарчанд тарғиби сиёсати ҳукуматро ба дӯш дорад, аммо дар шаклдиҳии имичи сиёсӣ низ бештар эътибор медиҳад. Бартариии ин шабакаи телевизионӣ дар он аст, ки кормандони эҷодии он дар баррасии ин ё он масъала аз нуруи мутахассисону коршиносон истифода намуда, муҳтавои барнома ва филмҳоро бодалел ва таъсиргузор мегардонанд. ТВ «Тоҷикистон» дар таҳияи барномаҳои таҳлилий-сиёсӣ таҷрибаи ғанӣ дорад. Барномаҳои «Меҳвари иттилоот» (Комрон Сафаров), «Соҳибватан» (Давлат Сафаров), «Рукни чорум» (Садриддин Шамсиддинов, Комрон Сафаров ва Комилҷон Холов), «Президенти мардумӣ» (Сайрам Бақоева), «Дидгоҳ» (Абдуғаффор Камолов) аз зумраи барномаҳои таҳлиливу сиёсӣ мебошанд, ки солҳои 2008-2015 тавассути ин шабакаи телевизионӣ паҳш гардида, дар онҳо дастовардҳои кишвар, корномаи Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон чун Асосгузори Сулҳу Ваҳдати миллий таҷассум гардидааст.

Хусусияти дигари телевизиони «Тоҷикистон» таҳияи филмҳои мустанад доир ба воқеаҳои замони соҳибистиклолии кишвар аст. Чунончи, «Нишасте барои бархостан» (Абдуғаффори Камол) «Имтиҳони таърих», «Ваҳдати миллат – бақои давлат», «Истиклолият – ҷавҳари ҳастии миллат», «Сиёсати муваффақ» (Маъруф Назарзода), «Иқболи миллат» (Садриддин Охунов), ки дар ағлаби онҳо хизматҳои Пешвои миллат барои халқу давлат воқеиву ҳаққонӣ инъикос ёфтааст.

Масалан, дар филми «Имтиҳони таърих» лаҳзаҳои сари чамбараки булдозер нишастани Пешвои миллат ва баستاني дарғот инъикос шудааст. Ин лаҳзаҳо на танҳо филмро ҷолиб гардонидааст, балки самимияту ҷонфидоиҳои муҳтарам Эмомалӣ Раҳмонро нисбат ба халқ ва пешрафти мамлакат басо самимӣ ва табиӣ бозтоб намудааст.

Тули солҳои охир дар низоми барномаҳои ин шабака «Тоҷикистон ва ҷаҳон» нисбатан фарқ мекунад. Ин барнома дар интиҳоб ва баррасии мавзӯҳо маҳдудият надорад. Мувофиқи ҳисоби мо дар давоми фаъолият зиёда аз 700 наشري барномаи «Тоҷикистон ва ҷаҳон» пахш шуда, моҳе як маротиба тавассути шабакаҳои телевизионҳои давлатии шаҳри Хоруғ ва Хучанд низ намоиш дода мешавад. Он дар муаррифии симои Тоҷикистон дар кишварҳои дуру наздик нақши арзанда дорад. Муаллифи барнома Фатҳиддини Замон бо шеваи гуфтор, забондонӣ, донишу фаҳмиши фарохи сиёсӣ, маҳорати таҳлил ва баррасиву муқоисаи вазъи кишварҳои ҷаҳону Тоҷикистон фарқ мекунад.

Муассисаи давлатии Телевизиони «Ҷаҳоннамо» дар муаррифии Тоҷикистон ба ҷаҳонӣ қадамҳои устуворе мегузорад. Аз ҷумла, барномаи «Идеяи якҷоя» («Общая идея») дар 7 давлат (Ўзбекистон, Чин, Қазоқистон, Туркменистон, Озарбойҷон, Тоҷикистон, Қирғизистон) пахш мешавад.

Телевизиони «Ҷаҳоннамо» 24 соат бо се забон: тоҷикӣ, русӣ ва англисӣ барномаҳои иттилоотӣ ва таҳлилий пахш менамояд. Самтҳои асосии фаъолияти онро таъмини ҷомеа бо иттилооти наву дақиқ, сареъу саҳеҳ, таблиғи ғояҳои ваҳдати миллӣ, афзалият додан ба арзишҳои миллию умумибашарӣ, демократия ва сулҳу субот ташкил медиҳад.

«Геополитика», «Дидгоҳ», «Таҳқиқ», «Нуқтаи назар», «Масъулият», «Ҷомеа ва ҷаҳон», «Ҷаҳони иртибот», «Суҳбати муҳим», «Суҳбати рӯз», «Иқтисод+» аз барномаҳои сиёсӣ-таҳлилии ин шабака маҳсуб меёбанд, ки дар онҳо рӯйдоду воқеаҳои ҷаҳон, аз ҷумла, тағйирёбии иқлими сайёра, навгониҳои соҳаи илм, масоили рушди ҷомеаҳо, мавқеи Тоҷикистон дар арсаи байналмилалӣ таҳлилу баррасӣ

мешаванд. Махсусан, дар барномаи «Дидгоҳ» ба масъалаи нуфузи Тоҷикистон дар ҷаҳон зиёд равшанӣ андохта мешавад.

Дар ин барнома мисли суҳанони зерин зиёд таҳлилҳо сурат мегиранд: «Тоҷикистонро воқеан зимни чандин назарсанҷиҳо яке аз кишварҳои амнатарин этироф мекунанд. Ин дар ҳоле ҳаст, ки Тоҷикистон ҷанги таҳмилии шаҳрвандиро аз сар гузаронидааст ва дар минтақаи бисёр ҳассос аз ҷойгоҳи геополитикӣ қарор дорад... Воқеан, кишвари мо кишвари амну босубот аст, вале вақте ин назарсанҷӣ ва ин таваҷҷуҳ аз берун садо медиҳад, эътимоду боварии тамоми аҳли сайёра ба кишвари мо афзун мегардонад» [120]. Дар сурати бо забонҳои хориҷӣ таҳия гариддани ин гуна барномаҳо имконоти муаррифии Тоҷикистон барои ҷаҳониён боз ҳам бештар мегардад.

Дар барномаҳои «Рушди устувор», «Робита», «Амал», «Масири рушд», «Назари хос», «Бунёдкор», «Аз ҳар гӯшаи ҷаҳон», «Тандурустӣ», «Оё медонед?», «Шифои комил», «Фарҳанг», «Хати сабз», «Тозанаҷр», «Туризм», «Кишоварз», «Маориф ва илм», «Иқтисод», «Набзи сайёра» ва «Сифат» масъалаҳои иқтисодӣ ва фарҳангӣ таҳлил карда мешаванд.

Телевизиони «Варзиш» миёни низоми шабакаҳои телевизионии кишвар сербинандатарин аст. Ин аз як ҷониб, аз зиёд будани муҳлисони варзиш дарак диҳад, аз ҷониби дигар, бозгӯии сифати хуби барномаву намоишҳои он мебошад.

Дар телевизиони «Варзиш» на танҳо аз рӯйдодҳои варзишӣ иттилоъ, балки доир ба дастовардҳои варзишгарон барномаҳои муаллифӣ низ барномаҳо пахш карда мешавад.

Афзалияти ТВ «Варзиш» дар он аст, ки муҳбирони он дар макони баргузории мусобикаҳо бевосита ҳузур меварзанд. Ин усул сифат ва таъсирнокии маводди таҳияшударо ҷолибу муасир мегардонад. Масалан, иштироки журналистон дар Ҷоми ҷаҳон 2018, Бозиҳои олимпии Токио 2020, Бозиҳои Осиёи Ҳангжоу 2022, Ҷоми Осиё 2023, Олимпиадаи Париж на танҳо ба инъикоси табиӣ раванди муобикаҳо мусоидат кардааст, балки дар муаррифии Тоҷикистон ба бинандаи берун аз кишвар таъсири мусбат мегузорад.

Муассисаи давлатии телевизиони «Сайёҳӣ ва ҳунарҳои мардумӣ» 30 июни соли 2021 таъсис ёфтааст. Ин шабакаи телевизионӣ дар тури фаворитии на ҷандон зиёд барномаҳои «Диёр», «Агротуризм», «Лаззати табиат», «Стратегия» (Садриддин Охонов), «Раҳ ба раҳ», «Нигоҳи сайёҳ», «Тарабхона» (Начиба Раҳимова), «Экотуризм», «Кухнавардӣ» (Акмал Ҳайдарзода), «Сайёҳии варзишӣ» (Муҳаммадҷон Раҷабов), «Гардиш» (Ҳусейн Ҳасанов), «Соҳибхона», «Асрори сангҳо» (Шодмон Кенҷаев), «Аз аҳди бостон» (Ҷамшед Каримиён) пахш намудааст, ки дар онҳо масоили сайёҳӣ баррасӣ гардида, бахшҳои гуногуни сайёҳӣ тарғибу ташвиқи шудааст. Ҷунончи, агар дар барномаи «Экотуризм» табиати зебои Тоҷикистон, ҳудудҳои табиӣ махсус муҳофизатшаванда ва дигар имкониятҳои мавҷуда барои рушди саёҳати экологӣ дар мамлакат бо баёни фикру назари мутахассисони соҳаи ҳифзи муҳити зист тарғиб гардад, дар барномаи «Агротуризм» доир ба имкониятҳои мавҷуда дар иншооти сайёҳӣ ва ташкили саёҳати аграрӣ маълумот манзур карда мешавад.

Дар ин шабакаи телевизионӣ лавҳаву роликҳои тарғибгари ҳунарҳои мардумӣ ва имконоти сайёҳӣ низ пахш карда мешавад. Аммо пешниҳоди озмунҳои гуногун махсусияти ин телевизион гардидааст. Камбудии асосии ин шабака бо забонҳои гуногун роҳандозӣ накардани барномаҳои муаллифии муаррифкунандаи инфрасохторҳои сайёҳӣ мебошад.

Дар фасли дуюми боби ҷаҳорум, ки «Нақши сомонаҳои интернетӣ дар муаррифии Тоҷикистон» ном дорад, нақши сомонаҳои интернетии ТВ «Тоҷикистон» – <https://www.tvt.tj/>, МД ТВ «Ҷаҳоннамо» – jahonnamo.tj, «Варзиш» – <https://www.varzishtv.tj/>, МТ ТВ «Сайёҳӣ ва ҳунарҳои мардумӣ» – <https://tvsayohi.tj/>, АМИТ «Ховар» – www.khovar.tj, «Азия-Плюс» – <https://www.asiaplustj.info/tj> дар инъикоси дастовардҳои Тоҷикистон ва муаррифии фарҳанг тоҷикон баррасӣ шудааст.

Сомонаи расмии ТВ «Тоҷикистон»- <https://www.tvt.tj/> барои ташаккули такомули имиджи сиёсии Тоҷикистон

имконияти васеъ дорад. Ин сомона як навъ хазиначи иттилоотии бозу дастрас буда, ба очилият эътибор намедихад. Аз 10 рубрика, ду рубрика – «Меъморӣ» ва «Телефилм» ғайри нестанд. Дар зери рубрикаҳои дигар: «Асосӣ», «Сохтори ТВТ», «Ахбор», «Сиёсат», «Иқтисод», «Фарҳанг», «Ҷавоб», «Сайёҳӣ» матолибе ҷой дода шудааст, ки қисме навиштаҷот ва қисми дигар навор мебошанд. Сарчашмаи иттилоӣ ҷоии сомонаи ТВ «Тоҷикистон» АМИТ «Ховар» аст.

Бартариии асосии сомонаи <https://www.tvt.tj/> дар он аст, ки наворҳои муҳим дар саҳифаи асосӣ ҷой дода шудааст. Аз ҷумла, гузориши ба имзо расонидани протоколи қатъи муноқишаи марзии Тоҷикистону Қирғизистон ҳам бо забони русӣ ва ҳам бо забони тоҷикӣ дар саҳифаи асосӣ гузашта шудааст. Раванди гуфтушунидҳои ҳаёти расмӣи Ҷумҳурии Тоҷикистон ва Ҷумҳурии Қирғизистон ва мусоҳибаи раиси Кумитаи давлатии Амнияти миллии Тоҷикистон Саймумин Ятимов ва раиси Кумитаи амнияти миллии Ҷумҳурии Қирғизистон Қамчибек Ташиев пурра нишон дода мешавад [118].

Навори дигаре, ки дар саҳифаи асосӣ ҷойгир карда шудааст, дастгирӣ ёфтани ташаббусҳои наватии Тоҷикистон аз ҷониби ҷомеаи ҷаҳонӣ дар мавриди соли «2025 – Соли ҳифзи пириҳо» мебошад, ки раванди қабули ин пешниҳод аз ҷониби СММ бо забони асл (англисӣ) нишон дода мешавад ва шарҳу тавзеҳ, дурномаи ташаббусҳо бо забони тоҷикӣ дар идома садо медиҳанд. Ин гуна наворҳо муайянкунандаи мавқеи Тоҷикистон дар арсаи минтақа ва ҷаҳон мебошанд.

ТВ «Тоҷикистон» дар сомонаҳои иҷтимоии Facebook, Twitter, YouTube ва месенҷерҳо – Telegram низ саҳифаи расмӣ дорад, ки бештар хабарҳои расмӣ, махсусан, сафару вохӯриҳои Президенти кишвар муҳтарам Эмомалӣ Раҳмонро инъикос мекунанд.

Сомонаи ТВ «Ҷаҳоннамо» толи чанд моҳ аз ғайрият бозмондааст. Замони мурочиати мо ба сомонаи мазкур (13.07.2024) шабакаҳои иҷтимоии он тавассути интернет ғайрият мекунанд.

Дар саҳифаи шабакаи иҷтимоии Instagramи ТВ «Ҷаҳоннамо» – tv_jahonnamo одатан, навори хабарҳои дар телевизион пахшшуда гузошта мешавад, ки ифодагари муваффақияту дастоварди шаҳрвандон, махсусан, варзишгарони тоҷик, чорабиниҳои сатҳи баланд, сафарҳои кории Президенти кишвар муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон, ҳузури меҳмонони олиқадр ба Тоҷикистон ва амсоли ин мебошанд. Саҳифаи YouTubeи ТВ «Ҷаҳоннамо» - <https://www.youtube.com/@jahonnamotv746> намунаи барномаҳои муаррифгари дастовардҳои кишварро нигоҳ доштааст. Аз ҷумла чанд бахши барномаҳои «Геополитика», «Сухбати муҳим», «Айём», «Дидгоҳ», роликҳои тарғиботи мавзёҳои сайёҳӣ, ҳамкориҳои Тоҷикистон бо давлатҳои хориҷа, махсусан, Ҷумҳурии Халқии Чин, филмҳои мустанад дар бораи Президенти кишвар муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ташкил медиҳанд.

Гуфтан мумкин аст, ки ҳаёти эҷодиву техникии ТВ «Ҷаҳоннамо» аз сомонии расмӣ дида, ба шабакаҳои иҷтимоӣ бештар эътибор медиҳанд.

Сомонии расмӣ ТВ «Варзиш»- <https://www.varzish.tv> ва саҳифаҳои он дар шабакаҳои иҷтимоии Instagram (дорои 609 ҳазор обуначӣ), YouTube (255 ҳазор обуначӣ), Facebook (53 ҳазор), Telegram (25 ҳазор), Twitter, ВКонтакте дар фазои иттилооти Тоҷикистон мавқеи хоса доранд.

Дар ин сомона ва сомонаҳои иҷтимоии он фаврият риоя шуда, аз имконоти асосии интернет самаранок истифода мегардад. Ҳамарӯза то 15 хабар пахш мешавад. Агар пахши мустақими ТВ «Варзиш» аз се як ҳиссаи эфирро ташкил диҳад, сомонии он 24 соат бо аудитория дар иртибот аст.

Хусусияти дигари шабакаҳои иҷтимоии ТВ «Варзиш» дар он аст, ки он мувофиқи формати ҳар шабака мавод таҳия мекунад. Махсусан, роликҳои ҷолиби таъсирбахши тарғиботӣ, ки бештар дар саҳифаҳои иҷтимоии Instagram, Facebook ва тереграмм гузошта мешаванд, тавачҷуҳи аудиторияро ҷалб намуда, зиёд бознашр мегарданд.

Умуман, сомонаи расмии ТВ «Варзиш» ва шабакаҳои иҷтимоии он дар муаррифии варзишгарон ва дастовардҳои соҳаи нақши назаррас доранд, ки ин дар шакли ғири имиджи Тоҷикистон бетаъсир намоишданд. Яке аз унсурҳои муҳими имиджсозӣ муаррифии чехраҳои муваффақи кишвар аст, ки имрӯз маҳз бо шарофати варзишгарони тоҷик парчами Тоҷикистон дар арсаи ҷаҳонӣ парфшонӣ мекунад. Нақши сомонаи ТВ «Варзиш» бошад, дар шиносонидани ин чехраҳо дар арсаи ҷаҳон назаррасу қобили тавсиф мебошад.

Сомонаи Телевизиони «Сайёҳӣ ва ҳунари мардумӣ»- <https://tvsayohi.tj/> сирф соҳавӣ буда, ҳадафи асосиаш тарғиби имконоти сайёҳии кишвар ва ҳунари мардумӣ мебошад. Он аз соли 2022 таъсис ёфта, дар ташаққули имиджи сайёҳии Тоҷикистон ва бренди «Тоҷикистон – кишвари сайёҳӣ» нақши назаррас дорад.

Дар саҳифаи асосии ин сомона мусоҳибаи таърихии Пешвои миллат дар ТВ СММ дар доираи Конференсияи об, ки моҳи март соли 2023 дар Ню-Йорк баргузор гардид, барномаи Президенти Тоҷикистон аз минбари СММ дар мавриди оғозҳои табиӣ ва муқовимат ба терроризм, лавҳа аз сафари қорӣи Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ба шаҳри Ню-Йорк, маросими сарфарозгардонии Президенти ҚТ ба Ордени «Олтин Қаран» аз ҷониби Президенти Ҷумҳурии Қазоқистон, барномаи таҳлилии дар мавзӯи тағйирёбии иқлим ва аҳамияти мамнуъгоҳи «Бешаи палангон» ба забони русӣ ва сатри англисӣ, Суханронии Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон ба ифтихори 30-юмин солгарди таъсисёбии Қувваҳои Мусаллаҳи Ҷумҳурии Тоҷикистон, лавҳаи тарғиботи Боғи Парчами шаҳри Душанбе, анонси яке аз барномаи «Раҳ ба раҳ» ва навори муаррификундаи портали сайёҳии Тоҷикистон бо се забон (англисӣ, тоҷикӣ, русӣ) ва ғайра мавҷуд мебошанд [120].

Фаъолияти сомонаи <https://tvsayohi.tj/> тавассути сомонҳои иҷтимоии Instagram, Facebook ва YouTube низ хуб ба роҳ монда шуда бошад ҳам, дар сомонҳои иҷтимоии «Одноклассники», «ВКонтакте» обунашудагони нисбатан кам дорад.

Дар сомонаи иҷтимоии YouTube бо нишони www.youtube.com/@tvsayohi ба наворҳо нисбатан зиёдтар таваччуҳ шудааст. Махсусан, лавҳаҳои тарғибгари мавзёҳои сайёҳӣ ва барномаҳои муаррификунандаи инфрасохтори сайёҳии кишвар наздик ба 2-3 ҳазор ва баъзан, зиёда аз он бинанда доранд. Аз таҳқиқ маълум гардид, ки ТВ «Сайёҳӣ ва ҳунароҳои мардумӣ» дар муаррифии кишвар тавассути ин саҳифаи иҷтимоӣ муваффақтар аст.

Сомонаи АМИТ «Ховар» дар домени тоҷикӣ бо суроғаи www.khovar.tj ҷойгир аст. Фаъолияти сомонаи khovar.tj аз соли 2002 оғоз гардида, ҳазинаи маводҳои худро аз соли 2008-ум фаъол намудааст. Бартарии асосии ин сомона дар он аст, ки маводҳо бо забони тоҷикӣ, русӣ, англисӣ, арабӣ ва ҳуруфи форсӣ нашр мегарданд. khovar.tjr.tj бо агентҳои миллии давлатҳои хориҷа – Агентии иттилоотии «Синхуа», ТАСС, «КАЗИНФОРМ», АРМЕНПРЕСС, АЗЕРТАДЖ, БелТА ва ғайра робита ва ҳамкориҳои судманд дорад.

Ҳаёти эҷодиву техникии сомонаи www.khovar.tj дар инъикоси масоили ҷаҳонии марбут ба Тоҷикистон эҳтиёткорона муносибат намуда, кӯшиш мекунад, ки дар муносибатҳои дипломатии давлатҳо ҳалал ворид насозанд. Ба ин мазмун, тамоми иттилои мунташира бо назардошти ҳифзи манфиатҳои миллӣ, нуфузу эътибори Тоҷикистон дар арсаи байналмилалӣ, муаррифии симои мусбати кишвар таҳия мегарданд. Сомонаҳои номбурда низ дар саҳифаи худ аз ҳамкорӣ бо агентии «Ховар» ишора карда, ҳангоми паҳши иттилоъ дар бораи Тоҷикистон бештар ба АМИТ «Ховар» чун сарчашмаи асосии иттилоотӣ муроҷиат мекунад. Аз ин сабаб, сомонаи «Ховар» маводҳои худро бо назардошти муносиботи дипломатии давлатҳо интиҳоб ва пешниҳод мекунад.

Унсuri дигари имичсозӣ, ки дар барномаву намоишҳои ТВ «Тоҷикистон» низ ба роҳ монда шудааст ва дар сомонаи АМИТ «Ховар» ҳам ба он эътибори хосса зоҳир карда мешавад, мусоидат ба ташаккули имичи сарвари сиёсӣ аст. Дар бахши «Истиқлолияти Тоҷикистон ва Пешвои миллат» дар бораи Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, саҳми ӯ дар пайдории

сулҳу субот ва ободонии кишвар, андешаи «Шахсиятҳои саршиносии ҷаҳон дар бораи Эмомалӣ Раҳмон» очерку мусоҳибаҳо дар бораи Пешвои миллат мавҷуданд, ки дар шинохти шахсияти муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон чун сиёсатмадори сатҳи ҷаҳонӣ мусоидат мекунанд.

АМИТ «Ховар» дар шабакаҳои иҷтимоии Facebook, Instagram, YouTube, Telegram низ саҳифаҳои расмӣ худро дорад, ки хеле ғаёл буда, маводи фаровон паҳн мекунанд.

Гурӯҳи расонаҳои мустақили Тоҷикистон – «Азия Плюс» («Asia-Plus») аз се ширкати мустақил – агентии иттилоотӣ, нашрия ва ширкати телевизиону радио иборат мебошад, ки зеро як тамға ғаёлият мекунанд. Ин агентии иттилоотӣ аз соли 1996 ғаёлият мекунанд. Аудиторияи он дар дохил ва хориҷи кишвар зиёд мебошад.

Ширкати «Asia-Plus» падидаҳои нави журналистика ва технологияи муосирро дар ғаёлияти амалӣ хуб истифода мебарад. Аудиторияи худро ба тарзи муосир меҷӯяд, қариб дар тамоми сомонаҳои иҷтимоӣ аз қабилҳои Facebook, Instagram, Telegram, YouTube саҳифаи худро дорад. Бартариҳои ғаёлияти интернетии ин агентӣ он аст, ки дар сомонаҳои иҷтимоӣ ҳам бо забони русӣ ва ҳам ба забони тоҷикӣ саҳифа дорад.

Аз ҷумла, саҳифаи YouTube-и ин агентӣ – <https://www.youtube.com/@asiaplustj/featured> пайвасти наворҳои ҷолибу диданӣ дар мавзӯҳои гуногун омода карда, ба ин васила аудиторияи худро дар ҳар ҳолат нигоҳ медорад. Махсусан, силсилабаҳсҳои «Турист выходного дня», «Душанбе Сити», «Пурсидед, ҷавоб медиҳем», «Як хабар», барномаи «Парвоз», назарпурсиҳо дар мавзӯҳои мубрами рӯз писанди аудитория омадаанд, ки дар муддати кӯтоҳ то 10-15 ҳазор бинанда пайдо мекунанд. Дар ин миён рубрикаи «Душанбе Сити» дар муаррифии пойтахти кишвар шаҳри Душанбе саҳмгузор аст. Дар он аз таърихи ягон мавзеи пойтахт иттилоъ пешниҳод мегардад ё аз навгониҳои рӯз маълумот дода мешавад. Масалан, таърихи таъсиси ҷойхонаи «Роҳат», бинои Опера ва балети ба номи Садриддин Айнӣ, аввалин автобусу троллейбус дар шаҳри Душанбе ва ғайра. Давомнокии наворҳо

аз 1 то 3 дақиқа буда, махсус барои «насли интернетӣ» таҳия мегарданд. Умуман, ««Азия-Плюс»» вобаста ба таърихи Душанбе, дирӯз ва имрӯзи он бетафовут нест.

Аз таҳлилу омӯзиши сомонаи «Азия-Плюс» ва саҳифаҳои шабакаҳои иҷтимоии он чунин бардошт кардан мумкин аст, ки дар паҳши ахбори марбут ба Тоҷикистон эҳтиёткорона муносибат менамояд.

Фасли сеюми боби чаҳорум «Баррасии нуфузи Тоҷикистон дар ВАО-и кишварҳои ИДМ» ном гирифтааст.

Дар аввали солҳои 90-уми асри гузашта аз ҷониби давлатҳои узви Иттиҳоди Шуравӣ ширкати радио ва телевизионии «МИР» таъсис дода шуд, ки он дар мавқеъгирии Тоҷикистон дар Осиёи Миёна саҳми арзанда гузоштаву мегузорад.

Ин шабака аз рӯзҳои аввали таъсис, дар бораи Тоҷикистон, махсусан, дастовард ва ҳамкориҳои хориҷии он барномаҳо таҳия намуда, ба ин васила дар муаррифии Тоҷикистон саҳм гирифтааст. Хусусан, дар барномаҳои «Таджикистан сегодня» («Имрӯзи Тоҷикистон»), «Президент: год спустя» («Президент: баъди як сол») ҳаёти Тоҷикистони муосир инъикос гардидааст. Баъдан паҳши барномаҳо дар бораи Тоҷикистон дар ин шабакаи телевизионӣ васеъ гардида, ҳаёти тоҷикону тоҷикистониён дар самтҳои гуногун бозтоб шудааст. Агар ин ширкат дар солҳои аввали таъсис Тоҷикистонро барои таъмини фазои иттилоотӣ ҷонибдорӣ карда бошад, баъдан фаъолияти он дар шаклгирии имиджи давлат таъсиргузор шудааст.

Дар охири солҳои 90-ум тавассути маҷаллаи «Огонёк» низ симои Тоҷикистони баъдичангӣ ба ҷаҳониён муаррифӣ шудааст. Маҷаллаи «Огонёк» миёни давлатҳои ИДМ мавқеи хоса дошт ва ба сохтани симои мусбати кишвар дар фазои ин кишварҳо маҳдуд мешуд. Соли 2001-ум шумораи «Огонёк»-ро Тоҷикистон сарпарастӣ намуд ва аз худ ҳамчун давлати сохбистиклол ва рӯ ба рушд дарак дод.

Ҳузури рӯзноманигорони хориҷӣ ба Тоҷикистон ва дар шакли мақолаҳои публитсистӣ ва китоб дарҷ гардидани

таассуроту бардоштҳои онҳо қадами дигаре дар муаррифии Тоҷикистон ва давлати он гардид. Китоби рӯзноманигорони рус Владимир Сухомлинов ва Геннадий Шалаев «Дорога к согласию» («Роҳ ба сӯйи созиш») намунае аз чунин асарҳост.

Кӯшиши дигар дар самти муаррифии Тоҷикистон ролики таблиғотие мебошад, ки дар шабакаи телевизионии «Euronews» аз 25-уми август то 9-уми сентябри соли 2011 (дар ҳаҷми 30 сония) пахш гардид. Ин ролик ба қавли О. Зардова як навъ «варақаи шиносоии Тоҷикистон миёни сокинони Аврупо» («визитная карточка Таджикистана среди жителей стран Европы») [95] гардид.

Солҳои охир ВАО-и байналмилалӣ ба Тоҷикистон таваҷҷуҳи зиёд менамояд. Ин аз он далолат мекунад, ки ҷомеаи ҷаҳонӣ нисбат ба Тоҷикистон бетафовут нест. Махсусан, фаъолияти Пешвои миллат муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон, ташаббусҳои сатҳи байналмилалӣ оид ба об, устуворӣ дар идомаи соҳтмони НБО-и «Роғун», напaziруфтани ҳокимияти Толибон дар Афғонистон, дастфишории Трамп аз ҷониби муҳтарам Эмомалӣ Раҳмон дар сархати хабарҳои ВАО-и байналмилалӣ қарор гирифтааст.

Имичи берунии давлат аз ҳайати дипломатии кишвар низ вобастагии зиёд дорад. Чунки «Дипломатҳои хирфай ҳамчун намояндаи кишвар дар сиёсати хориҷии давлат метавонанд манфиатҳои миллии кишвари худро дар сатҳи зарурӣ ҳифз намоянд. Аз ин рӯ, дар баробари дигар бартариҳои дипломатия ва хизмати дипломатӣ дар раванди ташаккули имичи давлат мавқеи махсусро ишғол мекунанд» [99, с. 28].

Омили дигари тарғиби нуфузи Тоҷикистон дар хориҷи кишвар бозтоби симои варзишгарон чун Мавзуна Чориева, Расул Боқиев, Дилшод Назаров, Темур Раҳимов, Сомон Маҳмадбеков ва дигарон аст.

Дар ин самт нақши санъаткорону ҳунармандон низ кам нест. Бахусус, иштироки духтари тоҷиктабор Манижаи Сангин дар озмуни овозадори «Евровидение-2021», Фаррух Ҳасанов дар шоу-озмунҳои телевизионии Россия («Ну-ка, все

вместе!)), Ясмина Алидодова дар Дубай («X Factor») дар аксарияти ВАО-и ҷаҳон паҳш гардид.

Усули дигари муаррифии симои мусбати кишвар ва шаклдиҳии имичи мусбати давлат дар ВАО-и ҷаҳонӣ, даъвати рӯзноманигорони машҳури байналмиллалӣ будааст. Чунончи, дар арафаи таҷлили ҷашни Наврӯзи соли 2011 Кумитаи ҷавонон, варзиш ва сайёҳӣ ҳайати эҷодии шабакаи байналмилалӣ ВГТРК «Россия-2»-ро таҳти роҳбарии журналисти маъруф, муаллифи барномаи сайёҳии «Моя Планета» Андрей Панкратов ба Тоҷикистон даъват намуд. Ин гурӯҳ иборат аз се нафар тайи 14 рӯз доир ба манзараҳои зебо ва расму оини мардуми тоҷик силсилаи филмҳои тарғибӣ ба навор гирифта тавассути шабакаҳои "Моя Планета", "Россия-24" ва "Россия-2" намоиш додаанд. Гурӯҳ соли 2018 маротибаи дуюм ба Тоҷикистон омада, бо таҳияи филмҳои гуногун дар ташаккули имичи мусбати давлат сарм гирифтааст.

Нақши гурӯҳи эҷодии барномаи «Поедем, поедим»-и шабакаи телевизиони «НТВ» низ дар муаррифии Тоҷикистон низ назаррас аст. Ин гурӯҳ се маротиба (2018, 2021, 2023) ба кишвари мо омада, силсилабарномаҳо таҳия намудааст, ки дар онҳо дар баробари ҳаёти фарҳангӣ ва расму оин имконоти сайёҳии кишвар ва ташаккули имичи сайёҳии Тоҷикистон ба намоиш гузошта шудааст.

Боби панҷуми диссертатсия «Дарёфт ва инъикоси воқеиятҳои имичсоз дар жанрҳои публитсистӣ» унвон дорад ва аз се фасл иборат аст.

Дар **фасли якуми** ин боб – **«Истифодаи воқеиятҳои имичсоз ва ташреҳи онҳо дар жанрҳои хабарӣ»** масъалаи ҷиғунагии инъикоси воқеиятҳои имичсоз дар қолаби жанрҳои хабарӣ таҳқиқ шудааст.

Имичи давлат дар асоси воқеияти рӯз сохта мешавад. Воқеияти рӯз, маъмулан, дар қолаби жанрҳои хабарӣ ба омма мерасад. Ҳар қадар ҳақиқат баёнгари пешрафти давлат бошад, ҳамон қадар эътимоду боварӣ, тасаввуроти мусбат дар бораи давлату ҳукумат дар ҷомеа шакл мегирад. Аз ин нигоҳ, телевизиони «Тоҷикистон» дар тури фаъолияташ ҳамеша ба ба

очилят бартарӣ медодааст. Пахши очилии иттилоот, одатан, дар қолаби қолаби жанрҳои хабар, гузориш, ҳисобот ва мусоҳиба сурат мегирад. Ин жанрҳо одатан, дар барномаи иттилооти «Ахбор» истифода мешаванд.

Барномаи «Ахбор» ҳамагӯза аз ҳаёти сиёсӣ, иқтисодӣ, фарҳангӣ, иҷтимоӣ, варзишӣ ва дигар соҳаҳои манотиқи гуногуни кишвар бо забонҳои тоҷикӣ, русӣ, ўзбекӣ (ҳафтае як маротиба), англисӣ ва арабӣ хабару гузоришҳо таҳия менамоянд. Иттилооти марбут ба воқеаҳои имичсоз, ки дар ин шабакаи телевизионӣ пахш гардидааст, гуногун аст. Агар дар солҳои аввали соҳибистиқлолии кишвар чунин иттилоотро асосан, сафарҳои сарвари давлат ба хориҷи кишвар, суҳбату вохӯриҳо ба сокинони мамлакат, ифтиҳои корхонаҳои муштарак ташкил диҳад, дар солҳои баъдӣ сафарҳои Президенти кишвар ба дохил ва хориҷи кишвар, ҳузури меҳмонони хориҷӣ, махсусан сарони давлатҳо ба Тоҷикистон ҳамеша дар сарҳати хабарҳо қарор доштааст.

Дар телевизиони «Тоҷикистон» баъд аз хабар ҳисобот сериестифодатарин жанри хабарӣ аст, ки дар инъикоси мавқеи ҳукумат нисбат ба масъалаҳои муҳраи замон, дарёфт ва пешниҳоди ҳалли онҳо, бартарафсозии саривақтии мушкilot мусоидат мекунад.

Иштирок ва суҳанронии ҳаёти Тоҷикистон, махсусан, роҳбари давлат дар ҷаласаҳои гуногуни сатҳи минтақавию байналмилалӣ аз нуфузу эътибори давлат дарак дода, тарғибу ташвиқи он тавассути телевизион дар боло бурдани имичи кишвар мусоид менамояд. Шабакаҳои телевизионии Тоҷикистон, махсусан, шабакаи сиёсии кишвар ҳамеша дар инъикоси ин гуна ҷорабиниҳо пешгом будаанд. Аз ҷумла, иштирок ва суҳанронии роҳбари давлат дар мулоқоти сарони кишварҳои узви Созмони Амниятӣ ҳамкорӣ Аврупо (4.12.1994), машварати сарони кишварҳои Осиёи Миёна дар мавзӯи наҷоти Арал (3.03.1995), мулоқоти сарони давлату ҳукуматҳои мамолики ҷаҳон дар масъалаи рушди иҷтимоӣ (12.03.1995), ҷаласаи шурои марзбонони Россия (31.03.1998), маҷлиси тантанавӣ бахшида ба 1100-солагии давлати Сомониён

ва 8-солагии Истиқлолияти давлатӣ (8.09.1999), форуми байналхалқии Душанбе оид ба Соли байналмилалӣ Оби тоза» (1.09.2003), Конфронси байналмилалӣ инвеститсионии Бонки исломии рушд (25.09.2003), Конфронси байналмилалӣ оид ба ҳамкорӣ дар ҳавзаи дарёҳои сарҳадгузар (1.06.2005) ва ғайра дар қолаби жанри ҳисобот таҳия гардидаанд. Аксари ин гуна ҳисоботҳо мавзӯӣ буда, дар онҳо муҳбир, асосан, ба як масъалаи муҳиму ақтуалӣ эътибор додааст.

Жанри дигари нисбатан маъмул, ки аз ҷониби журналисти шоҳиди воқеа навишта мешавад, репортаж мебошад. Дар репортаж ё гузоришҳои телевизионӣ зебоиҳои пойтахти кишвар – шаҳри Душанбе, фазои оромиву осудагаи зиндагии мардум, мавзӯҳои сайёҳӣ, ёдгориҳои таърихӣ ва амсоли ин намоиш дода мешавад.

Аз таҳқиқ маълум гардид, ки телевизиони «Варзиш» дар таҳияи навъҳои гуногуни репортаж: сабтшуда, мустақим, ҷӯр, овоздор пешгомтар аст. Хусусан, репортажҳо аз иштироки варзишгарони тоҷик дар мусобиқаҳои гуногун нисбатан ҷолиб буда, дар муаррифии Тоҷикистон таъсири мусбат гузошта метавонанд. Ҷунончи, дар репортаж аз бозии даври чорякниҳии Ҷоми Осиё-2023 байни дастаҳои мунтахаби Тоҷикистон ва Урдун ба шаҳри Давҳаи Қатар ҳузури Раиси шаҳри Душанбе муҳтарам Рустами Эмомалӣ назди футболбозони тоҷик, суҳанронӣ ва дастфишории ӯ бо ҳозирон, ба оғӯш кашидани дарвозабони даста Рустам Ятимов, ки дар бозӣ маҳорати хосса нишон дода буд, суҳанони самимӣ ва тақонбахш бо аҳли тим, бо забони англисӣ суҳбат намудан бо мураббии даста Роберт Шегер, тақдими тухфа – либоси рамзӣ гурӯҳ ба муҳтарам Рустами Эмомалӣ аз ҷониби сардори даста ҳамчун ҷузъиёти эҳсосоти фазоро пурра инъикос намудааст.

Жанри дигари хабарие, ки дар шиносонидани шахсони саршиноси кишвар ва тавассути суҳбатҳои коршиносонаи онҳо муаррифӣ намудани захираҳои табиӣю маънавии кишвар мувофиқат мекунад, мусоҳиба ба ҳисоб меравад. Дар телевизионҳои Тоҷикистон аз ин жанр васеъ истифода мешавад. Бояд дар назар дошт: «Ҳар як суҳбат, то ки он ба

сӯхбати холи табдил наёбад, бояд мавзӯи худро дошта бошад, ки дар навбати худ мавзӯро муайян мекунад ва дар раванди ошкор кардани саволҳое, ки ба миён меоянд» [26, с. 307].

Дар диссертатсия мусоҳибаи журналист А. Раҳмон бо котиби матбуоти Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон З. Саидов доир ба гардиши ғайриқонуни маводди муҳаддир (2001), журналист Саида Раҳимӣ бо ҷамоаи ҳамоҳангсои доимии СММ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон хонум Сезин Синанолу, мусоҳибаҳои Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон бо хабарнигори шабакаи телевизиони «Ал-ҷазира»-и Давлати Қатар (9-уми сентябри соли 2019 дар маҳалли сохтмони Неругоҳи барқи обии «Роғун»), хабарнигори телевизиони СММ дар шаҳри Нью-Йорк Иёлоти Муттаҳидаи Амрико дар доираи Конфронси оби Созмони Милали Муттаҳид (2023) ва амсоли ин ба таври муфассал баррасӣ шуда, хусусиятҳои жанрии онҳо муайян гардидааст.

Умуман, шабакаҳои телевизиони «Тоҷикистон», «Ҷаҳоннамо» ва «Варзиш» дар муаррифии Тоҷикистон ва шарҳу тавзеҳи воқеаҳои муҳими кишвар аз қолаби жанрҳои хабарӣ – хабар, ҳисобот, мусоҳиба ва репортаж истифода намудаанд. Баррасиҳои муқоисавӣ муайян намуд, ки ба мақсади баланд бардоштани имиджи кишвар телевизиони «Тоҷикистон» бештар аз жанрҳои иттилоотии хабару ҳисобот ва ду шабакаи дигар аз репортажу мусоҳиба истифода намудаанд. Миёни ин жанрҳо репортаж дар тарғибу ташвиқи воқеа ва рӯйдодҳои имҷасоз бештар истифода шудааст, зеро ин жанр имконияти зиёди ҷалби таваҷҷуҳи бинанда ва таъсир расониданро ба мафкураи аудиторияро дорад.

Дар фасли дуюми боби панҷум – «Шеваи баррасии мавзӯ ва масъалаҳои имҷасоз дар жанрҳои таҳлилӣ ва публитсистӣ-бадеӣ» имконоти жанрҳои таҳлилӣ ва публитсистию бадеӣ дар инъикоси ғояҳои имҷасоз ва тарғибу ташвиқи онҳо баррасӣ гардидааст. Чунончи муҳаққиқи соҳа В. В. Ворошилов қайд кардааст: «Жанрҳои таҳлилӣ аз рӯйи мавзӯ, тасвири предмет, мақсади мушаххас, вазифаҳои маърифатӣ тарбиявӣ, фароҳии инъикоси воқеият, миқёси

хулосаву умумӣ, хусусияти воситаҳои адабию услубии баён ва воситаҳои тасвирӣ фарқ мекунад» [9, с. 224].

Муҳаққиқи тоҷик М. Муродӣ махсусияти ин гурӯҳи жанрҳоро чунин шарҳ додааст: «Хусусияти фарқкунандаи жанрҳои публицистӣ-бадеӣ, пеш аз ҳама он аст, ки сохтори онҳоро синтез ва алоқамандии аносири ҳуҷҷативу бадеӣ ташкил медиҳад. Дар эҷоди ин гурӯҳи жанрҳо ҳам унсурҳои касбии журналистӣ ва ҳам бадеӣ – ҳунари тасвиргароӣ истифода мешаванд» [37, с. 223]. Ин аст, ки таъсиринокии онҳо ба аудитория бештар аст.

Яке аз жанрҳои, ки дар телевизиони «Тоҷикистон» дар вазъияти ҳассос пайваста истифода мегардад, табсира аст, зеро инъикоси чунин воқеаҳо дар ВАО, бо шарҳу тавзеҳи сураат мегирад. Махсусияти табсира дар он аст, ки бештар мутахассис, ё донандаи хуби соҳа мавзӯро баррасӣ намуда, нозукиҳои масъаларо ба бинанда мефаҳмонад.

Солҳои 1995-2000-ум дар телевизиони «Тоҷикистон» шарҳи сиёсӣ маъмул гардида, воқеа ва рӯйдодҳо саривақт аз ҷониби коршиносон ташреҳ ёфтааст. Хусусан, шарҳу тавзеҳҳои сухангӯии вақти Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон Зафар Сайидов (Зафар Сайидзода), ки дар шакли монолог сураат гирифтааст, аз вежаҳои жанри табсира: воқеаҳои муҳими иҷтимоӣ сиёсӣ, ба ҳуҷҷат ва санад таъя кардан, равшании мавқеи муаллиф хуб бархурдор аст. Дар чунин матолиб таъсири раванд ба пешрафти ҷомеа ва мавқеи Тоҷикистон миёни дигар давлатҳои пешрафт бозгӯ гардидааст, ки дар тасаввуроти бинанда таъсири мусбат мерасонад.

Телевизиони «Тоҷикистон» дар мавридҳои зарурӣ, бо таъя ба андешаҳои шахсиятҳои саршиноси кишвар, доир ба вазъияти рӯз таҳлилҳои пешгӯикунамдаро манзури бинандагон мегардонад. Шарҳҳои Раиси Кумитаи амнияти миллии Тоҷикистон Саймумин Ятимов доир ба вазъи сарҳадҳои Тоҷикистону Қирғизистон намунаи онҳост, ки дар диссертатсия ба таври муфассал таҳлил шудааст.

Жанри дигаре, ки дар шаклгирии имиҷи Тоҷикистон дар хориҷи кишвар мусоидат мекунад, хулосаи матбуот аст. Дар

шабакаҳои телевизиони Тоҷикистон ин жанр дар телевизиони «Чаҳоннамо» маъмултар аст. Барномаи «Матбуоти чаҳон», ки як навъ хулосаи рӯзномаҳои хориҷӣ мебошад, дар қолаби жанри хулосаи матбуот таҳия мегардад.

Нигориш ҳам ба афкори аудитория имконоти таъсиррасонии бештар дорад. Он жанри таҳлилиест, ки объекти таҳқиқаш воқеаҳои муҳимми давраи замони муайян мебошад.

Дар шабакаҳои телевизиони Тоҷикистон жанри нигориш ба таври маҳдуд бошад ҳам, аммо аз он дар барномаҳои хабарӣ истифода мешавад. Яке аз барномаҳои сербинандаи Телевизиони «Тоҷикистон» – «Тоҷикистон ва чаҳон» маҳз дар жанри нигориш таҳия мешавад. Дар он воқеаҳои кайҳо рухдода, факту нагони алақай паҳншуда, воқеаҳои муҳимми чаҳон, ки ба Тоҷикистон рабт доранд, аз назари коршиносон ва баранда таҳлилу баррасӣ мегарданд. Дар барномаи «Тоҷикистон ва чаҳон» унсурҳои асосии жанри нигориш, риоя мешавад, яъне «аввал нигориш ба факт тақия мекунад, бар изофа далелҳо вобаста ба мақсади муаллиф силсилабандӣ мешаванд; дуввум, шорех далелҳоро дар пайванди узвӣ дида баромада, ҳамкориҳои онҳоро дар пайванди ҳамдигар ошкор месозад; сеум, нигориш ҳамеша бо фароҳии таҳлили мавод фарқ карда меистад; чорум, маводди нигориш аксаран, дар чаҳорҷӯбаи таъкиди маводди хронологӣ маҳдуд мегардад» [37, с. 195].

Нигориш дар шабакаҳои телевизиони дигар низ ба мушоҳида мерасад. Чунончи, барномаи «Ҳафтаи варзиш»-и телевизиони «Варзиш».

Барномаи «Стратегия»-и Телевизиони «Сайёҳӣ ва хунароҳии мардумӣ», ки дар шаклирии имиҷи сайёҳии Тоҷикистон таъсиргуздор аст, низ дар қолаби жанри нигориш таҳия мегардад.

Ташаккули имиҷи давлат дар барномаҳои телевизионӣ на танҳо дар қолаби жанрҳои таҳлилий, балки дар қолаби жанрҳои публитсистӣ бадеӣ, бахусус, лавҳаву очерк ва сафарнома низ сурат мегирад. Махсусият ва имконоти ин жанрҳои публитсистӣ-бадеӣ ба табиати имиҷсозӣ созгор аст. Истифодаи ин жанрҳо дар телевизион ҷолибтар аст. Наворҳои гӯё,

нафосату латофату зебоии атроф бадеияти суханро бештар намуда, бинандаро шоҳиди бевоситаи далелу арқом мегардонад.

Лавҳаҳои телевизионӣ аксаран лирикӣ буда, дар муаррифии симои кишвар, махсусан, пойтахти давлат – шаҳри Душанбе нақши бориз мегузоранд. Масалан, силсилалавҳаҳои «Гулҳои Душанбе» иборат аз 10 қисм, тариқи Телевизиони «Тоҷикистон» намунаи онҳост. Ин силсилаи лавҳаҳо бидуни матн зери мусиқии гуногунмазмун омода гардидаанд.

Дар лавҳаҳои лирикии бематни телевизионӣ на танҳо зебоии Душанбе, балки табиати минтақаҳои гуногуни кишвар, махсусан, мавзёҳои сайёҳӣ, тантанаҳои баргузори чорабиниву ҷашнҳои фарҳангӣ, ба монанди Наврӯзи байналмилалӣ, фестивали «Сад ранги чакан», «Сайри гули лола», аксияи «Тоҷикона мепӯшем» ва монанди инҳо, ки аксарият тарғибгари фарҳангу расму оинҳои миллӣ мебошанд, тасвир гардидааст.

Навбӣ дигари лавҳа, ки дар шабакаҳои телевизионӣ истифода шудааст, клип бо сурудҳои ватандӯстона аст. «Тоҷикистон, ба пеш» намунаи чунин лавҳа мебошад, ки дар он дастовардҳои кишвар инъикос гардида, суханони пурэҳсоси Пешвои миллат дар кушодашавии агрегати якуми НБО «Роғун» → Тоҷикистон, ба пеш» нури раҳнамоӣ касб намудааст.

Силсилабарномаҳои «Ривоят ё ҳақиқат», «Роҳ ба роҳ», «Экотуризм»-и Телевизиони «Сайёҳӣ ва ҳунари мардумӣ», ки дар онҳо махсус мавзё ва макону инфросохторҳои сайёҳии кишвар ва табиати мусоид барои саёҳат тарғибу ташвиқ мегардад, аз нигоҳи жанри очерки сафарӣ ва ё сафарнома мебошанд. Очерки телевизионӣ вижагӣ ва таъсирнокии хоса дорад. Хусусияти хоси ин барномаҳо дар он аст, ки иштироки мустақили журналистон дар саҳнаҳои навор ба назар мерасад ва суҷаҳо якдигарро пурра мекунанд.

Фасли сеюми боби панҷуми диссертатсия «Вижагҳои маводди сомонаҳои интернетӣ» ном дошта, дар он хусусиятҳои шакливу ороишӣ ва жанрии маводди сомонаҳои иттилоотӣ таҳқиқ шудааст.

Барои сомонаҳои интернетӣ воситаи қолибу хуб бастабандии чандрасонай (мултимедийная упаковка) махсуб меёбад. Тавассути шаклҳои қолиб метавон маълумоти зиёд пешниҳод намуд. Масъалаи қобили мулоҳиза он аст, ки чунин шаклҳои қолиб барои баъзеҳо формат ва бархеи дигар жанр аст. Дар ин мухталифшинохтӣ, як нуқта аз назари аксар дур мемонад, ки он дар қолаби чандрасонай пешниҳод намудани жанри дилхоҳ, махсусан, жанрҳои таҳлилӣ ва публицистия бадеӣ аст. Дар баробари ин омезиши жанрҳо ва имконоти интернет боиси тавлид ва шаклгирии жанрҳои нав гардидааст, ки тарзи пешниҳодашон қолаби чандрасонаиро талаб мекунад. Яке аз намунаи чунин жанрҳо лонгريد аст, ки дар муҳити касбии рӯзноманигорӣ барои баъзеҳо жанр ва барои бархе ҳамчун формат шинохта мешавад.

Лонгريد матнест, ки далелҳои зиёдро дар худ меғунҷонад ва вобаста ба таркиби воқеаҳо ба қисматҳо ҷудо мешавад, ки бо хондани ҳар қисмат хоҳиши идома додани мутолиа фузун мегардад. Унсурҳои гуногуни лонгريد: расм, графика, графикаи иттилоотӣ, навор, садо, слайд-шоу, харита ва ғ. барои ба қисмҳо ҷудо намудани матн ва қолиб сохтани мавод ёрӣ мерасонанд. Ин унсурҳо ҷузъи иловагӣ набуда, балки қисматҳои асосӣ ба ҳисоб мераванд. Лавҳаҳои дар доираи лоиҳаи «Тоҷикистон, ба пеш»-и сомонаи «АзияПлюс»-ро ба лонгريد метавон нисбат дод. Зеро бо гирифтани расму матн мазмуни навор коста намегардад, маълумоти матнро аз навор гирифтани мумкин аст, ё баръакс матну расм бидуни навор ҳам маълумоти мақсаднокро расонида метавонанд.

Барои ташаккули имичи Тоҷикистон офаридани лонгريد аз таърихи навини Тоҷикистони соҳибистиклол, ки маълумоти комил аз рӯзҳои аввали соҳибистиклолӣ, давраи ҷанги таҳмилӣ, талошҳо барои сулҳ, раванди сулҳсозӣ, таҳкими сулҳ, ташаббусҳои байналмилалӣи Тоҷикистон ва дастовардҳои имрӯзаи он аз аҳамият ҳолӣ нахоҳад буд.

Яке аз вижагиҳои интернет, ки аудитория ба он тавачҷуҳи хосса зоҳир менамояд, ҷустуҷӯ тавассути калидвожаҳост. Ҳангоми ҷустуҷӯ (16.05.2025) бо калимаи «Тоҷикистон»

наворҳои зиёде пайдо гардид, ки бештарашон очеркҳои сафарӣ ва сафарнома мебошанд. Ин гуна мавод, аслан аз ҷониби журналистон ва блогероне, ки ба сайёҳат машғуланду контенти сайёҳиро пеш мебаранд, омода гардидааст. Аз ҷумла, таҳияи сарошпаз ва блогнавис Коте Оганезов зери унвони «Таджикистан: Правда о таджикской еде и рынках, о стране и людях. Невероятное гостеприимство Душанбе» дар шабакаи Ютуб (@koteoganezov) намунаи аз ҷунин очеркгунаҳо аст.

Омӯзиши маводди сомонаҳо нишон медиҳад, ки жанрҳои публицистии бадеӣ дар интернет тадричан зиёд мегардад. Бо вучуди ин очилият ҳислати асосӣ ва муҳимми интернет боқӣ мондааст. Маҳз ҳамин ҷиҳат боиси зиёд шудани ҳаводорони шабакаву сомонаҳои интернетӣ мегардад. Интернет имкон медиҳад, ки аз воқеаи дар ғўшаву канори дунё рухдода ҳамон лаҳза бохабар бошем ва тариқи онлайн шоҳиди раванди ҳодиса гардем.

Сомонаи ширкати телевизионии «Мир» дар бораи Тоҷикистон хабарҳои зиёд нашр мекунад ва ба ин васила кишвари моро дар ҳудуди ИДМ муаррифӣ менамояд. Дар сомонаи ширкат доир ба муваффақияту пешравиҳои соҳаҳои гуногуни асосан хабар пахш карда мешавад. Услуби пешниҳоди хабар дар сомонаи ШТ «Мир» аз сомонаҳои ватанӣ фарқ мекунад. Оғози хабарҳои сомонаи «Мир» ҷолибтар буда, сархати дуҷуми он баръакси иттилоӣ тақрории сомонаҳои ватанӣ маълумоти тоза аст. Дар баробари ин, сомонаи «Мир» дар таҳияи хабарҳо аз имконоти интернет фарох истифода мекунад.

Вижагии пешниҳоди мавод дар сомонаи «Спутник» дар он аст, ки дар робита ба хабари интиҳобгардида дар поёни мавод чанд хабари ҳамсон пайдо мешавад.

Умуман, имконоти интернет аз воситаҳои ахбори оммаи анъанавӣ бештар бошад ҳам, аз он васеъ истифода намегардад. Махсусан, масъулини сомонаҳои давлатӣ ҳанӯз ҳам матолибро дар қолабҳои анъанавӣ дар сомонаҳо мегузоранд.

ХУЛОСА

Баъд аз пошхурии Иттиҳоди Шуравӣ ҷумҳуриҳои дар ҳайати он буда Истиқлолияти сиёсӣ ба даст оварданд. Аксари ҷумҳуриҳо рӯ ба ташаккули давлати мустақил ниҳода, арзишҳои миллии худро эҳё ва шаклу шеваҳои муаррифии онҳоро ҷӯё шуданд. Дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷанги таҳмилии шаҳрвандӣ шуруъ гардид. Ин ҷанг вазъиятеро ба вучуд овард, ки Тоҷикистони тозаистиклол дар воситаҳои ахбори оммаи ватаниву хориҷӣ ҳамчун давлати ҷангзадаву бесубот, транзити маводди муҳаддир, нуқтаи даргири терроризму экстремизм, миллати гурезаву кашшоқ муаррифӣ мешуд. Дар ВАО, бахусус, расонаҳои сатҳи байналмилалӣ дар хусуси дорои таъриху фарҳанги ғанӣ будани тоҷикон сухане садо наметод. Ба ин тариқ, то сулҳи тоҷикон зухури имичи Тоҷикистон ба таври стихиявӣ сурат мегирифт.

Ҳарчанд дар даҳсолаи аввали соҳибистиклолии кишвар ниҳодҳои масъул ва воситаҳои ахбори омма барои ҳифзи эътибори кишвар талош кардаанд, аммо дар самти имичсозӣ стратегия ва концепсияи мушаххасе набудааст. Танҳо баъд аз солҳои 2000-ум дар самти имичсозии давлат қадамҳои устувор гузошта шуд, ки дар сарғаи он Асосгузори сулҳу ваҳдати миллӣ – Пешвои миллат, Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон Эмомалӣ Раҳмон меистад.

Дар замони муосир таваҷҷуҳи Ҷумҳурии Тоҷикистон ба раванди имичсозӣ ва ташаккули имичи давлат зиёд гардида, равишҳои мушаххас дар ин самт муайян шуданд. Имичи мусбати давлат тадриҷан шакл гирифта, эътимоду эътиқоди ҷомеаи ҷаҳонӣ ба кишвари мо нисбатан баланд гардид. Дар самти ҳамкориҳо имконоти васеъ ба даст омад. Дар ин раванд воситаҳои ахбори омма, махсусан, телевизион ва сомонаҳои интернетӣ нақши муҳим доранд. Дар асри иттилоот телевизион ва сомонаҳои интернетии давлатӣ кӯшиш намудаанд, ки бо намоишҳои босифат ва нақшаи муайяни стратегияи имичсозӣ фазаи иттилоотии дохили кишварро таъмин ва ба ин васила дар фазаи иттилоотии ҷаҳонӣ мавқеъ пайдо кунанд. Дар натиҷаи талошҳо маълумот дар бораи Тоҷикистон аз дасти яқум

пешниҳоди ҷомеаи ҷаҳонӣ гардида, ба арзишҳо ва имконоти кишвар таваҷҷуҳи бештар зоҳир мешавад.

Ҳамин тариқ, таҳқиқи нақши воситаҳои ахбори омма дар ташаккули имичи Тоҷикистон ба мо имкон дод, ки ба чунин натиҷаҳо расем:

1. Имиҷ ва имиҷсозӣ мисли ҳама падидаҳои замон аз умқи таърих сарчашма гирифта, ҳанӯз аз давраҳои қадим ҳар давлат барои боло бурдани мавқеъ ва манзалати худ роҳҳои гуногунро интихоб менамудааст. Дар замони муосир барои боло бурдани нуфузу эътибори давлатҳо консепсияи мушаххас ва усулҳои ҳирфай коркард шудааст, ки бо истилоҳ имиҷелогия ё имиҷсозӣ ном дорад. Дар муаррифии тамоми давлатҳо аз ин илм ба таври васеъ истифода мекунад. Ҳарчанд дар давлатдории Тоҷикистон унсурҳои имиҷсозӣ ва равишҳои мушаххас мушоҳида мегардад, аммо дар фазои илмӣ кишварӣ мо моҳияту мафҳуми имиҷ ва имиҷсозии давлат аксар маврид бо PR ва тарғиботи ошкоро омехта мегардад [1-М; 7-М; 9-М; 26-М].

2. Телевизион ва интернет чун воситаи муктадирӣ таъсиррасон, дар раванди имиҷсозии давлат нақши намоён доранд. Махсусан, амалисозии вазифаҳои иттилоотӣ, иҷтимоӣ ва тарғиботии воситаҳои ахбори омма имкон медиҳад, ки ҳадафҳои имиҷсозӣ хуб ва босифат анҷом ёбанд. Ин аст, ки аз ҷониби ҳукумати кишварҳои гуногун ба рушди соҳаи телевизион ва интернет эътибори ҷиддӣ зоҳир мегардад [2-М; 4-М; 10-М; 11-М; 13-М; 14-М; 15-М; 17-М; 23-М].

3. Дар раванди ташаккули имичи Ҷумҳурии Тоҷикистон имконоти геополитикӣ ва мавқеи ҷуғрофӣ, захираҳои табиӣ ба назар гирифта мешаванд ва дар таърих ба он равишҳои гуногунӣ имиҷсозӣ истифода мегарданд [2-М; 6-М; 9-М; 16-М; 19-М; 28-М].

4. Сиёсати имичии Тоҷикистон дар як зумра санадҳои меъёрию ҳуқуқии кишвар ифода ёфта, барои ташаккули имичи кишвар заминаҳои ҳуқуқиро фароҳам овардааст. «Мурочиатнома ба халқи шарифи Тоҷикистон», ки аз ҷониби Раиси Шурои Олии Тоҷикистон Эмомалӣ Раҳмон 19-уми ноябри соли 1992 ироа гардид, сарчашмаи чунин аснод аст.

Минбаъд заминаҳои ҳуқуқӣ дар Консепсияи сиёсати хориҷии Ҷумҳурии Тоҷикистон, Консепсияи сиёсати давлатии ҷалб ва ғимояи сармоягузори Ҷумҳурии Тоҷикистон, Консепсияи сиёсати давлатии иттилоотии Ҷумҳурии Тоҷикистон ифода ёфтаанд. Ҳамчунин, қонунҳои соҳаи ВАО аз қабيلي Қонунҳои Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи матбуоти даврӣ ва дигар воситаҳои ахбори омма», «Дар бораи телевизион ва радиошунавонӣ», «Дар бораи иттилоот», «Дар бораи ҳуҷҷати электронӣ», «Дар бораи иттилоот», «Дар бораи ғимояи иттилоот» ва ғайра ҳамчун асноди ҳуқуқӣ фаъолияти воситаҳои ахбори оммаро дар паҳши арзишҳои миллий ва ғиромидошти эътибору нуфузи давлат ба низом медароранд [1-М; 6-М; 10-М; 16-М; 19-М; 28-М; 30-М;].

5. Дар даҳсолаи аввали соҳибистиклолии кишвар мавзуи муҳимме, ки доир ба Тоҷикистон дар ВАО инъикос гардидааст, сулҳ ва расидан ба он буд. Маҳз дар ҳамин давра журналистон чун сипоҳи пуштибони ватан тавонмандии неруи суҳанро нишон додаанд. Аз ҷумла, ягона шабакаи телевизиони давлатӣ-«Тоҷикистон» бо сареъияти паҳш ва пурмуҳтавоии барномаҳои таҳлиливу публитсистӣ тавонистааст, афкори оммаро ба иттиҳоду сарҷамъӣ ва ормони расидан ба сулҳи воқеӣ майл диҳад [1-М; 4-М; 6-М; 8-М; 10-М; 19-М; 21-М].

6. Аккредитатсияи журналистони хориҷӣ ва имкон додан ба фаъолияти намояндагҳои ВАО-и хориҷӣ дар ҷомеаи Тоҷикистон ва раванди бобарори сулҳофарӣ боиси он гардидааст, ки иттилои воқеияти замон аз «дасти аввал» пешниҳоди ҷомеаи ҷаҳонӣ гардад. Дар ин замина эътиқоду боварӣ нисбат ба ҳукумати нав ва эҳтиром ба сарвари давлат – Эмомалӣ Раҳмон тадриҷан афзун гардидааст [5-М; 11-М; 14-М; 24-М; 27-М; 30-М].

7. Эмомалӣ Раҳмон ҳамчун сарвари сулҳофар, башардӯст, ташаббускор, бунёдкор ва фарҳангсолор дар ташаккули имиҷи Тоҷикистон нақши меҳварӣ дорад. Аксари иттилооти расонаҳои хориҷӣ, ки дар бораи Тоҷикистон таҳия ва паҳш гардидаанд, ба қорнамоӣ, ташаббус ва фаъолиятҳои

босамари Президенти кишвар алоқаманданд [1-М; 5-М;10-М; 11-М; 12-М; 21-М; 22-М; 27-М; 30-М].

8. Баъди солҳои 2000-ум дар ВАО-и дохилӣ ва хориҷии кишвар мавзуи дигар тавҷам бо номи Тоҷикистон маъмул гардид, ки он ташаббусҳои байналмилалӣи Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон доир ба масоили об мебошад. Ташаббусҳои байналмилалӣ, ки зиёда аз ду даҳсола аз ҷониби Тоҷикистон идома дорад, давлати моро ҳамчун давлати ташаббускору муҳофизи сарватҳои табиӣ муаррифӣ менамояд. Талошҳои Ҳукумати кишвар барои дар сатҳи баланд гузаронидани конференсияву ҷаласаҳои гуногуни сатҳи минтақа, ҷаҳон ва ҷалби ҷомеаи ҷаҳонӣ ба масъалаи муҳимми глобалӣи норасоии об боис гардидааст, ки дар телевизион ва сомонаҳои интернетӣ имичи Тоҷикистон чун давлати ташаббускор шакл гирифтааст [5-М; 6-М; 11-М; 19-М; 25-М; 27-М; 29-М; 30-М].

9. Бунёди сохтмони НБО-и «Роғун», ки ҳамчун иншооти азими аср шинохта мешавад, аз мавзӯҳои асосии фазои расонаӣ гардидааст. Агар солҳои аввали эҳёи корҳои сохтмонӣ дар воситаҳои ахбори омма доир ба идома додани ин сохтмон муборизаҳои иттилоотӣ рух дода бошад, аммо баъдан бо талошҳои Ҳукумати Тоҷикистон, бевосита Президенти кишвар, ба кор андохтани агрегатҳои якуму дуюм тамоми монеаҳо аз миён рафта, дар телевизион ва сомонаҳои интернетӣи давлатҳои хориҷа нисбат ба ин сохтмони азим назарҳо неқ гардида, ба истифода додани он на танҳо ба манфиати Тоҷикистон, балки барои минтақа арзёбӣ мешавад [4-М; 6-М; 11-М;12-М; 13-М; 27-М; 30-М].

10. Шабакаи ТВ «Тоҷикистон» пайвасти сиёсати Ҳукумати кишварро тарғиб кунад ҳам, аммо дар таҳияи барномаҳо баъзан ба камбудии касбӣ роҳ медиҳад, ки ба таҷриба ва донишу малакаи сиёсии журналистон вобаста мебошад. Махсусан, набудани шореҳони сиёсӣ дар шабакаҳои телевизионӣи ватанӣ, ки тавонанд вазъияти кишвар, минтақа ва ҷаҳонро саривақт бо далелҳои дақиқ шарҳ диҳанд. Набудани шореҳони худӣ боиси он мегардад, ки аудитория ба вазъи

сиёсии замони худ тавассути назари дигарон вокиф шавад. Имичи сиёсии кишвар унсури асосии ташаккулдиҳандаи имичи давлат аст ва шаклдиҳии он тавассути шабакаҳои телевизионӣ ва ҳамчунин, сомонаҳои интернетии дохилӣ манфиатовартар мебошад [1-М; 17-М; 20-М; 24-М; 29-М].

11. Дар фазои интернетӣ Ҷумҳурии Тоҷикистон чун кишвари сайёҳӣ муаррифӣ гардида истодааст. Ҳамчунин, инъикоси фарҳанг, хосса, меҳмоннавозӣ, либоси миллӣ, хунароҳои мардумии дастӣ ва ҷашнҳои миллӣ, аз ҷумла, Наврӯз, бартарӣ дорад ва вусъат меёбад [9-М; 12-М; 14-М; 25-М; 26-М; 28-М; 30-М].

12. Дар сомонаҳои интернетии кишварҳои ҳамсоя ва давлатҳои шарикони стратегӣ дар бораи Ҷумҳурии Тоҷикистон кам мавод ҷоп мегардад. Он ширкатҳои телевизионӣ, ки дар Ҷумҳурии Тоҷикистон намоёндагии худро ҷаҳол кардаанд, танҳо дар саҳифаҳои тоҷикии сомонаҳои интернетӣ маводди кӯтоҳ нашр мекунанд. Дар саҳифаҳое, ки барои аудиторияи васеъ пешбинӣ гардидааст, доир ба арзишҳои кишвари мо мавод тамоман кам аст [5-М; 9-М; 11-М; 12-М; 18-М; 29-М].

13. Дар инъикос ва тарғиби воқеаҳои имичсоз аз қолаби жанрҳои хабарӣ, аз ҷумла хабару ҳисобот дар ТВ «Тоҷикистон» ва репортажу мусоҳиба дар шабакаҳои ТВ «Варзиш» ва «Ҷаҳоннамо» бештар кор бурда мешавад. Аз муқоисаи маводди иттилоотӣ дар контексти имичи давлат муайян гардид, ки дар раванди имичсозӣ жанри репортаж имконоти васеътар дорад [1-М; 15-М; 24-М; 29-М].

14. Аз таҳлилу баррасиҳо бармеояд, ки бо вучуди имконоти бештари жанрҳои таҳлилӣ дар шабакаҳои телевизионӣ ба таҳияи намоишҳо дар қолаби ин гурӯҳи жанрҳо, бавижа табсира ва хулосаи матбуот кам таваҷҷуҳ мегардад. Дар замони муосир истифода аз имконоти ин жанрҳо ба мақсади ҳифзи манфиатҳои миллӣ ва андешаи ҷомеа аз иттилои муғризона манфиатовар аст [2-М; 10-М; 15-М; 27-М].

15. Таҳияи филмҳои мустанад вобаста ба воқеаву ҳодисаҳои муҳимми таърихӣ дар шабакаи телевизионҳои кишвар тадриҷан мавқеи хосса пайдо кардааст. Чунин филмҳо

дар ташаккули имичи Тоҷикистон имконоти бештар ва нақши муҳим доранд, танҳо дар таҳияи онҳо муносибати ҳирфай ва заҳмати зиёдтар мебояд. Аз таҳлили муқоисавӣ муайян гардид, ки дар аксари ин филмҳо наворҳо такрор омада, боиси руҳ додани якрангӣ гардидааст [9-М; 13-М; 15-М; 17-М; 27-М].

16. Бо вучуди дарки он ки интернет дар фазои иттилоотӣ мавқеи хосса дорад, дар фазои Тоҷикистон имконоти он васеъ истифода намегардад, ки ин ба дониш ва фаҳмиши техникии кормандони сомонаҳои интернетӣ вобаста аст. Бештари мавод, ки аз матн иборатанд, дар қолаби жанру рӯзноманигории матбуотӣ пешниҳод шуда, наворҳо бошанд, айнан тарҳи телевизионианд. Ин усул вижагии маводди интернетиро рӯпӯш намуда, барои аудитория дилгиркунанда аст [4-М; 6-М; 7-М; 18-М; 20-М; 23-М; 24-М].

ТАВСИЯҲО ОИД БА ИСТИФОДАИ АМАЛИИ НАТИҶАҲОИ ТАҲҚИҚ

Аз таҳқиқ ва арзёбиҳои анҷомгирифта бармеояд, ки доир ба нақши ВАО ва сомонаҳои интернетӣ дар ташаккули имичи давлати Тоҷикистон чанд мақола ва маърузаҳои илмӣ дар маҷмӯаҳои гуногун ҷоп шуда бошанд ҳам, то ҳол паҳлуҳои гуногуни мавзуи баррасишаванда мавриди омӯзиши монографӣ қарор нагирифтааст. Бояд қайд кунем, ки доираи баҳси мавзуи имичсозии давлат васеъ буда, месазад, ки атрофи он таҳқиқоти мукаммали илмӣ гузаронида шавад. Бо назардошти мушаххасоти мавзуи таҳқиқ дар диссертатсия кӯшиш шудааст, ки ҷанбаҳои назарӣ ва амалии имич ва имичсозӣ дар заминаи маводди илмӣ ва матолиби ВАО мавриди таҳқиқи амиқ қарор дода шавад. Бинобар ин, дар заминаи натиҷагирӣ аз таҳқиқи мавзӯ барои истифодаи амалии он тавсияҳо пешниҳод карда мешаванд:

1. Ташаккули имичи давлат танҳо бо паҳши иттилоъ муяссар намегардад, он равандест, ки дар натиҷаи омӯзиши ҳамаҷонибаи имконоти кишвар бо стратегияи мушаххаси

муаррифии бартариҳо ба таври динамикӣ сурат мегирад. Ин усул зарурати таъсиси ниҳоди махсуси имичсозии давлатро дар Ҷумҳурии Тоҷикистон ба миён мегузорад. Бо нуруи ин ниҳод концепсияи мушаххаси имичсозии Тоҷикистон таҳия ва татбиқи он дар ҳамкорӣ бо сохторҳои давлатӣ самаранок хоҳад шуд.

2. Маълум аст, ки дар раванди шаклдиҳии имичи давлат воситаҳои ахбори омма нақши муҳим мебозанд. Аз ин рӯ, дар факултету шуъбаҳои журналистика ба тайёр намудани журналистони ҳирфаии имичсоз таваҷҷуҳи хос намудан ва дар барномаҳои таълимии ихтисосҳои рӯзноманигорӣ чорӣ намудани фанни «ВАО ва имичи давлат»-ро зарур медонем.

3. Ба мақсади огоҳ шудан шудан аз раванди оморасозии кадрҳо дар самти имичсозии муосир, ташкил намудани мубодилаи таҷриба ва тақмили ихтисоси омӯзгорони факултету шуъбаҳои журналистика дар марказҳои омӯзишии хориҷи кишвар, махсусан давлатҳои, ки ба ташаккули имичи кишвари худ эътибори хоса медиҳанд, зарур мебошад.

4. Ба вуҷуд овардани шароит ва имконот барои тақмили донишҳои сиёсии журналистон, сатҳи забондонӣ ва маҳорати касбии онҳо, баланд бардоштани малакаҳои техникаи кормандони телевизион ва сомонаҳои интернетӣ барои дар сатҳи баланди касбӣ таҳия намудани барномаҳои ҳувиятсоз мусоидат мекунад.

5. Ташкили марказҳои намоёндагии шабакаҳои телевизионии ватанӣ дар хориҷи кишвар ва таъмин намудани онҳо бо рӯзноманигорони забондон, дорои маърифати сиёсӣ ва касбӣ дар муаррифии дастовардҳои кишвар ва тарғиби ғояҳои мусбати имичсоз аз аҳаммият ҳолӣ нахоҳад буд.

6. Бознигарӣ ва тақмили низоми фаъолияти шабакаи ТВ «Ҷаҳоннамо» ё таъсиси шабакаи телевизионии фаромиллӣ бо мақсади ҳамкориҳои пайваста бо расонаҳои хориҷӣ ва таҳияи мавод бо назардошти аудиторияи беруна бо ҳадафи ташаккули имичи байналмилалӣ Ҷумҳурии Тоҷикистон тақозои замон аст.

7. Бо забонҳои гуногуни хориҷӣ фаъол намудани саҳифаҳои сомонаҳои иттилоотии шабакаҳои телевизионӣ ва агентҳои иттилоотӣ боиси васеъ гардидани доираи аудитория ва динамикаи имичи давлат хоҳад шуд.

8. Дар шакли рисолаи алоҳидаи диссертсионӣ мавриди таҳқиқ қарор додани самтҳои гуногуни имичсозии давлат, махсусан, ташаккули имичи сулҳофарӣ ва ташаббускории Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон Эмомалӣ Раҳмон чун Пешвои сиёсӣ, нақш ва мавқеи расонаи мушаххас дар инъикос ва баррасии воқеиятҳои имичсоз ва тарғиби ғоя ва андешаҳои миллӣ арзишнок мебошад.

Дар маҷмӯъ, нақши воситаҳои ахбори омма, бахусус, телевизион, сомонаҳои интернетӣ ва оҷонсиҳои иттилоотӣ дар инъикоси воқеиятҳо ва андешаҳои имичсоз қобили мулоҳиза мебошад. Кори диссертсионии мо ибтидои таҳқиқи мушаххас дар ин самт маҳсуб ёфта, таҷриба бояд мавриди таваҷҷуҳи донишмандон, унвонҷӯён ва алоқамандони соҳа қарор гирад. Он чи ки дар доираи таҳқиқ ба анҷом расонида шуд, аз масъалаҳои мубрами соҳа буда, дурнамои мавзӯи таҳқиқии диссертсӣро собит менамояд.

РҶҲАТИ ИНТИШОРОТИ ИЛМИИ ДОВТАЛАБИ ДАРАҶАИ ИЛМӢ ДОИР БА МАВЗҶИ ДИССЕРТАТСИЯ

I. Монография

[1-М]. Сафарзода, М.А. ВАО ва ташаккули имичи Тоҷикистони соҳибистиклол [Матн]: монография / М. А. Сафарова. – Душанбе, 2025. – 190 с.

II. Таълифоти муаллиф дар маҷаллаҳои илмӣ тақризшавандаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон:

[2-М]. Сафарова, М.А. Мавқеи телевизион дар муборизаҳои иттилоотӣ [Матн] / М.А. Сафарова // Паёми Донишгоҳи

- миллии Тоҷикистон. Бахши илмҳои филологӣ. – Душанбе, 2020. – №4. – С. 284-288.
- [3-М]. Сафарова, М.А. Нигоҳи илмие ба фаҳмиши бренд-журналистика дар Тоҷикистон [Матн] / М.А. Сафарова // Гузоришҳои Академияи миллии илмҳои Тоҷикистон. Шуъбаи илмҳои ҷамъиятшиносӣ. – Душанбе, 2021. – №1. (013). – С. 218-223.
- [4-М]. Сафарзода, М.А. Бозтоби симои Пешвои миллат дар барномаҳои ТВ «Тоҷикистон» [Матн] / М.А. Сафарова // Паёми Донишгоҳи давлатии Бохтар ба номи Носири Хусрав. Силсилаи илмҳои гуманитарӣ ва иқтисодӣ. – Бохтар, 2023. – №1/4 (116) – С. 29-32.
- [5-М]. Сафарзода, М.А., Кучарова, Н.А. Имиҷи Ҷумҳурии Тоҷикистон дар сомонаҳои иттилоотии ИДМ [Матн] / М.А. Сафарова, Н.А. Кучарова // Идоракунии давлатӣ. – Душанбе, 2023. – №4/2 (64). – С. 442-448.
- [6-М]. Сафарзода, М.А. Пешвои миллат, бренди давлат ва заминаҳои стратегии амалишавии он [Матн] / М.А. Сафарова // Паёми Донишгоҳи давлатии Кӯлоб ба номи Абуабдуллоҳи Рӯдакӣ. Бахши илмҳои таърих ва бостоншиносӣ, педагогика ва филология. – Душанбе, 2024. – №2 (35). – С. 201-205.
- [7-М]. Сафарзода, М.А. Реклама, PR ва бренд – журналистика: умумият ва тафовут [Матн] / М.А. Сафарова // Паёми Донишгоҳи давлатии Кӯлоб ба номи Абуабдуллоҳи Рӯдакӣ. Бахши илмҳои таърих ва бостоншиносӣ, педагогика ва филология. – Душанбе, 2024. – №3 (36). – С. 153-157.
- [8-М]. Сафарзода, М.А. Инъикоси раванди сулҳҷӯӣ дар Тоҷикистон [Матн] / М.А. Сафарова // Идоракунии давлатӣ. – Душанбе, 2024. – №4-3 (71). – С. 478-487.
- [9-М]. Сафарзода, М.А. Унсурҳои асосии имиҷсозӣ дар раванди шаклгирии имиҷи давлат [Матн] / М.А. Сафарова // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Бахши илмҳои филологӣ. – Душанбе, 2024. – №10. – С. 383-389.

- [10-М]. Сафарзода, М.А. Кӯшишҳои сулхофари Эмомалӣ Раҳмон ва инъикоси он дар телевизиони «Тоҷикистон» [Матн] / М.А. Сафарова // Паёми Китобхонаи милли. – Душанбе, 2024. – №4 (8). – С. 97-105.
- [11-М]. Сафарзода М.А. Бозтоби симои Тоҷикистон дар воситаҳои ахбори оммаи хориҷӣ [Матн] / М.А. Сафарова // Паёми Донишгоҳи давлатии Кӯлоб ба номи Абуабдуллоҳи Рӯдакӣ. Бахши илмҳои таърих ва бостоншиносӣ, педагогика ва филология. – Кӯлоб, 2025. – №3-2 (41). – С. 231-236.
- [12-М]. Сафарзода М.А. Нақши агентҳои иттилоотӣ дар муаррифии Тоҷикистон [Матн] / М.А. Сафарова // Паёми Донишгоҳи давлатии Кӯлоб ба номи Абуабдуллоҳи Рӯдакӣ. Бахши илмҳои таърих ва бостоншиносӣ, педагогика ва филология. – Кӯлоб, 2025. – №3-1 (40). – С. 265-274.
- [13-М]. Сафарзода, М.А. Инъикоси раванди сохтмони НБО «Роғун» дар Телевизиони «Тоҷикистон» [Матн] / М.А. Сафарова // Идоракунии давлатӣ. – Душанбе, 2025. – №3 (74). – С. 578-584.
- [14-М]. Сафарзода, М.А. Вижагиҳо ва имконоти маводди интернетӣ аз манзари муаррифии кишвар [Матн] / М.А. Сафарова // Паёми Китобхонаи милли. – Душанбе, 2025. – №3 (11). – С.129-137.
- [15-М]. Сафарзода, М.А., Муродӣ М. Б. Имконоти жанрҳои публитсистии бадеӣ дар намои имичи давлат [Матн] / М.А. Сафарова, М.Б. Муродӣ // Паёмномаи фарҳанг. – Душанбе, 2025. – №3 (71). – С. 98-106
- [16-М]. Сафарзода, М.А. Имиҷсозии давлат ва заминаҳои ҳукукии он дар Тоҷикистон // Паёми Донишгоҳи омӯзгорӣ. – Душанбе, 2025. – №3 (19). – С. 149-154.
- [17-М]. Сафарзода, М.А. Таъйиноти тарғиботӣ ва усулҳои имиҷсозӣ дар ВАО // Паёми Донишгоҳи давлатии Бохтар ба номи Носири Хусрав. Силсилаи илмҳои гуманитарӣ ва иқтисодӣ. – Бохтар, 2025. – №1/3 (137). – С. 224-228.

III. Таълифоти муаллиф дар маҷмуаҳо ва нашрияҳои дигари илмӣ:

- [18-М]. Сафарова, М.А. Омилҳои объективии таъсири журналист ба аудитория дар заминаи барномаҳои муаллифӣ ва нақши маҳорати суҳбатнигорӣ дар Youtube [Матн] / М.А. Сафарова // Маводди конференсияи байналмилалӣ илмӣ амалӣ «Медиалингвистика ва услубшиносӣ: проблема ва дурнамо». Бахшида ба 85-солагии профессор Б. Камолиддинов. – Душанбе, 2020. – С. 117-122.
- [19-М]. Сафарзода, М.А. Пешвои миллат ва имиджи давлат [Матн] / М.А. Сафарова // Воситаҳои ахбори омма ва ташаккули давлатдорӣ миллӣ. – Душанбе: ЧДММ «Нушбод», 2021. – С. 182-188.
- [20-М]. Сафарзода, М.А. Бренд-журналистика дар Тоҷикистон ҳамчун усули ташаккули ВАО [Матн] / М.А. Сафарова / Маводди конференсияи ҷумҳуриявӣ апрелии илмӣ-назариявӣ бахшида ба 30-солагии Истиқлоли давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон. – Душанбе, 2021. – С. 126-131.
- [21-М]. Сафарзода, М.А. Заминаҳои амаливу назариявӣ худсозии Пешвои миллат дар шароити муосир – намуна барои ҷавонон [Матн] / М.А. Сафарова // Иштироки ҷавонон дар идоракунии давлатӣ ва хизмати давлатӣ дар солҳои соҳибистиқлолӣ. – Душанбе. – С. 31-38.
- [22-М]. Сафарова, М.А. Нигоҳе ба равшанӣ маҷмаи суҳанварии Пешвои миллат ва нишонрасу таъсиргузор будани он [Матн] / М.А. Сафарова // Маводди конференсияи байналмилалӣ илмӣ-амалӣ бахшида ба 30-солагии Истиқлолияти давлатии Тоҷикистон – 5-6 октябри 2021 // Маҷмуаи мақолаҳо, Ҳизби Халқии Демократии Тоҷикистон. – Данғара, 2021. – С. 204-211.
- [23-М]. Сафарзода, М.А. Вижагиҳои таҳияи маводди сомонӣ дар қолаб ва жанрҳои публитсистӣ [Матн] / М.А. Сафарова // Донишгоҳи миллии Тоҷикистон, кафедраи матбуот. Маводди конференсияи ҷумҳуриявӣ илмӣ назариявӣ дар мавзӯи «Масъалаҳои илм ва таҳсилоти

журналистӣ дар шароити ташаккули рӯзноманигории чандрасонай». – Душанбе: Матбааи ДМТ, 2021. – С.137-144

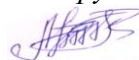
- [24-М]. Сафарзода, М.А. Шабакаҳои иҷтимоӣ ҳамчун заминаи шаклгирии имиҷи журналист дар Тоҷикистон [Матн] / М.А. Сафарова // Таҳсилоти журналистӣ дар Тоҷикистон: вазъият, мушкилот ва пешомад (мачмуаи мақолаҳои конференсияи ҷумҳуриявии илмӣю амалӣ, 18 марти соли 2022). – Душанбе, 2022. – С. 171-176.
- [25-М]. Сафарзода, М.А. Эмомалӣ Раҳмон ва шаклгирии унсурҳои нави имиҷи ҷавонон тавассути озмунҳои ҷумҳуриявӣ [Матн] / М.А. Сафарова // Мактаби сиёсии Пешвои миллат. Маводди конференсияи байналмилалӣ илмӣ-амалӣ бахшида ба 25-солагии Ваҳдати миллӣ – 10-11 июни 2022, ХХДТ, Донишкадаи энергетикаи Тоҷикистон. – Бохтар, 2022. – С. 161-165.
- [26-М]. Сафарзода, М.А. Пажӯҳиши масъалаҳои назариявии имиҷ ва имиҷсозӣ дар журналистика // Маводди конференсияи илмӣ-назариявӣ дар мавзӯи «Нақши ВАО дар таъмини амнияти иттилоотии Ҷумҳурии Тоҷикистон». – Душанбе, 2023. – С. 33-36.
- [27-М]. Сафарзода М. А. Внешний имиҷ Республики Таджикистан на информационных сайтах стран СНГ [Текст] / М.А. Сафарова // Zamonaviy elektron ommaviy axborot vositalari faoliyatining taraqqiyot tendensiyalari («Тенденция развития деятельности современных электронных СМИ». – Toshkent «Mashhur-Press», 2024. – С. 64-71.
- [28-М]. Сафарзода, М.А. Заминаҳои ташаккули имиҷи сайёҳии Тоҷикистон [Матн] / М.А. Сафарова // Маводди Конференсияи ҷумҳуриявии илмӣю амалӣ дар мавзӯи «Услубиношӣ ва медиалингвистика: проблема ва дурнамо. – Душанбе, 2024. – С. 237-241.
- [29-М]. Сафарзода, М.А.Ташреҳи воқеияти имиҷсоз дар қолаби жанрҳои иттилоотӣ [Матн] / М.А. Сафарова // Маводди Конференсияи ҷумҳуриявии илмӣю назариявӣ дар мавзӯи

«Масъалаҳои назарӣ ва амалии публитсистикаи тоҷик дар замони муосир». – Душанбе, 2025. – С. 180-198.

[30-М]. Сафарзода, М.А. Симои Тоҷикистон дар ВАО-и хориҷӣ [Матн] / М.А. Сафарзода // Воситаҳои ахбори омма ва ҳимояи манфиатҳои миллий. – Душанбе: Меҳроҷ Граф, 2025. – С. 104-116.

ТАДЖИКСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи



УДК: 654.197+004.07 (575.3) + (76.32+73:76.12 (2 Тоҷик))

САФАРФЗОДА МОХИРА АМИРАЛИ

**РОЛЬ ТЕЛЕВИДЕНИЯ И ИНТЕРНЕТ-САЙТОВ
В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА ТАДЖИКИСТАНА**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертация на соискание учёной степени доктора
филологических наук по специальности
6.2.22. Журналистика

ДУШАНБЕ – 2026

Диссертация выполнена на кафедре телевидения и радиовещания факультета журналистики Таджикского национального университета.

Научный консультант:

Муроид Мурод Берди – доктор филологических наук, профессор кафедры печати факультета журналистики Таджикского национального университета.

Официальные оппоненты:

Рахимов Абдухамит Абдибосирович – доктор филологических наук, профессор кафедры отечественной и международной журналистики факультета русской филологии, журналистики и медиатехнологий Межгосударственного образовательного учреждения высшего образования «Российско-Таджикский (славянский) университет»;

Саидмурод Ходжазод – доктор филологических наук, профессор общеуниверситетской кафедры таджикского языка Таджикского государственного педагогического университета имени Садриддина Айни;

Хамидиён Илхомджон Иномзода – доктор филологических наук, профессор кафедры языка и культуры Международного университета туризма и предпринимательства Таджикистана.

Ведущая организация:

Государственное образовательное учреждение «Таджикский государственный институт культуры и искусств имени Мирзо Турсунзаде».

Защита диссертации состоится «30» августа 2026 года, в 13:00 часов на заседании диссертационного совета 6D.KOA-123 при Таджикском национальном университете (адрес: город Душанбе, 734025, Республика Таджикистан, г. Душанбе, проспект Рудаки, 17, e-mail: zbsh@list.ru; телефон: (+992) 90 730 70 35);

С содержанием диссертации можно ознакомиться в центральной библиотеке Таджикского национального университета (734025, город Душанбе, проспект Рудаки, 17) и на сайте www.tnu.tj.

Автореферат разослан «__» _____ 2026 года.

**Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук**



Зоирён Б.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

ГТВ – Государственное телевидение

ГЭС – Гидроэлектростанция

ИТАР-ТАСС – Российское телеграфное агентство –
Телеграфное агентство Советского Союза

НИАТ – Национальное информационное агентство
Таджикистана

НСР – Национальная стратегия развития

ОБСЕ – Организация по безопасности и сотрудничеству в
Европе

ООН – Организация Объединенных Наций

РТ – Республика Таджикистан

СМИ – Средства массовой информации

СНГ – Содружество Независимых Государств

СССР – Союз Советских Социалистических Республик

ТВ – Телевидение

ТК – Телевизионная компания

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В современную эпоху все более очевидной становится роль средств массовой информации, особенно телевидения и интернет-сайтов, в отражении деятельности государственных структур, популяризации национальной идеи, представлении государства и формировании его имиджа. В этом контексте формирование имиджа государства посредством телевизионных каналов и сайтов является одной из важных задач, и каждое государство разрабатывает свою концепцию формирования имиджа в соответствии со своими возможностями и обстоятельствами, вовлекая в ее реализацию все государственные структуры.

Имидж – это концепция, образ, внешний или духовный вид кого-либо, чего-либо, события, места, который формируется в обществе, у человека, и при произнесении того же выражения в сознании возникает состояние, действие или образ, которые могут быть реальными, но также могут быть воображаемыми или вымышленными. Например, Фирдоуси назвал Сиёвуша «ангелом», Убайди Зокони назвал манеры знати своего времени своей религией, Садриддин Айни назвал Гитлера «Чингисханом XX века» и т. д. То есть образ может быть позитивным или негативным.

Имидж обычно формируется, то есть создается. В исследовании термин «создание имиджа» используется только в позитивном смысле.

Хотя концепция имиджа и имиджмейкинга стала популярной в середине XX века, ее первоначальные признаки можно проследить до древних времен. В этом смысле элементы создания имиджа также можно наблюдать в устной и классической литературе таджикского и персидского языков. Лучшими примерами этого являются «Шахнаме» Фирдоуси, «Ахлок-уль-ашраф» Убайда Зокони, «Сиёсатнаме» Низамульмулка, «Кобуснаме» Кайковуса и «Бадоеъ-ул-вакоеъ» Васифи, которые описывают способы формирования

человеческой личности, продвигая идею справедливого царя, цивилизованного государства и равноправного общества.

С появлением новых современных идей, прогрессом науки и техники, формированием информационного общества, расширением сферы влияния, усилением борьбы за место в информационном мире и объединением социальных и экономических наук в социальных науках возникло новое направление, называемое имиджелогией. Причиной этого процесса стало новое глобальное разделение, начавшееся после распада Советского Союза и социалистической мировой системы. Государства теперь знакомятся друг с другом и сотрудничают по-новому, ищут новые пути взаимодействия, поскольку форма конкуренции изменилась. Имидж играет особую и определяющую роль в этом процессе.

Известно, что «В современном мире науки, в целом, делятся на гуманитарные и точные. Каждая из них охватывает широкий круг областей и состоит из десятков отраслей» [23, с. 139]. Имиджелогия, как одна из отраслей науки, также изучается с разных сторон. Очень интересной и всеобъемлющей отраслью имиджелогии является образ государства, в процессе которого важную роль играют средства массовой информации, особенно телевидение и интернет-сайты. В частности, в наше время большинство стран используют все возможности СМИ для формирования своего позитивного имиджа – как внутри страны, так и на международной арене.

Одним из важных элементов имиджа государства является представление ценностей и достижений страны как внутри страны, так и за рубежом. Представление осуществляется через средства массовой информации. Известно, что любые СМИ функционируют, учитывая интересы основателя. Способ работы СМИ и их роль в формировании имиджа государства во многом зависят от основателя. Поэтому каждое государство стремится создать собственные средства массовой информации для защиты своего позитивного имиджа.

Республика Таджикистан, как независимое государство, также прилагает большие усилия для формирования своего

позитивного имиджа. Хотя процесс формирования международного имиджа Таджикистана начался в XXI веке, основы для формирования его имиджа через СМИ восходят к первым годам независимости, особенно после XVI сессии Верховного Совета. Сотрудничество с зарубежными СМИ, аккредитация иностранных журналистов, приглашения журналистов на посещение регионов страны, принятие нормативно-правовых актов в сфере СМИ, требующих от журналистов представлять независимый Таджикистан, являются одними из политических и социальных факторов, создавших условия для формирования имиджа страны.

С достижением мира и национального единства постепенно выявились политические, социальные, экономические, правовые и профессиональные факторы в направлении формирования имиджа. Концепция «формирования имиджа» была введена в законодательство, стратегию, концепцию и другие нормативно-правовые акты. Эти документы побуждают различные государственные структуры не оставаться равнодушными к реализации имиджевой политики Таджикистана, постоянно налаживая эффективное сотрудничество со средствами массовой информации в её осуществлении.

Процесс формирования имиджа, особенно имиджа государства, не ограничивается одной сферой, он дает положительные результаты при непрерывном сотрудничестве различных сфер. В этом процессе телевидение и интернет-ресурсы занимают особое место и предоставляют особые возможности, поэтому изучение и исследование их роли в представлении государства и правительства и формировании его позитивного имиджа со всех сторон является важным и значимым.

Степень изученности научной темы. Изучение данной темы в таджикской журналистике относительно новое. Диссертационные исследования по вопросам формирования имиджа государства через средства массовой информации, особенно телевидение и интернета, до сих пор не проводилось.

Ссылки на работы встречаются лишь в отдельных главах и разделах диссертаций, научных статей и докладов по этой теме.

В зарубежных странах, особенно в Российской Федерации, США и европейских странах, проведено множество научных работ по теме имиджа и его формирования, а также роли СМИ в этом процессе изучалась с разных точек зрения. Поскольку имидж государства формируется в результате взаимодействия различных факторов, его изучение и исследование побуждают нас обратиться к работам ученых из разных областей. Поэтому в диссертационной работе мы разделили литературу, относящуюся к теме исследования, на следующие группы:

1. Общая литература по имиджу и имиджелогии. В эту группу входят, прежде всего, работы классических персидских и таджикских мыслителей и писателей – Абулькасима Фирдоуси, Низомульмулки Туси, Убайди Зокани, Саади Ширази, Унсурулмаоли Кайковуса, Зайниддина Махмуда Васифи, Абдурахмана Джоми и других, в которых упоминаются научные и философские идеи об идеальной власти, прочных основах государственности, концепциях справедливого царя и идеального государства. Обсуждения в этой группе можно отнести к фундаментальным идеям имиджа до появления имиджелогии.

В частности, Фирдоуси упоминает в «Шахнаме» многих царей, чей прогресс или упадок зависели от стиля их правления. Он описывает каждого царя со дня восшествия на престол до ухода с власти, а также описывает постепенное развитие его личности как лидера. Фирдоуси считает, что значимость личности лидера, его престиж и авторитет, развитие государства и слава правительства зависят от различных факторов. Из историй в «Шахнаме» следует, что с самого начала каждое государство использовало различные методы и способы для достижения престижа, авторитета и величия, которые и сегодня используются как основные элементы имидж государства.

Унсурулмаоли в образе своего сына призывает людей к самосовершенствованию и подчеркивает посредством различных наставлений, что для того, чтобы занять положение в обществе и заслужить уважение, человек должен быть воспитан в духе

хороших человеческих качеств. Вопросы, обсуждаемые в «Кабусоме» Кайковуса, считаются фундаментальными в современной теории имиджологии и оказывают глубокое влияние на формирование индивидуального имиджа.

Работы исследователей В. Шепеля [92; 93; 94], И. К. Черёмушниковой [90], И. В. Чернышевой [90], Б. Н. Хатунсева [86] имеют сильный теоретический аспект. Эти исследователи рассматривали концепцию и сущность образа, фундаментальные научные основы образа и его формирования, периоды становления имиджологии как самостоятельной отрасли науки, элементы, тенденции и другие аспекты развития бренда и образа, а также выявили некоторые особенности государственного образа и основы его построения и формирования.

Виктор Шепель рассматривает имидж как совокупность установок и впечатлений, формирующихся в сознании общества по отношению к человеку, группе, организации и объекту в целом. Его книги, в частности «Имиджология. Секреты личного обаяния» [92], «Имиджология. Как нравиться людям» [93] и «Менталитет лидера» [94], способствовали пониманию теории имиджологии, ее элементов, целей и технологий формирования образа.

Исследователи И. М. Синяева [30; 70], О. Н. Жилсов [70], В. М. Маслова [30], А. Ю. Панасюк [49] и другие в основном сосредоточились на вопросе стратегий формирования имиджа, его типах, имиджмейкере и его задачах. В ходе исследований этих ученых можно найти информацию о специфике формирования имиджа, объекте формирования имиджа, концепции формирования имиджа и брендинга, ответственности специалиста по формированию имиджа и тому подобное.

В исследованиях других ученых З. Ш. Сайидзода [64; 65; 66], Е. Боулдинг [116], Е. А. Галумов [11; 12], Д. Н. Замятин [18], Д. П. Гавра [10], А. Н. Чумиков [91] и другие непосредственно обращались к вопросу изучения образа государства, и авторы пытались определить конкретные подходы к образу в процессе его построения. Каждый автор по-своему интерпретировал концепцию формирования государственного имиджа, отдавая

предпочтение тому или иному подходу. В этом процессе также оценивались инструменты формирования имиджа. Например, таджикский исследователь З. Сайидзода считает важной роль средств массовой информации в процессе формирования имиджа Республики Таджикистан и полагает, что имидж государства формируется в результате систематической деятельности правительства и государственного управления с помощью средств массовой информации [66, с. 5-6].

2. Произведения Основателя мира и национального единства – Лидера нации, Президента Республики Таджикистан уважаемого Эмомали Рахмона, книги об уважаемом Эмомали Рахмоне и его школе государственности формируют **концепцию** исследования. В частности, книги «Истиқлолияти Тоҷикистон ва эҳёи миллат» («Независимость Таджикистана и возрождение нации») [58], «Тоҷикистон: даҳ соли истиқлолият, ваҳдати миллӣ ва бунёдорӣ» («Таджикистан: десять лет независимости, национального единства и творчества») [62], «Тоҷикистон: чаҳор соли истиқлолият ва худшиносӣ» («Таджикистан: четыре года независимости и самосознания») [54], «Тоҷикон дар оинаи таърих» («Таджики в зеркале истории») [59] уважаемый Эмомали Рахмон предоставляет полезную информацию для всестороннего изучения истории и цивилизации таджикской нации, формирования независимого Таджикистана, процесса миростроительства, творчества, формы правопорядка и в этом контексте формирования имиджа независимого Таджикистана. В частности, книга «Таджики в зеркале истории. От Ориан до Сомонианцев» не только содержит краткую историческую информацию о культуре и цивилизации таджиков, но и знакомит читателя с историческими личностями, занявшими особое место в обществе благодаря своим достойным достижениям.

3. Монографические научные исследования имиджа государства. В современную эпоху все больше внимания уделяется изучению имиджа государства. В частности, российские исследователи И.К. Черёмушникова [115], К.А. Кузина [104], Г.Дж. Айдоган [98], К.В. Киуру [107], А.Н. Соломатин [113], К.В. Мруг [107] изучали этот вопрос в своих

диссертациях и посредством анализа и обзоров определили образ Российской Федерации в СМИ различных стран или образ других стран в российских СМИ и образ политических лидеров.

В научной среде Таджикистана эта тема относительно нова и рассматривается в отдельных главах и разделах диссертаций таджикских исследователей Р.Е. Рахмоновой [110], И.И. Баротова [99], О.Н. Зардовой [102] и другие освещают вопросы об имидже Республики Таджикистан в той степени, которая помогает изучить некоторые аспекты этой темы.

Например, таджикский исследователь И. Баротов, обращая внимание на формирование образа государств в эпоху глобальных перемен, считает: «Для обеспечения устойчивого развития общества и государства, прежде всего, необходимо наличие динамичного мышления в духовной культуре нации, чтобы укрепить потенциал национальной перспективы в условиях новых глобальных изменений. Изменения уровня развития общества и государства во многом зависят от уровня сознания и мышления нации» [99, с. 31].

Исследователь О. Зардова в одном из разделов своей диссертации обратилась к истории формирования образа Таджикистана, отнеся её к началу XXI века. В диссертации Р. Рахмонова можно найти информацию о положении Таджикистана в международных организациях и их влиянии на имидж Таджикистана.

С другой стороны, в работе широко используются книги, имеющие научную и историческую ценность и написанные политиками и непосредственными свидетелями процесса новой государственности таджиков. В частности, книги Т.Н. Назарова [51], А. Достиева [17], О.Э. Рахмона [51], С. Ятимова [97], И.К. Усмонова [77, 78, 79], З.Ш. Сайидзода [64, 65; 66], А.Г. Холикзода [51], С.С. Фаттоева [51] и другие. Через эти книги мы можем познакомиться с историей создания нового таджикского государства, в центре всех событий которого стоит личность уважаемого Эмомали Рахмона, шаг за шагом с процессом формирования личности уважаемого Эмомали Рахмона как

политического лидера и, в этом процессе, с формированием образа Таджикистана.

4. Исследование роли СМИ в формировании имиджа государства. В эту группу входили работы таджикских исследователей И.К. Усмонова [80; 81; 82; 84], А. Садуллоева [67; 68; 69], А. Нуралиева [46], Б. Камолиддинова [25], А. Азимова [3; 4; 5; 6; 7], М. Муроди [35; 36; 37; 38; 39; 40; 41; 42], М. Имомзода [23; 24], М. Абдуллоева [1; 2], Дж. Садуллоева [111], Дж. Мукима [31; 32; 33], К. Мухтори [43], Б. Хошимзода [23], С. Ходжазод [87], П. Гулмуродзода [67], С. Гулова [14], И. Хамидиёна [85; 88], зарубежных исследователей Э.Л. Прохорова [52], С.Г. Корконосенко [27], А. Тертычного [72], В.В. Ворошилова [9], М.Н. Кима [26], В.Л. Цвика [89], М. Дефлера [15], С. Болл-Рокеач [15] и другие. Их работы позволили нам изучить формирование имиджа в контексте социально-коммуникационных и пропагандистских целей. Кроме того, эти книги помогли понять возможности и особенности телевидения и интернета, специфику журналистских жанров и способы их использования в процессе формирования имиджа.

Например, в книге «Журналистика» исследователь И. Усмонов размышляет о специфике работы журналиста и его главных задачах, подчеркивая, что на фоне журналистской деятельности постоянно присутствует пропаганда. В другой книге «Жанры публицистики» содержится краткая информация о возможностях жанров в процессе выполнения журналистских задач.

Исследователь М. Муроди также уделил большое внимание вопросу распознавания жанров и их возможностей, и в своих исследованиях он осветил главные задачи средств массовой информации, специфику и возможности жанров, а также распознавание аудитории.

Исследователь М. Муким в своих работах уделял больше внимания вопросам информационной борьбы, холодной войны, положению средств массовой информации в процессе глобальных изменений, роли интернета в современном мире,

специфике мультимедийной журналистики, и в этом контексте освещал вопрос формирования имиджа государств.

Исследователь И. Хамидиён также обращал внимание на вопросы связей с общественностью, специализированной журналистики, рекламы, пропаганды, брендовой журналистики, имиджа Таджикистана в СМИ, формирования имиджа в информационном пространстве Таджикистана и имиджа Лидера нации.

Связь исследования с программами либо научной тематикой. Тема диссертационной работы тесно связана с учебно-научными программами журналистики, политологии, имиджологии, социологии и истории. Исследование является частью научно-исследовательской работы кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики Таджикского национального университета на 2016-2020 и 2021-2025 годы. Диссертационная работа по содержанию соответствует темам, предусмотренным в Постановлении Правительства Республики Таджикистан от 26 сентября 2020 г. № 503 «О приоритетных направлениях научно-технических исследований в Республике Таджикистан на 2021-2025 годы» и Постановлении Правительства Республики Таджикистан от 30 июня 2021 г. № 263 «О стратегии Республики Таджикистан в области науки, техники и инноваций на период до 2030 года».

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования – определить роль средств массовой информации, особенно телевидения и веб-сайтов, в формировании имиджа Республики Таджикистан. Для достижения этой цели и определения концепции формирования государственного имиджа, а также средств его реализации через СМИ, были поставлены следующие **задачи**:

- изучение исторического контекста, социально-политических и культурных факторов, лежащих в основе имиджа и его формирования;

- обзор научно-теоретических аспектов и методов формирования имиджа в современной научной среде;
- исследование роли средств массовой информации, особенно телевидения и веб-сайтов, в реализации стратегии формирования имиджа;
- выявление основных особенностей государственного имиджа и путей его формирования;
- определение правовых основ формирования имиджа в Таджикистане и возможностей реализации элементов формирования имиджа в зависимости от существующих условий посредством научных обзоров;
- изучение процесса миротворчества таджиков в контексте имиджа государства и страны;
- выявление особенностей политического имиджа Главы государства и его влияние на формирование имиджа Таджикистана;
- определение роли телевидения в формировании миротворческого образа уважаемого Эмомали Рахмона путем анализа различных телевизионных программ;
- научное обоснование роли телевидения и веб-сайтов в формировании международного имиджа Таджикистана в контексте внешней политики страны;
- рассмотрение роли международных инициатив Президента Республики Таджикистан в формировании международного имиджа государства и позицию отечественных телеканалов в этом процессе;
- выявление и обоснование роли национальной идеи как инструмента формирования имиджа в медиаматериалах о Рогунской гидроэлектростанции;
- анализ программ государственных телеканалов Таджикистана (ТВ «Таджикистан», ТВ «Джахоннамо», ТВ «Варзиш», ТВ «Туризм и народные ремесла») в отражении и продвижении государственной политики Республики Таджикистан;
- выявление особенностей веб-материалов в формировании имиджа Таджикистана;

- сравнительный анализ телевизионных программ и веб-материалов стран СНГ о событиях Таджикистана;
- определение роли новостных жанров в отражении событий, формирующих имидж;
- демонстрация возможностей и методов использования аналитических, журналистских и художественных жанров в отображении и обсуждении процессов формирования государственного имиджа;
- выявление общих и специфических особенностей материалов информационных сайтов об имидже государства посредством сравнительных обзоров.

Объектом исследования являются программы таджикских телеканалов, телеканалов Содружества Независимых Государств, веб-сайты телеканалов, официальные сайты информационных агентств, а также материалы с официальных сайтов о Таджикистане. Источники исследования послужили материалы государственных телеканалов, включая ТВ «Таджикистан», ТВ «Джахоннамо», ТВ «Варзиш», ТВ «Сайёхи ва хунарҳои мардуми», а также зарубежных – «Мир», «Россия 24», официальные сайты этих телеканалов и сайты НИАТ «Ховар», «Азия-плюс». Также использовались материалы социальных сетей YouTube, Facebook, Instagram и Telegram.

Предмет исследования – роль телевидения и веб-сайтов в процессе формирования имиджа государства и внутреннего и внешнего образа Республики Таджикистан.

Теоретические основы исследования сформированы, прежде всего, трудами мыслителей разных эпох, таких как Аристотель, Фирдауси, Низомулмулк, Васифи, Кайковус и другие, которые помогли объяснить теорию имиджа до появления имиджологии.

Теоретические исследования таджикских ученых: И. К. Усмонов [80; 81; 82; 83; 84], А. Садуллоев [67; 68; 69], А. Нуралиев [46], Б. Камолиддинов [25], М. С. Имомзода [23; 24], А. Х. Азимов [3; 4; 5; 6; 7], М. Б. Муроди [37; 38; 40; 41; 42], М. А. Мукимов [31; 32; 33], М. А. Абдуллозода [1; 2], Дж. М. Садуллоев [111], Н. Н. Солехов [2], Ш. Б. Муллоев [2; 34], З.

Муминджонов [44; 45], Б. Хошимзода [23], Р.М. Бабаджониён [84; 100], К. Мухтори [43], Н.Ш. Бозорзода [10], Т. Хасанова [114], С. Ходжазод [87], А.А. Рахимов [2], И.И. Хамидиён [78], российские ученые Э.Л. Прохоров [52], С.Г. Корконосенко [27], А. Тертычный [72], В.В. Ворошилов [9], М.Н. Ким [26], В.Л. Цвик [89], Б.А. Грушин [13], В.В. Тулупов [73], Ю.Н. Засурский [48], В. Шепель [93; 93; 94], И.К. Черемушникова [90; 115], Б.Н. Хатунцев [86], И.М. Синяева [30], В.М. Маслова [30], М.Ю. Матвеев [105], Э.А. Галумов [11; 12], Д.Н. Замятин [18; 19], Д.П. Гавра [10], А.Н. Чумиков [91], О.М. Тюкаркина [74; 75], Э. Джанджугазова [16] и другие послужили для нас теоретическими знаниями в расширении публицистического подхода к исследованию вопроса.

Научная новизна исследования. В диссертации впервые исследуется роль средств массовой информации, особенно телевидения и веб-сайтов, в формировании имиджа таджикского государства. В этой связи:

- выявлены исторические аспекты, теория имиджа и имиджмейкинга в контексте научного исследования;
- представлена новая информация о процессе формирования политико-правовых основ имиджа и имиджмейкинга в Республике Таджикистан, а также рассмотрена роль этих факторов в формировании особенностей государственного имиджа и имиджмейкингвого пространства в стране;
- показана роль средств массовой информации, особенно телевидения и веб-сайтов, а также информационных агентств в отражении мирного положения таджиков и международных инициатив Таджикистана как конструктивного и формирующего фактора государственного имиджа;
- определены способы и методы отражения и обсуждения государственной политики Таджикистана в телевизионных программах и роль веб-сайтов в представлении Таджикистана на международном уровне;

- проведены пропорциональные сравнения степени отражения реалий Таджикистана в СМИ стран СНГ посредством анализа и обзоров;
- проанализированы и научно оценены жанровые особенности материалов телеканалов, веб-сайтов и информационных агентств о формировании имиджа и продвижении идей, формирующих государственный имидж.

Положения, выносимые на защиту:

1. Исследования показывают, что формирование имиджа и бренда государства в современное время является одной из стратегических задач всех государств, и именно через создание положительного имиджа отдельные государства могут получить влияние и признание на мировой арене.

2. На основе научных исследований можно сказать, что средства массовой информации, особенно телевизионные сети, интернет-сайты и информационные агентства, играют заметную роль в формировании имиджа государства. Именно через СМИ процесс информирования и популяризация достижений получает дополнительный импульс.

3. Сравнительный анализ показывает, что хотя законы и имидж в имиджмейкинге важны, конкретной концепции, подходящей для всех стран, в процессе формирования имиджа государства нет. Каждая страна использует разные подходы в зависимости от геополитического положения, возможностей, условий и ситуации. То есть имиджмейкинг в основном носит практический характер.

4. Формирование имиджа независимого Таджикистана изначально происходило стихийно, но правовая база и признаки создания концептуального имиджа берут начало со Шестнадцатой сессии Верховного Совета. Эта историческая дата ускорила процесс достижения мира и национального единства и открыла новый этап в формировании международного имиджа Таджикистана.

5. Президент страны уважаемый Эмомали Рахмон играет ключевую роль в формировании имиджа Таджикистана. Созидательная и конструктивная деятельность Руководителя государства привлекла больше внимания СМИ к процессам формирования имиджа, что привело к укреплению доверия и уверенности мирового сообщества в нации и государстве Таджикистан.

6. Освещение строительства ГЭС «Рогун» в СМИ внутри страны и за рубежом способствовало формированию имиджа таджиков как созидательного, трудолюбивого и объединенного народа, что стало символом единства и мощи Правительства Республики Таджикистан.

7. Роль телевизионных сетей в представлении политики созидания правительства страны считается важной. Правительство Республики Таджикистан серьезно относится к развитию телевизионной сферы. Увеличение числа телевизионных сетей полностью заполняет информационное пространство и способствует представлению достижений страны с разных сторон.

8. Телевизионные программы и шоу, материалы интернет-сайтов и информационных агентств различны по жанру и художественным элементам, а умелое использование жанровых шаблонов делает процесс создания имиджа интересным и эффективным. В отражении идей имиджевого формирования и их продвижения в основном использовались возможности аналитических, публицистических и художественных жанров.

Теоретическая и практическая значимость исследования проявляется в том, что общие выводы, результаты и предложения диссертации могут способствовать совершенствованию концепции формирования государственного имиджа, а также развитию и детализации концепции имиджа Таджикистана, который, как независимое государство, обладает собственными управленческими особенностями и геополитическими возможностями.

Материал исследования способствует расширению научного мировоззрения журналистов и работников связей с

общественностью, развитию журналистско-политических знаний, правильному пониманию национальных интересов, особенностей формирования имиджа, общности и различий имиджа и связей с общественностью в современную эпоху. Он способствует внедрению нового направления в журналистике, а именно роли СМИ в процессе формирования имиджа, поскольку в этом процессе СМИ играют важную роль.

Материалы диссертации могут быть использованы при разработке учебников, учебных материалов и практических упражнений в области имиджмейкинга, СМИ и формирования имиджа государства. Результаты, достигнутые автором диссертации, могут способствовать, в частности, развитию системы средств массовой информации, повышению качества телевизионных программ и эффективному использованию интернет-ресурсов при разработке материалов для медиа-сайтов и официальных страниц социальных сетей в направлении формирования имиджа страны.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Диссертация на тему «Роль телевидения и веб-сайтов в формировании имиджа Таджикистана» соответствует паспорту специальности 6.2.22. Журналистика. Данное исследование выполнено в соответствии с положениями пунктов 7, 9 и 11 раздела «Области исследований» паспорта научной специальности 6.2.22. – Журналистика, в рамках которых были рассмотрены и изучены следующие вопросы:

- роль средств массовой информации в формировании имиджа государства;
- специфика деятельности телевидения и интернета в контексте построения имиджа государства;
- правовые основы формирования имиджа и задачи телевидения в реализации имиджевой политики Таджикистана;
- вклад телевидения в процесс миростроительства в Таджикистане и отражение процесса объединения страны;
- телевизионные программы и интернет-материалы на тему международных инициатив Таджикистана в области водных

ресурсов и их влияния на формирование имиджа Таджикистана как государства-инициатора;

- отражение процесса строительства Рогунской ГЭС и создание нового имиджа Таджикистана как конструктивного государства;
- важность профессиональных навыков и творческого потенциала сотрудников телевидения в формировании и укреплении имиджа Таджикистана.

Личный вклад соискателя ученой степени в исследование. Вклад автора проявляется в теоретическом изучении темы и рассмотрении роли телевидения и веб-сайтов в формировании имиджа Таджикистана, подготовке докладов по теме и выступлений на международных, республиканских и университетских научных конференциях, составлении монографий, научных, научно-популярных статей. Теоретические идеи, а также научные выводы в диссертации являются результатом самостоятельной работы исследователя. Рекомендации исследователя по практическому применению результатов исследования представлены на основе научных выводов диссертации и исследований автора.

Апробация и применение результатов диссертации. Содержание и основные части диссертации были представлены на международных, региональных и республиканских научно-практических и теоретических конференциях в форме докладов (2020-2025). В частности, «Медиалингвистика и стилистика: проблемы и перспективы» (Душанбе, 23 октября 2020 г.), «Политическая школа лидера нации», посвященная 30-летию независимости Таджикистана (Дангара, 5 октября 2021 г.), «Политическая школа лидера нации», посвященная 25-летию национального единства (Бахтар, 24 июня 2022 г.), «Тенденции развития деятельности современной ВЭА» (Ташкент, 22 ноября 2023 г., онлайн), «Роль СМИ в условиях глобализации и столкновения культур и цивилизаций» (Бахтар, 11 апреля 2025 г.), республиканских конференциях «Роль журналистики в условиях глобализации» (Душанбе, 22 сентября). 2020), «Вопросы развития журналистики и методы преподавания

современной журналистики» (Кулоб, 19 декабря 2020 г.), «Региональная журналистика в контексте развития информационно-коммуникационных технологий» (Худжанд, 9 марта 2021 г.), «Вопросы научно-журналистского образования в контексте формирования мультимедийной журналистики» (Душанбе, 20 октября 2021 г.), «Лидер нации и развитие независимого Таджикистана» (Худжанд, 16 ноября 2021 г.), «Журналистское образование в Таджикистане: состояние, проблемы и перспективы» (Душанбе, 18 марта 2022 г.), «Современная региональная журналистика: новые требования и тенденции, опыт развития», посвященная 110-летию таджикской прессы (Худжанд, 10 марта 2022 г.), «Публицистика и некоторые его проблемы в эпоху «Независимость» (Душанбе, 30 сентября 2022 г.), «Виртуальные медиакоммуникации и реклама: новые технологии и методологии исследований», посвященные 35-летию независимости Государства Таджикистан и «Дню прессы Таджикистана» (Худжанд, 10 апреля 2023 г.), «День молодежи Таджикистана» и «Двадцать лет изучения и развития естественных, точных и математических наук в области науки и образования» (2020-2040) (Душанбе, 18 мая 2023 г.), «Роль СМИ в обеспечении информационной безопасности Республики Таджикистан» (Кулоб, 10 ноября 2023 г.), «Стиль и медиалингвистика: проблемы и перспективы» (Душанбе, 7 мая 2024 г.), «Электронные СМИ в контексте расширения информационной борьбы и защиты интересов народа» (Душанбе, 2 октября 2024 г.), «Теоретическое и практическое Диссертация была представлена на конференциях «Проблемы таджикской журналистики в современную эпоху» (Душанбе, 2025 г.), «Роль Президента в строительстве масштабных проектов и международных инициатив Таджикистана» (Душанбе, 14 ноября 2025 г.) и традиционных апрельских конференциях в форме доклада.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на совместном заседании кафедр телевидения и радиовещания, печати, международной журналистики и стилистики и литературного редактирования факультета журналистики

Таджикского национального университета (протокол №4 от 25 ноября 2025 года).

Публикация научных трудов по теме диссертации. Основное содержание диссертации представлено в 1 монографии и 29 научных статьях, в том числе 16 в рецензируемых научных журналах Высшей аттестационной комиссии при Президенте Республики Таджикистан.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из перечня сокращений и условных обозначений, введения, пяти глав, тринадцати разделов, заключения, рекомендаций по практическому применению исследования, списка литературы. Общий объем диссертации составляет 358 страниц компьютерной печати.

ОСНОВНЫЕ ЧАСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ (КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ)

Во **введении** диссертации указывается важность исследования темы, уровень ее изучения, цели, задачи и источники исследования, научная новизна, теоретическая и практическая значимость, а также наиболее важные положения, выносимые на защиту, и представляются результаты исследования.

Первая глава диссертации – **«Исторические и теоретические основы познания имиджа и имиджмейкинга»**, состоит из **двух разделов** и рассматривает факторы возникновения различных форм имиджа и имиджмейкинга, формирование теоретических знаний и знаний об имидже, современный имиджмейкинг и его связь с различными науками, в частности, с журналистикой.

В **первом разделе первой главы** – **«Исторические факторы возникновения и формирования теории имиджа и имиджмейкинга»** на основе научных обзоров выявляются первые признаки имиджа в устных произведениях и письменной литературе.

Подобно тому, как первые признаки журналистики приписываются действиям рассказчиков и проповедников, так и элементы имиджа появились в мифах, легендах и народных сказках. Характер и поведение людей – скромность и смирение, доброта и щедрость, справедливый царь, любящее своих подданных правление – относятся к мифологическим понятиям, которые впервые были описаны в народных сказках, а затем проникли в художественную литературу. В частности, героические подвиги шаха Джамшеда, Сиявуша, Рустама, Ковы и других являются главными темами эпосов, которые передавались из уст в уста на протяжении веков, и их образы становились все более полными и привлекательными. Хотя некоторые из них являются реальными историческими личностями, в мифах и легендах они стали идеалами рассказчиков и слушателей, которые сегодня признаются выдающимися фигурами, представляющими предков таджикского народа. Первые мечты и стремления арийского народа о справедливом и сострадательном царе были упомянуты в «Авасте» и «Худайнаме», а затем воплотились в различных обликах в «Шахнаме» Фирдоуси.

Еще одним историческим фактором в формировании образа является воплощение роли лидера во влиянии на государство и благополучие нации, что отражено в трудах таджикских мыслителей и писателей Абуали Сины, Насируддина Туси, Абдуррахмана Джоми, Низама Гянджави, Низамульмулка, Абунастри Фараби, Имама Газали и других. Опираясь на народные традиции, эта группа создала образ идеальных правителей и государства, которые послужили основой для формирования личности последующих царей.

Хотя первые признаки имиджа появились в устном народном творчестве и литературно-нравственных произведениях, в начале XX века, с образованием новых государств, отдельных республик и расширением сферы социальных наук, особое внимание было уделено теоретическим аспектам образа и его формирования. Различные научно-исследовательские институты и социальные учреждения изучали этот вопрос и предпринимали научные усилия для понимания

сущности, роли и средств формирования имиджа. В частности, российский исследователь И. К. Черёмушникова разделила процесс формирования и создания имиджа в советскую эпоху на три основных этапа: «до 1920-х годов – период до формирования имиджа; 1920-1930-е годы – формирование понятия «имидж» как категории в социологии и психологии; 1970-1990-е годы – становление изучения имиджности как самостоятельной дисциплины под влиянием западного мира» [90, с. 47].

В научной среде Таджикистана термин «имидж» используется в последние 10 лет, главным образом в научных работах исследователей в области права, политологии, журналистики и экономики. Соответственно, имидж и имиджмейкинг наиболее популярны в области политологии.

Относительно термина «имидж» исследователи придерживаются разных взглядов. В этом смысле, если в словаре психологии оно определяется как «стереотипный образ конкретного объекта, существующий в общественном сознании» [21], то в социологии менеджмента и имиджологии – «индивидуальный образ, созданный посредством СМИ, социальной группы или личных усилий по привлечению внимания» [16]. В юриспруденции «имидж» определяется как «общая, эмоционально выразительная форма отражения правовой реальности в общественном и личном сознании в виде совокупности идей о законах и методах социального и правового влияния» [108, с. 15], в то время как специалисты по коммуникационным технологиям называют имидж «относительно устойчивым представлением об объекте» [20, с. 286]. В определении известного маркетолога Ф. Котлера имидж определяется как «общественное восприятие компании или ее продукции».

На наш взгляд, имидж – это образ, созданный на основе реальности, конкретных целей, определенной стратегии для конкретной аудитории. Без этих факторов ни один имидж не может сформироваться.

Другим аспектом проблемы данного раздела является технология создания имиджа и задачи имиджмейкера. Создание

имиджа — это совокупность теоретических и практических знаний, а также умение использовать методы и технологии, направленные на формирование образа объекта (человека, вещи, компании, продукта). Это раздел имиджологии, имеющий более практический характер.

Имиджмейкер — это, прежде всего, человек, хорошо разбирающийся в методах и техниках коммуникационных технологий (создание имиджа). Он глубоко и всесторонне изучил общество, правильно его понял, знает методы воздействия на общественное мнение, законы восприятия информации и способы общения с публикой. Как подчеркивал исследователь этой области, Я. Панасюк: «Роль имиджмейкера по сути чисто служебная, она не имеет права выходить на передний план. Когда это происходит, то, как правило, влечет за собой негативные последствия. К примеру, в российской среде сразу возникло отрицательное отношение, когда более активные роли стала играть дочь президента Б. Ельцина Татьяна Дьяченко» [49, с. 7].

В диссертации этот вопрос подробно рассматривается на основе научной и теоретической литературы и конкретных практических примеров, а также определяются результаты и эффекты создания имиджа.

Во втором разделе первой главы — **«Методы формирования имиджа в контексте социальных, информационных и пропагандистских функций СМИ»** разделе рассматриваются роль средств массовой информации в формировании имиджа государства в контексте выполнения информационных, пропагандистских и социальных функций.

Роль СМИ в формировании общества, построении, защите и стабилизации основ государства имеет важное значение. Главная функция СМИ — распространение информации, но в целом они также выполняют другие функции: контроль и координация, развлечение и сохранение культурных ценностей. Исследователи из разных областей высказывали мнения относительно функций средств массовой информации. Многие считают, что «основные функции средств массовой информации

закключаются в предоставлении информации, формировании общественного мнения, мониторинге деятельности государственных органов, а также обеспечении социальных дискуссий и дебатов» [27, с. 45].

Все эти функции наблюдаются в современных СМИ, но в направлении формирования имиджа наиболее влиятельными являются три основные функции СМИ: информационная, социальная и пропагандистская.

При выполнении информационной функции важными категориями являются скорость и срочность. Аудитории необходимо быстро получать информацию, поскольку ее дальнейшее восприятие в значительной степени зависит от первоначальной информации.

Еще одним требованием в распространении информации, формирующей имидж, является реагирование на критику и конфликты. Цель состоит в том, чтобы уменьшить негативное воздействие информации, способствовать прозрачности, успокоить аудиторию и справиться с возникшим кризисом.

Любой журналистский материал имеет конкретную идею и подготовлен для определенной цели. Для завоевания доверия аудитории СМИ используют различные методы воздействия. Одним из таких методов является пропаганда, которая также играет важную роль в создании атмосферы формирования имиджа. Сегодня исследователи из различных областей считают средства массовой информации важным инструментом влияния на общественное мнение: «СМИ являются одной из самых активных, сильных и уверенных сил, которая формирует общественное сознание, манипулирует не только общественным мнением, но и политическими процессами. Именно по публикациям, затрагивающим острые темы и предлагающим свой взгляд на происходящие события, люди составляют свое мнение о стране» [99, с. 20].

Сегодня, с развитием современных технологий и оборудования, влияние СМИ возросло, и государство и правительство широко используют медиаплатформы, особенно телевидение и интернет, для формирования общественного

мнения о текущей политике, единстве и солидарности граждан, а также для представления государства на международном уровне. Одним из важных этапов формирования имиджа является представление позитивного образа государства миру, что осуществляется через спутниковые телеканалы и интернет

Поскольку имидж государства не является стереотипным и индивидуализированным, каждое государство сотрудничает со СМИ и таким образом формирует свой имидж.

Вторая глава диссертации – «Формирование политико-правовых основ имиджа и имиджмейкинга в Республике Таджикистан» состоит из двух разделов.

В первом разделе этой главы – «Имидж государства и его основные черты» рассматриваются теоретические основы имиджа государства.

В XXI веке формирование образа государства стало одной из важнейших стратегических задач, особенно внешней стратегии стран, поскольку такой образ является важнейшим средством укрепления позиций государства на международной арене.

Понятие «имидж государства» впервые использовал экономист Э. Боулдинг. Позже исследователи из различных областей обратили внимание на этот термин, интерпретируя одни как «существующие мифы о государстве», другие как «стереотипы в сознании аудитории». Хотя подход исследователей к понятию «имидж государства» был заимствован из прошлого, большинство из них считали его результатом пропаганды. В этом отношении существуют различные модели формирования государственного имиджа, наиболее распространенными из которых являются геополитическая, брендинговая, имиджевая, маркетинговая, ценностно-гражданская концепция и др.

Геополитическая модель включает в себя географическое положение, конкретные границы, природные ресурсы, характер государства, уникальные природные объекты, символы и знаки, выражающие независимость, и тому подобное. Российский исследователь Д. Н. Замятин, опираясь на геополитический

подход, считает, что образ государства — это «целенаправленные и четко структурированные представления о географическом пространстве, включающие наиболее яркие и запоминающиеся символы, знаки, образы и характеристики определенных территорий, стран, регионов, маркирующие их с политической точки зрения» [18, с. 157].

При разработке модели брендинга в качестве ориентира используются материальные активы государства, такие как туризм, культура, история, география и экономический бренд конкретного региона. В результате представления этих аспектов, которые считаются основными элементами самопрезентации страны, повышается привлекательность для туристов, инвесторов и стратегических партнеров, а также обогащается экономика государства. По мнению исследователя О.М. Тюкаркиной, национальный бренд является важным инструментом формирования имиджа государства: «Национальный брендинг — это не просто современная тенденция, которую страны используют для улучшения своего имиджа, стремясь позитивно изменить восприятие или провести ребрендинг. Теоретической основой национального брендинга являются исследования в области развития маркетингового бренда, которые оценивают ценность государственного бренда и в этом контексте оказывают положительное влияние на имидж страны и предоставляют возможности для конкурентного преимущества» [74, с. 112].

Имиджевая модель имеет политический характер. Через него формируется внутренняя и внешняя политика страны. В этом контексте политическая дипломатия, политические лидеры, известные и видные деятели также могут быть включены в факторы формирования позитивного имиджа государства на международном уровне.

В то же время, важнейшим фактором в этой модели является позиция политических лидеров, поскольку политические деятели, особенно политические лидеры, играют значительную роль в формировании политического имиджа государства. Доказано, что влияние и положение государства во многом зависят от влияния его лидера: «Имидж политического

лидера в обществе или роль легитимности власти в формировании имиджа и достоинства политического руководства является гарантией политического имиджа государства и может влиять на другие сферы его политики при принятии жизненно важных решений» [99, с. 67].

В целом, формирование образа государства — это систематическая деятельность, охватывающая определенный период и длительный срок. Таджикский исследователь З. Сайидзода написал на эту тему: «Имидж государство, как известно, формируется в результате систематической и планомерной деятельности фокусирующей и консолидирующей усилия органов государственной власти и управления, средств массовой информации, научного общества, общественных объединений, политических и коммерческих кругов» [66, с. 5-6].

Единой и конкретной концепции формирования имидж государства не существует, это требует индивидуального подхода, поскольку каждое государство выбирает разные пути получения влияния в зависимости от своих возможностей и мощи. Также образ государства не ограничивается одной областью, он охватывает непрерывность сотрудничества всех жизненно важных секторов.

Во втором разделе второй главы – «Правовые основы имиджа и имиджмейкинга в Республике Таджикистан», изучаются и обсуждаются правовые основы формирования имиджа, законы и нормативно-правовые акты, регулирующие имиджевую политику Таджикистана.

Первой правовой основой для формирования имиджа Таджикистана являются важные и судьбоносные моменты, касающиеся создания нового таджикского государства, озвученные уважаемым Эмомали Рахмоном на XVI сессии Верховного Совета. В то же время, принятие законов Республики Таджикистан «Об утверждении Положения о Государственном флаге Республики Таджикистан» и «Об утверждении Положения о Государственном гербе Республики Таджикистан» можно считать уверенным шагом в этом направлении. К правовой основе для формирования имиджа также можно отнести

«Обращение к славному народу Таджикистана», представленное 19 ноября 1992 года новым Председателем Верховного Совета Таджикистана уважаемым Эмомали Рахмоном.

Другим правовым основанием является Конституция независимого Таджикистана. Республика Таджикистан, как правовое, демократическое и светское государство, считает права и свободы человека и гражданина первостепенными и привела свои нормативно-правовые акты в соответствие с международными стандартами, признавая их неотъемлемой частью правовой системы страны, что повысило позиции страны среди демократических государств.

После упорядочения правовой системы страны и подписания Соглашения об установлении мира и национального согласия, усилия правительства были направлены на устранение последствий гражданской войны, и были приняты стратегии развития Таджикистана. В частности, в 2007 году была разработана и утверждена Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на период до 2015 года (НСР-2015). Достижение стратегических целей в установленные сроки повысило доверие граждан страны к действующему правительству и государству, и была проведена практическая работа по формированию внутреннего имиджа.

После стабилизации внутренней ситуации в стране правительство Республики Таджикистан приняло ряд документов для формирования международного имиджа, важнейшим из которых является Концепция внешней политики Республики Таджикистан. Это и ряд других документов, таких как Национальная стратегия развития Таджикистана, Концепция внешней политики Республики Таджикистан, Концепция информационной политики Республики Таджикистан, Концепция государственной политики привлечения и защиты инвестиций Республики Таджикистан, а также законы, регулирующие деятельность средств массовой информации, включая Закон Республики Таджикистан «О периодических изданиях и других средствах массовой информации», «О теле- и радиовещании»,

способствовали созданию правовой основы для формирования имиджа государства.

Все эти документы указывают на роль средств массовой информации в формировании и улучшении имиджа государства, поскольку распространение информации является важным элементом и фактором формирования имиджеобразовательной атмосферы и движущей силой влияния государства.

Третья глава диссертационной работы – **«Мир таджиков и международные инициативы Таджикистана в контексте имиджа страны»** состоит из **трех разделов**.

В первом разделе третьей главы – **«Культура миротворчества Эмомали Рахмона и имидж миротворчества Республики Таджикистан»** – рассматривается опыт миротворчества и школа государственности Лидера нации, Президента Республики Таджикистан, уважаемого Эмомали Рахмона.

Опыт миротворчества таджиков является выдающимся примером миротворчества для всего мира. Опыт этой школы отражен в трудах Лидера нации, включая четырехтомную книгу **«Независимость Таджикистана и возрождение нации»** (2001), а также в работах участников политических событий первых лет независимости страны, А. Достиева [17], И. Усмонова [77; 78; 79; 83], Н. С. Нури [47] и других.

Процесс гражданской войны также постоянно находил отражение в отечественных и зарубежных СМИ. Журналисты привлекали внимание международного сообщества к вопросу мира, постоянно освещая нестабильную ситуацию и усилия правительства страны, представляя уважаемого Эмомали Рахмона как миролюбивого и любящего граждан лидера.

Усилия уважаемого Эмомали Рахмона по установлению мира начались с первых дней его избрания Председателем Верховного Совета Республики Таджикистан со следующих слов: **«Клянусь, что посвящу все свои знания и опыт восстановлению мира в каждом доме и каждой семье и буду преданно трудиться на благо процветания моей любимой Родины. Если потребуется, я пожертвую своей жизнью ради**

достижения этой священной цели, потому что верю в доброе будущее моей Родины и счастливую жизнь моего страдающего народа» [79, с. 7].

Уважаемый Эмомали Рахмон на протяжении всей ситуации выступал в роли миротворца. Например, в его обращении к беженцам, транслировавшемся по телевидению и радио (1.06.1993), можно услышать такие полные надежды и искренности слова: «Возвращайтесь на родину. Но мы не обещаем вам золотые горы. Мы лишь говорим, что вместе съедем кусок хлеба, вместе выпьем каплю воды. Стоя плечом к плечу, мы восстановим нашу разрушенную родину, мы восстановим нашу опустошенную экономику» [55, с. 81].

Глава государства стремился к принятию всеобъемлющих мер для достижения мира и стабильности и обеспечения спокойствия в стране в кратчайшие сроки, видя кратчайший путь к процветанию в привлечении международных организаций. Например, в 1993 году двенадцать международных организаций, таких как ООН, ОБСЕ, Международный валютный фонд, Всемирный банк и Европейский банк реконструкции и развития, в 1994 году восемь международных организаций, в 1995 году две организации, а в 1996 году еще две организации открыли свои представительства в Республике Таджикистан.

Сотрудничая с влиятельными международными организациями и выступая на 48-й Ассамблее ООН (29 сентября 1993 г.), уважаемый Эмомали Рахмон смог привлечь мировое внимание к вопросу таджикского мира.

Благодаря усилиям правительства Республики Таджикистан, представителей ООН и ее делегации наблюдателей, между президентом Республики Таджикистан, уважаемым Эмомали Рахмоном и главой ООН Абдуллои Нури состоялось в общей сложности 10 раундов переговоров, 3 консультации и 6 встреч на высоком уровне. Переговоры проходили в Москве, Кабуле, Тегеране, Ашхабаде, Алматы, Бишкеке и других городах и постоянно освещались как отечественными, так и зарубежными СМИ, такими как таджикская, персидская и дари секции радио «Озоди», радио Би-

Би-Си, программы «Время», «Новости», персидские филиалы «Голос России», «Радио Франция» (RFI) и ИТАР-ТАСС. Исследователь И. Усмонов, принимая во внимание все заслуги Лидера нации, отмечает: «Величайшая историческая заслуга Эмомали Рахмона как лидера Таджикистана заключается в том, что он определил и осуществил путь мира для таджикского народа, спас нацию от трагического водоворота войны, объединил отделившихся и уберег разбившийся корабль правительства от затопления и разрушения» [83, с. 4].

Средства массовой информации сыграли значительную роль в отображении культуры миротворчества уважаемого Эмомали Рахмона. Наряду с постоянной трансляцией его выступлений и речей по отечественному телевидению и радио, стремления Главы государства к миру и единству публиковались в отечественных и зарубежных периодических изданиях. В частности, в статьях: «Цель нашей политики – благо народа» («Садои мардум» – 1 июля 1993 г.), «Таджикистан на пороге завтрашнего дня» («Сегодня» – 24 июля 1997 г.), «Надежды и опасения Таджикистана» («Сегодня» – 8 апреля 1998 г.), «Мы должны жить вместе по велению судьбы» («Российская Федерация» – № 10, 1998 г.), «Вчера, сегодня и завтра Таджикистана» («Tehran Times» – декабрь 1998 г.), интервью «Площадь – не место для переговоров» («Красная Звезда» – январь 1994 г.), «Я думаю, что трудные дни позади» («Российская газета» – 18 января 1996 г.), «Мы за интеграцию со всеми странами, и прежде всего с Россией» («Российская Федерация» – июнь 1996 г.), «Таджикистан готов к сотрудничеству со всеми странами мира» («Президентский вестник».– 1997.–10 декабр), «Будущее нашего народа – это мир и национальная гармония» («Синьхуа», «Жэньминь Цзибао», «Цинцзы Цзибао», «Гуанмин Цзибао», «Фацзи Цзибао» – июль 1998 г.), «Желаю мира и процветания жителям планеты» («Собеседник» – 3 февраля 1999 г.) и др., которые более подробно рассматриваются в диссертации.

Усилия по установлению мира и опыт миростроительства таджиков были одними из главных тем в средствах массовой

информации в 1992-2000 годах. В частности, телеканалы и радиоканалы транслировали репортажи о долгожданном мире, уникальном опыте таджиков, помещая образ государственного деятеля, уважаемого Эмомали Рахмона в центр миростроительства и укрепления единства. Например, радиопрограммы «Хоки Ватан», «Афкор» и телепрограммы «Во, Ғарибӣ», «Минбар», «Муколама», «Изтироб», «Меҳмонони Тоҷикистон», «Самараи Ваҳдат», «Меваҳои ҳамбастагӣ», «Ваҳдат», «Марзи муқаддас», «Ваҳдат – наҷоти миллат», популярная программа «Тоҷикони дунё» и др. Формировался образ таджиков как единой, волевой, миролюбивой нации.

Второй раздел третьей главы называется «Международные инициативы Таджикистана в области водных ресурсов». Благодаря инициативам Главы государства, мир признает Таджикистан защитником водных ресурсов и считает уважаемого Эмомали Рахмона, по словам заместителя Генерального секретаря ООН Ша Цуй Кана (20.09.2010): «мировым чемпионом в решении глобальных проблем, связанных с водными ресурсами».

Большинство исследователей оценивают инициативы таджикской стороны по глобальным водным вопросам как средство представления государства и формирования образа Таджикистана и его политического лидера: «Республика, обладая значительными запасами пресной воды, активно использует этот природный ресурс в качестве ключевого элемента своей внешнеполитической повестки. Особое внимание уделяется инициативам, связанным с устойчивым управлением водными ресурсами, что способствует укреплению статуса страны как регионального лидера в решении экологических проблем» [7, с.14].

Глобальные инициативы таджикской стороны по водным ресурсам начались после мирного соглашения. Впервые 1 октября 1999 года Президент Республики Таджикистан, уважаемый Эмомали Рахмон на 54-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН предложил объявить 2003 год «Международным годом пресной воды».

20 сентября 2000 года на 55-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН 2003 год был объявлен «Международным годом пресной воды».

В рамках «Международного года пресной воды» в Таджикистане были проведены различные мероприятия высокого уровня. В частности, Международная конференция по региональному сотрудничеству в трансграничных речных бассейнах (30 мая – 1 июня 2005 г.), Международная конференция по снижению риска стихийных бедствий, связанных с водными ресурсами (26-27 июня 2008 г.), и Международная конференция высокого уровня по всестороннему среднесрочному обзору реализации Международного десятилетия «Вода для жизни» 2005-2015 гг. (8-10 июня 2010 г.).

Эти и другие события высокого уровня на телевидении «Таджикистан», в частности, в программах «Ахбор», «Дидгоҳ», «Паҳно», «Амал», «Иқтисод ва истиклол», «Ману дарё», «Ҳамсол», «Мизон», а также авторских программах творческой группы «Симо» под названием «Нигоҳи Комил», «Номуси ватандорӣ», «Роғун» (Комилҷон Холов), «Тоҷикистон-хонаи ман» (Сайфулло Салимов, режиссёр Латофати Пирмухаммад) из отдела «Телефильм» – «Об-муъҷизаи ҳаёт» (Мавҷуда Саид), «Тараннуми диёр (Обшор)» (Ш. Мустафакулов, режиссёр Н. Раҳмон) были проанализированы.

Например, в передачах «Нигоҳи Комил» и «Роғун», отражающих водные проблемы, реалистично показана позиция Таджикистана на мировой арене, а также уважение и признание уважаемого Эмомали Рахмона на международной арене.

Также на национальных телеканалах страны транслировалась серия сюжетов о событиях, связанных с водой, в живописных пейзажах страны – Ромите и Варзобе, Сари-Хосоре, Даштиджуме, Раште, Дарвозе и Согде. В этом контексте выделяется документальный фильм телеканала «Таджикистан» – «Обе, ки равон бахшад». Главная тема этого фильма – экология и её защита.

Вторая международная инициатива уважаемого Эмомали Рахмона – это Международное десятилетие действий «Вода для

жизни» (2005-2015), впервые озвученное в 2003 году на Третьем Всемирном водном форуме в Киото (Япония), и поддержанное многими странами. В рамках этой инициативы было проведено множество международных мероприятий, освещение которых в СМИ значительно расширилось. В ходе данного процесса были разработаны программы на иностранных языках. В частности, была создана на английском языке программа «Проблема воды и необходимость сотрудничества» (Комрон Сафар), которая в 2013 году вышла в эфир на телеканале «Таджикистон» и длилась 28 минут и 30 секунд.

Еще одна инициатива Лидера нации – объявление 2013 года «Международным годом водного сотрудничества». Хотя внимание СМИ к этим инициативам не осталось незамеченным, четвертая инициатива Президента Таджикистана привлекла наибольшее внимание отечественных и зарубежных СМИ. Только на телевидении ООН дважды транслировалось интервью с уважаемым Эмомали Рахмоном в связи с «Международным десятилетием действий «Вода для устойчивого развития, 2018-2028». В обоих интервью журналисты положительно оценивали внешнюю политику Таджикистана и хвалили инициативы страны.

Во всех интервью, статьях и телепрограммах Таджикистан представлен как инициатор глобальных водных проблем, и образ Лидера нации как инициативного политического лидера хорошо виден. В интервью и выступлениях уважаемый Эмомали Рахмон упоминает потенциал Таджикистана и его райскую природу, приглашая гостей посетить его.

Из анализа СМИ можно констатировать, что эти инициативы играют и продолжают играть важную роль в повышении престижа независимого Таджикистана и формировании его имиджа. Именно эти факторы привели к тому, что сегодня Таджикистан представлен в мировых СМИ как инициаторское государство.

В третьем разделе третьей главы – «Рогунская ГЭС и её отражение как символа национального единства в СМИ», рассматривается отражение процесса строительства Рогунской

ГЭС как крупнейшего объекта столетия, символа единства, солидарности и силы Правительства Республики Таджикистан в отечественных и зарубежных средствах массовой информации.

Строительство Рогунской гидроэлектростанции началось в 1976 году и было приостановлено с распадом СССР и беспорядками в Таджикистане. В годы гражданской войны часть завершённых работ была разрушена.

После обретения независимости и установления прочного мира, строительство объекта возобновилось. Оно возобновилось 26 сентября 2005 года. Процесс строительства Рогунской ГЭС в период независимости страны полностью связан с инициативами, усилиями и трудами Лидера нации, уважаемого Эмомали Рахмона.

Обращение Президента Республики Таджикистан к таджикскому народу с просьбой внести свой вклад в судьбоносное строительство было поддержано народом, и общественность внесла достойный вклад в текущую работу, приобретая акции. Например, исследователь М. Муроди отметил: «Народ республики с радостью принял этот мудрый призыв Президента страны. В частности, журналисты уделили особое внимание строительству таких объектов, сделав его неотъемлемой частью медиаконтента» [36, с. 31]

Для привлечения широкого круга граждан к покупке акций телеканал «Таджикистан» изначально транслировал прямые эфиры, а позже, и серию программ, тем самым, с одной стороны, объясняя необходимость и важность покупки акций, а с другой – способствуя увеличению их продажи. В частности, интересна аналитическая программа Шавката Мухаммадиева «Бо номи Ватан» («Во имя Родины»), предоставляющая информацию о процессе покупки акций в Хатлонской области.

Ш. Мухаммадиев в 2010-2011 годах сделал строительство Рогунской ГЭС ежедневной темой нескольких программ, оценивая её как важное средство представления таджиков как единого, сплоченного и созидательного народа.

Процесс строительства Рогунской ГЭС постоянно освещался в СМИ, и Таджикистан был представлен как страна с

большими гидроэнергетическими ресурсами. Можно упомянуть программы пресс-службы Рогунской гидроэлектростанции, Мирахмада Амиршахи: «Роғун» («Рогун»), «Об оташ мешавад» («Вода будет огнём»), «Роғун шарафу номуи тоҷик» («Рогун – честь и слава таджиков»), «Роҳи нур» («Путь света»), «Набзи Роғун» («Пульс Рогуна»), «Наврӯзи Роғун» («Навруз Рогуна»), «Роғун-чароғи дилҳо» («Рогун – свет сердец»), «Қуллаи нур» («Вершина желания»), «Манбаи нур» («Источник света»), «Бузургмайдони миллатзо» («Великая площадь нации»), «Дар сарзамини орзуҳо» («В стране грёз»), «Ба истикболи нур» («Встреча со светом»), «Бо хишти чони худ месозамат, Роғун» («Строим Рогун из кирпичей своей души»), «Пешбанд» («Плотина»), которые были транслированы в период с 2010 по 2024 годы.

В большинстве программ и фильмов уважаемый Эмомали Рахмон представлен как создатель этого сооружения. Переноска строительных материалов собственными руками, сварка, и особенно, непосредственное участие при перекрытие реки Вахш бульдозером за полтора часа придали программам особое очарование и смелость, укрепив их пропагандистский дух. Этот метод позволил предстать образу уважаемого Эмомали Рахмона перед миром как трудолюбивый лидер, оказавший положительное влияние на повышение престижа страны. Мужественные поступки уважаемого Эмомали Рахмона и слава Рогунской ГЭС получили широкое освещение не только на телеканале «Таджикистан», но и в зарубежных СМИ. Например, материал «Свет для всех! Рогунская ГЭС – строительство века» на телеканале «Мир» также подробно рассмотрен в диссертации.

Четвертая глава диссертации называется «Процесс формирования имиджа Республики Таджикистан на телевидении и в интернете» и состоит из трех разделов.

В первом разделе этой главы, «Отражение и обзор государственной политики Таджикистана в телевизионных программах», анализируется и обсуждается деятельность телеканалов «Таджикистан», «Джахоннамо», «Спорт» и «Туризм

и народные ремесла» в формировании внутреннего имиджа Таджикистана.

Хотя телеканал «Таджикистан» отвечает за продвижение государственной политики, он также уделяет больше внимания формированию политического имиджа. Преимущество этого телеканала заключается в том, что его творческий коллектив использует специалистов и экспертов для обсуждения тех или иных вопросов, делая содержание программ и фильмов убедительным и эффективным. Телеканал «Таджикистан» обладает обширным опытом в разработке аналитических и политических программ. Среди аналитических и политических программ, транслировавшихся на этом телеканале с 2008 по 2015 гг., можно отметить «Мехвари иттилоот» («Информационная ось») автор Комрон Сафаров, «Соҳибватан» («Владелец родины») автор Давлат Сафаров, «Рукни чорум» («Четвертый столп») авторы Садриддин Шамсиддинов, Комрон Сафаров и Комилжон Холов, «Президенти мардумӣ» («Народный Президент») автор Сайрам Бакоева, «Дидгоҳ» («Зрение») автор Абдугаффор Камолов. Эти программы отражают достижения страны и деятельность Президента Республики Таджикистан, уважаемого Эмомали Рахмона как Основателя мира и национального единства.

Еще одной особенностью телеканала «Таджикистан» является производство документальных фильмов о событиях, связанных с обретением страной независимости. Например, «Нишасте барои бархостан» («Присесть, чтобы встать») автор Абдугаффори Камол, «Имтиҳони таърих» («Экзамен истории»), «Ваҳдати миллат – бақои давлат» («Национальное единство – залог развития государства»), «Истиқлолият – ҷавҳари ҳастии миллат» («Независимость – основа существования нации»), «Сиёсати муваффақ» («Успешная политика») автор Маъруф Назарзода, «Иқболи миллат» («Судьба нации») автор Садриддин Охунов, большинство из которых реалистично и правдиво отражают заслуги Лидера нации перед народом и государством. Например, в фильме «Имтиҳони таърих» («Проверка истории»), показаны моменты, когда Лидер нации сидит на бульдозере и

перекрывает плотину. Эти моменты не только сделали фильм интересным, но и очень искренним, тем самым, отразили преданность уважаемого Эмомали Рахмона своему народу и прогрессу страны.

В системе программ телеканала передача «Тоҷикистон ва ҷаҳон» («Таджикистан и мир») значительно отличается от других. В ней нет ограничений на выбор и обсуждение тем. По нашим подсчетам, за время своего существования было показано более 700 выпусков программы, а также она ежемесячно транслируется по государственным телеканалам Хорога и Худжанда. Программа играет важную роль в формировании образа Таджикистана в странах ближнего и дальнего зарубежья. Автор программы, Фатхиддини Замон, отличается стилем речи, лингвистическими способностями, широкими политическими знаниями и пониманием, а также умением анализировать, рассматривать и сравнивать ситуацию в странах мира и в Таджикистане.

Государственный телеканал «Джаҳоннамо» предпринимает решительные шаги для представления Таджикистана миру. В частности, программа «Идеи яқоя» («Общая идея») транслируется в 7 странах (Узбекистан, Китай, Казахстан, Туркменистан, Азербайджан, Таджикистан, Кыргызстан).

Телеканал «Джагоннамо» круглосуточно транслирует информационно-аналитические программы на трех языках: таджикском, русском и английском. Основные направления его деятельности – предоставление общественности новой, точной, своевременной и достоверной информации, продвижение идей национального единства, приоритет национальных и универсальных ценностей, демократии, мира и стабильности.

«Геополитика» («Геополитика»), «Дидгоҳ» («Мнение»), «Таҳқиқ» («Исследования»), «Нуктаи назар» («Точка зрения»), «Масъулият» («Ответственность»), «Ҷомеа ва ҷаҳон» («Общество и мир»), «Ҷаҳони иртибот» («Мир коммуникаций»), «Сухбати муҳим» («Важный разговор»), «Сухбати руз» («Разговор дня»), «Иқтисод+» («Экономика+») – являются политическими и аналитическими программами, в которых

анализируются и обсуждаются мировые события и тенденции, включая глобальное изменение климата, инновации в области науки и вопросы развития сообществ. В частности, программа «Дидгох» уделяет большое внимание вопросу влияния Таджикистана в мире. Программа включает в себя множество анализов, таких как: «Таджикистан действительно признан одной из самых безопасных стран во многих опросах. Это несмотря на то, что Таджикистан пережил гражданскую войну и расположен в очень чувствительном геополитическом регионе... Действительно, наша страна — безопасная и стабильная страна, но когда этот опрос и это внимание исходят из-за рубежа, это повышает доверие всей планеты к нашей стране» [120]. Если подобные программы будут разработаны на иностранных языках, возможности представить Таджикистан миру значительно расширятся.

Программы «Рушди устувор» («Устойчивое развитие»), «Робита» («Коммуникация»), «Амал» («Действие»), «Масири рушд» («Путь развития»), «Назари хос» («Особая перспектива»), «Бунёдкор» («Основатель»), «Аз ҳар гӯшаи ҷаҳон» («Из каждого уголка мира»), «Тандурустӣ» («Здоровье»), «Оё медонед» («Знаете ли вы?»), «Шифои комил» («Полное исцеление»), «Фарҳанг» («Культура»), «Хати сабз» («Зеленая линия»), «Тозанаҳр» («Новоиздание»), «Туризм», «Кишоварз» («Сельское хозяйство»), «Маориф ва илм» («Образование и наука»), «Иқтисод» («Экономика»), «Набзи сайёра» («Пульс планеты») и «Сифат» («Качество») анализируют экономические и культурные вопросы.

Телеканал «Варзиш» – самый популярный телеканал в стране. С одной стороны, это свидетельствует о большом количестве спортивных болельщиков, а с другой – отражает высокое качество его программ и передач.

«Варзиш» транслирует не только информацию о спортивных событиях, но и авторские программы о достижениях спортсменов.

Преимущество «Варзиш» заключается в том, что его корреспонденты непосредственно присутствуют на местах

соревнований. Этот метод делает качество и эффективность подготовленных материалов привлекательными и современными. Например, участие журналистов в Чемпионате мира по футболу 2018 года, Олимпийских играх 2020 года в Токио, Азиатских играх 2022 года в Ханчжоу, Кубке Азии 2023 года и Олимпийских играх в Париже не только способствовало естественному освещению соревновательного процесса, но и положительно повлияло на представление Таджикистана зрителям за рубежом.

30 июня 2021 года было создано Государственное телевизионное учреждение «Туризм и народные ремесла».

За время своего существования этот телеканал транслировал ряд программ, в том числе «Диёр» («Страна»), «Агротуризм», «Лаззати табиат» («Наслаждение природой»), «Стратегия» автор Садриддин Охонов, «Раҳ ба раҳ» («Дорога к дороге»), «Нигоҳи сайёҳ» («Взгляд туриста»), «Тарабхона» («Ресторан») автор Наджиба Рахимова, «Экотуризм», «Кухнавардӣ» («Альпинист») автор Акмал Хайдарзода, «Сайёҳии варзишӣ» («Спортивный туризм») автор Мухаммаджон Раджабов, «Гардиш» («Поворот») автор Гусейн Гасанов, «Соҳибхунар» («Ремесленник»), «Асрори санғҳо» («Тайны камней») автор Шодмон Кенджаев, «Аз аҳди бостон» («С древних времен») автор Джамшед Каримиён, которые обсуждали вопросы туризма и пропагандировали различные отрасли туризма. Например, если программа «Экотуризм» популяризирует прекрасную природу Таджикистана, особо охраняемые природные территории и другие существующие возможности для развития экологического туризма в стране, выражая мнения и взгляды экспертов в области охраны окружающей среды, то программа «Агротуризм» обсуждает существующие возможности в сфере туристической инфраструктуры и предоставляет информацию об организации агротуризма.

Этот телеканал транслирует рекламу и коммерческие ролики, продвигающие народные промыслы и возможности туризма. Однако специализацией этого телеканала стало представление различных конкурсов. Главным недостатком

канала является отсутствие оригинальных программ, представляющих туристическую инфраструктуру на разных языках.

Во втором разделе четвертой главы – «Роль Интернета в представлении имидж Таджикистана на международном уровне», рассматривается роль веб-сайтов телеканала «Таджикистан» – <https://www.tvt.tj/>, МДТ «Джахоннамо» – jahonnamo.tj, «Варзиш» – <https://www.varzishtv.tj/>, МТТ «Туризм и народные промыслы» – <https://tvsayohi.tj/>, НИАТ «Ховар» – www.khovar.tj, «Азия-Плюс» – <https://www.asiaplustj.info/tj> в отражении достижений Таджикистана и представлении таджикской культуры.

Официальный сайт телеканала «Таджикистан» – <https://www.tvt.tj/> – обладает широким потенциалом для формирования и развития политического имиджа Таджикистана. Этот сайт представляет собой своего рода открытый и доступный информационный ресурс и не уделяет внимания срочным вопросам. Из 10 разделов два из них – «Меъморӣ» («Архитектура») и «Телефильм» – неактивны. Под другими заголовками: «Основаи», «Структураи ТВТ», «Ахборот», «Сiyosat», «Иқтисод», «Культура», «Ҷавонон», «Туризм» размещены статьи, часть из которых письменные, а часть – видеоматериалы [118]. Источником печатной информации на сайте ТВ «Таджикистан» является НИАТ «Ховар».

Главное преимущество сайта <https://www.tvt.tj/> – размещение важных видеороликов на главной странице. В частности, на главной странице на русском и таджикском языках размещен репортаж о подписании протокола о прекращении пограничного конфликта между Таджикистаном и Кыргызстаном. Полностью показаны ход переговоров между официальными делегациями Республики Таджикистан и Республики Кыргызстан, а также интервью председателя Комитета государственной безопасности Таджикистана Саймумина Ятимова и председателя Национального комитета национальной безопасности Кыргызской Республики Камчибека Ташиева.

На основной странице сайта размещено видео, посвященное поддержке международным сообществом следующих инициатив Таджикистана в рамках «2025 года – Года ледников». Процесс принятия этого предложения ООН показан на языке оригинала (английском), а пояснения и перспективы инициатив продолжаются на таджикском языке. Подобные видеоролики определяют позицию Таджикистана на региональной и глобальной арене.

У телеканала «Таджикистан» также есть официальная страница в социальных сетях Facebook, Twitter, YouTube и мессенджере Telegram, где в основном публикуются официальные новости, особенно о поездках и встречах Президента страны, уважаемого Эмомали Рахмона.

Сайт телеканала «Джахоннамо» не активен по сей день, однако его социальные сети активны.

На странице телеканала «Джахоннамо» в Instagram – @tv_jahonnamo – обычно публикуются новости, отражающие успехи и достижения граждан, особенно таджикских спортсменов, события высокого уровня, рабочие поездки Президента страны, уважаемого Эмомали Рахмона, присутствие почетных гостей в Таджикистане и тому подобное. На странице телеканала «Джахоннамо» в YouTube – <https://www.youtube.com/@jahonnamotv746> – сохранилась подборка программ, представляющих достижения страны. В том числе несколько разделов программ «Геополитика», «Сухбати муҳим» («Важные беседы»), «Айём» («Дни»), «Дидгоҳ» («Взгляд»), рекламные видеоролики туристических достопримечательностей, информацию о сотрудничестве Таджикистана с зарубежными странами, в частности, с Китайской Народной Республикой, а также документальные фильмы о Президенте страны, уважаемом Эмомали Рахмоне.

Можно констатировать, что творческий и технический персонал телеканала «Джагоннамо» уделяет больше внимания социальным сетям, чем официальному сайту.

Официальный сайт телеканала «Варзиш» – <https://www.varzishtv.tj> и его страницы в социальных сетях

Instagram (609 тысячами подписчиков), YouTube (255 тысяч подписчиков), Facebook (53 тысячи подписчиков), Telegram (25 тысяч подписчиков), Twitter и ВКонтакте занимают особое место в информационном пространстве Таджикистана.

Сайт и социальные сети телеканала динамичны и эффективно используют возможности интернета. Ежедневно транслируется до 15 новостных сюжетов. Если прямые эфиры «Варзиш» составляют треть эфирного времени, то его сайт находится в контакте с аудиторией 24 часа в сутки.

Еще одна особенность социальных сетей «Варзиш» – разработка материалов в соответствии с форматом каждой передачи. В частности, интересные и эффективные рекламные видеоролики, которые чаще всего размещаются на страницах в Instagram, Facebook и Telegram, привлекают внимание аудитории и широко репостятся.

В целом, официальный сайт телеканала «Варзиш» и его страницы в социальных сетях играют значительную роль в представлении спортсменов и достижений в этой области, что не остается без влияния на формирование имиджа Таджикистана. Одним из важных элементов формирования имиджа является представление успешных граждан страны, которая сегодня, благодаря таджикским спортсменам, несет флаг Таджикистана на мировой арене. Роль сайта телеканала «Варзиш» в представлении этих фигур на мировой арене значительна и достойна похвалы.

Сайт телевидения «Сайёхи ва хунарҳои мардуми» («Туризм и народные ремесла») – <https://tvsayohi.tj/> носит исключительно отраслевой характер, его главная цель – продвижение туристического потенциала страны и народных ремесел. Он был создан в 2022 году и играет важную роль в формировании туристического имиджа Таджикистана и бренда «Таджикистан – страна, привлекающая туристов». На главной странице этого сайта размещены: историческое интервью Лидера нации на телеканале ООН в рамках Водной конференции, состоявшейся в Нью-Йорке в марте 2023 года; выступление Президента Таджикистана с трибуны ООН по вопросам стихийных бедствий и борьбы с терроризмом; видеозапись рабочего визита

Президента Республики Таджикистан в Нью-Йорке; церемония награждения Президента Республики Таджикистан орденом «Олтин Қаран» Президентом Республики Казахстан; аналитическая программа об изменении климата и значении природного заповедника «Тигровая балка» на русском и английском языках; выступление Президента Республики Таджикистан, уважаемого Эмомали Рахмона в честь 30-летия создания Вооруженных Сил Республики Таджикистан; рекламный ролик парка «Парчам» («Флаг») в Душанбе; анонс одной из программ «Раҳ ба раҳ» («Дорога к дороге»); видеоролик, представляющий туристический портал Таджикистана на трех языках (английском, таджикском, русском) и др [120].

Независимо от того, что сайт телеканала <https://tvsayohi.tj/> активно развивается благодаря социальным сетям Instagram, Facebook и YouTube, у него очень мало подписчиков в «Одноклассники» и «ВКонтакте». На социальной сети YouTube по адресу www.youtube.com/@tvsayohi больше внимания уделяется видеоматериалам. В частности, видеоролики, рекламирующие туристические достопримечательности и программы, представляющие туристическую инфраструктуру страны, имеют около 2-3 тысяч, а иногда и больше просмотров. Исследование показало, что телеканал «Сайёхи ва хунарҳои мардуми» («Туризм и народные ремесла») более успешно представляет страну через эту социальную сеть.

Веб-сайт НИАТ «Ховар» доступен в таджикском домене интернета по адресу www.khovar.tj. Сайт работает с 2002 года, а его база данных активна с 2008 года. Главное преимущество – публикация материалов на таджикском, русском, английском, арабском и персидском языках. Сайт khovar.tj активно сотрудничает с национальными агентствами зарубежных стран – информационным агентством Синьхуа, ТАСС, КазИнформ, АрменПресс, АзерТак, БелТА и др..

Творческий и технический персонал сайта www.khovar.tj тщательно освещает глобальные вопросы, касающиеся Таджикистана, стараясь не вмешиваться в дипломатические

отношения государств. В этом контексте вся публикуемая информация разрабатывается с учетом защиты национальных интересов, престижа и авторитета Таджикистана на международной арене, а также представления позитивного имиджа страны. На страницах указанных сайтов также упоминается сотрудничество с агентством «Ховар», и при трансляции информации о Таджикистане часто в качестве основного источника информации указывается НИАТ «Ховар». По этой причине сайт «Ховар» отбирает и представляет свои материалы с учетом дипломатических отношений государств.

Еще одним элементом формирования имиджа, который также реализуется в программах и передачах телеканала «Таджикистан» и которому уделяется особое внимание на сайте НИАТ «Ховар», является продвижение образа политического лидера. Раздел «Независимость Таджикистана и Лидер нации» содержит статьи о Президенте Республики Таджикистан, его вкладе в поддержание мира, стабильности и процветания страны, мнение «Всемирно известные личности об Эмомали Рахмоне», очерк и интервью о Лидере нации, которые способствуют признанию уважаемого Эмомали Рахмона как политика мирового уровня

НИАТ «Ховар» также имеет свои официальные страницы в социальных сетях Facebook, Instagram, YouTube, Telegram, которые очень активны и распространяют много материалов.

Независимая медиагруппа Таджикистана – «Азия-Плюс» («Asia-Plus») состоит из трех независимых компаний – информационного агентства, издательства и телерадиокомпании, работающих под одним брендом. Это информационное агентство работает с 1996 года. Его аудитория велика как внутри страны, так и за ее пределами.

«Азия-Плюс» использует в своей практической деятельности новые парадигмы журналистики и современные технологии. Она ищет свою аудиторию современным способом, имеет собственные страницы практически во всех социальных сетях, таких как Facebook, Instagram, Telegram, YouTube. Преимуществом онлайн-деятельности агентства является

наличие страниц в социальных сетях как на русском, так и на таджикском языках.

В частности, страница агентства на YouTube – <https://www.youtube.com/@asiaplustj/featured> постоянно готовит интересные и развлекательные видеоролики на различные темы, поддерживая таким образом свою аудиторию в любой ситуации. Особой популярностью у зрителей пользуются серии «Турист выходного дня», «Душанбе Сити», Пурсидед, чавоб медиҳем» («Спросили, ответим»), «Як хабар» («Одна новость»), программа «Парвоз» («Полет»), а также опросы по актуальным вопросам дня, набирающие за короткое время до 10-15 тысяч просмотров. В то же время, рубрика «Душанбе Сити» способствует представлению столицы страны – Душанбе. Он предоставляет информацию об истории той или иной части города или о текущих событиях. Например, история создания чайханы «Рохат», строительства Театра оперы и балета имени Садриддина Айни, первого автобуса и троллейбуса в Душанбе и т.д. Длительность видеороликов составляет от 1 до 3 минут и специально предназначена для «интернет-поколения». В целом, «Азия-плюс» не безразлична к истории Душанбе, его прошлому и настоящему.

Анализ и изучение веб-сайта «Азия-плюс» и его страниц в социальных сетях позволяет сделать вывод о том, что они с особой осторожностью подходят к трансляции новостей, связанных с Таджикистаном.

Третий раздел четвёртой главы называется «Обзор репутации Таджикистана в СМИ стран СНГ».

В начале 1990-х годов государства-члены Советского Союза создали радио- и телекомпанию «МИР», которая внесла и продолжает вносить значительный вклад в укрепление позиций Таджикистана в Центральной Азии.

С самого начала своего существования эта сеть выпускала программы о Таджикистане, особенно о его достижениях и внешнеполитическом сотрудничестве, тем самым способствуя представлению Таджикистана. В частности, программы «Таджикистан сегодня» и «Президент: год спустя» отражали

жизнь современного Таджикистана. Позже трансляция программ о Таджикистане на этом телеканале расширилась, отражая жизнь таджиков и их жизнь в различных направлениях. Если в первые годы своего существования эта компания поддерживала Таджикистан, предоставляя информационное пространство, то её деятельность впоследствии повлияла на формирование имидж государства.

С самых первых дней своего существования канал разрабатывал программы о Таджикистане, особенно о его достижениях и внешнеполитическом сотрудничестве. В частности, программы «Таджикистан сегодня», «Президент: год через» отражали жизнь современного Таджикистана. Позже трансляция программ о Таджикистане на этом телеканале расширилась, отражая жизнь таджиков и их жизнь в различных направлениях. Если в первые годы своего существования эта компания поддерживала Таджикистан, предоставляя информационное пространство, то её деятельность впоследствии повлияла на формирование образа государства

В конце 1990-х годов образ послевоенного Таджикистана также был представлен миру через журнал «Огонёк». Журнал «Огонёк» занимал особое место среди стран СНГ и ограничивался созданием позитивного образа страны в пространстве этих стран. В 2001 году Таджикистан спонсировал выпуск «Огонька» и представил себя как независимое и развивающееся государство

Присутствие иностранных журналистов в Таджикистане и публикация их впечатлений и мнений в виде журналистских статей и книг стали еще одним шагом в представлении Таджикистана и его государства. Примером таких работ является книга «Путь к консенсусу» российских журналистов Владимира Сухомлинова и Геннадия Шалаева

Еще одна попытка продвижения Таджикистана — рекламный ролик, показанный на телеканале «Евроныус» с 25 августа по 9 сентября 2011 года (длительностью 30 секунд). По словам О. Зардовой, он стал своего рода «визитной карточкой Таджикистана среди жителей Европы» [95].

В последние годы международные СМИ уделяют Таджикистану все больше внимания. Это свидетельствует о том, что международное сообщество не безразлично к Таджикистану. В частности, в заголовках международных СМИ фигурируют деятельность Лидера нации, уважаемого Эмомали Рахмона, международные инициативы в области водных ресурсов, продолжающееся строительство Рогунской гидроэлектростанции, отказ от режима «Талибов» в Афганистане и рукопожатие с Д. Трампом.

Внешний имидж государства также в значительной степени зависит от дипломатической миссии страны. Потому что «Профессиональные дипломаты, как представители страны во внешней политике государства, могут защищать национальные интересы своей страны на должном уровне. Поэтому, наряду с другими ресурсами, дипломатия и дипломатическая служба занимают особое место в процессе формирования имиджа государства» [99, с. 28].

Еще одним фактором, способствующим укреплению влияния Таджикистана за рубежом, является имидж таких спортсменов, как Мавзуна Чориева, Расул Бокиев, Дилшод Назаров, Темур Рахимов, Сомон Махмадбеков и другие.

В этом отношении немалую роль играют представители культуры и художники. В частности, участие девушки таджикского происхождения Манижи Сангин в знаменитом песенном конкурсе «Евровидение-2021», Фарруха Хасанова в российском телевизионном шоу конкурсов («Ну-ка, все вместе!»), Ямины Алидодовой в Дубае («X-Factor») транслировалось в большинстве мировых СМИ.

Другим методом представления позитивного имиджа страны и формирования позитивного образа государства в мировых СМИ стало приглашение известных международных журналистов. Например, накануне празднования Навруза в 2011 году Комитет по делам молодежи, спорта и туризма пригласил в Таджикистан творческую группу международного канала Всероссийской государственной телерадиовещательной компании «Россия-2» под руководством известного журналиста,

автора программы о путешествиях «Моя планета» Андрея Панкратова. Эта группа из трех человек в течение 14 дней снимала серию рекламных роликов о прекрасных пейзажах и обычаях таджикского народа и показывала их на каналах «Моя планета», «Россия-24» и «Россия-2». Группа посетила Таджикистан во второй раз в 2018 году и внесла свой вклад в формирование позитивного имиджа государства, создав различные фильмы.

Роль творческой группы программы «Поедем, поедим» телеканала НТВ в представлении Таджикистана также значительна. Эта группа трижды посещала нашу страну (2018, 2021, 2023 годы) и разработала серию программ, в которых, наряду с культурной жизнью и обычаями, демонстрируется туристический потенциал страны и формирование туристического имиджа Таджикистана.

Пятая глава диссертации – «Использование публицистических жанров в отражении имиджеформирующей реальности» и состоит из трех разделов.

Первый раздел этой главы – «Имиджеформирующая реальность и ее интерпретация в новостных жанрах» – рассматривает вопрос о том, как имиджеформирующая реальность отражается в форме новостных жанров.

Имидж государства строится на основе повседневной реальности. Повседневная реальность, как правило, доходит до общественности в виде новостных материалов. Чем правдивее отражается прогресс государства, тем больше доверия и уверенности, тем позитивнее формируется в обществе восприятие государства и правительства. С этой точки зрения, на протяжении всей своей деятельности телевидение «Таджикистан» всегда отдавало предпочтение актуальности. Трансляция актуальной информации обычно осуществляется в форме новостей, репортажей, репортажей и интервью. Эти жанры, как правило, используются в информационной программе «Ахбор».

Программа «Ахбор» ежедневно выпускает новости и репортажи о политической, экономической, культурной, социальной, спортивной и других сферах жизни различных регионов страны на таджикском, русском, узбекском (раз в неделю), английском и арабском языках. Информация, касающаяся событий, формирующих имидж страны, транслируемая на этом телеканале, разнообразна. Если в первые годы независимости страны такая информация в основном состояла из поездок главы государства за границу, бесед и встреч с жителями страны, открытия совместных предприятий, то в последующие годы в заголовках всегда были поездки президента страны в страну и за рубеж, присутствие иностранных гостей, особенно глав государств, в Таджикистане.

После новостей наиболее востребованным жанром на телеканале «Таджикистан» является репортаж, который помогает отражать позицию правительства по актуальным вопросам, находить и предлагать решения, а также оперативно устранять проблемы.

Участие и выступления таджикской делегации, особенно Главы государства, на различных региональных и международных встречах демонстрируют престиж и авторитет государства, а его продвижение и популяризация посредством телевидения способствуют улучшению имиджа страны. Таджикские телеканалы всегда были пионерами в освещении подобных событий. В частности, в формате отчёта были подготовлены материалы об участии и выступлениях Главы государства на встрече глав государств Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе (4.12.1994), встрече глав стран Центральной Азии по вопросу сохранения Аральского моря (3.03.1995), встрече глав государств и правительств мира по вопросу социального развития (12.03.1995), заседании Совета пограничной охраны России (31.03.1998), торжественном заседании, посвященном 1100-летию государства Саманидов и 8-летию независимости государства (8.09.1999), Душанбинском международном форуме, посвященном Международному году пресной воды (1.09.2003), Международной инвестиционной

конференции Исламского банка развития (25.09.2003), Международной конференции по сотрудничеству в трансграничных речных бассейнах (1.06.2005) и др. Большинство таких репортажей носят тематический характер, в них репортер в основном сосредотачивается на одном важном и актуальном вопросе.

Другой относительно распространенный жанр, используемый журналистами – это репортаж. Телевизионные репортажи показывают красоты столицы страны – Душанбе, мирную и спокойную атмосферу жизни людей, туристические достопримечательности, исторические памятники и тому подобное.

Исследование показало, что телеканал «Варзиш» является лидером в разработке различных типов репортажей: записанных, прямых трансляций, с озвучкой. В частности, репортажи об участии таджикских спортсменов в различных соревнованиях весьма интересны и могут положительно повлиять на представление Таджикистана. Например, в репортаже о четвертьфинальном матче Кубка Азии 2023 года между сборными Таджикистана и Иордании в Дохе, Катар, присутствие мэра Душанбе уважаемого Рустама Эмомали перед таджикскими футболистами, его речь и рукопожатие с присутствующими, объятия с вратарем команды Рустамом Ятимовым, продемонстрировавшим в игре особые навыки, искренние и трогательные слова с членами команды, разговор на английском языке с тренером команды Робертом Шегером, а также вручение подарка – символической командной формы – лидером команды, все эти детали в полной мере отражали эмоциональную атмосферу.

Еще один новостной жанр для представления видных деятелей страны и демонстрации природных ресурсов страны посредством беседы с экспертами – интервью. Этот жанр широко используется на таджикском телевидении. Следует отметить, что «...у каждого разговора, чтобы он не превратился в пустую болтавню, должен быть свой предмет разговора, который в свою

очередь определяет тему, в процессе раскрытия которой возникают вопросы» [26, с. 307].

В диссертации подробно рассматриваются интервью журналиста Асадулло Рахмона с пресс-секретарем Президента Республики Таджикистан Зафаром Саидовым о незаконном обороте наркотиков (2001), журналистки Саиды Рахими с Постоянным координатором ООН в Республике Таджикистан г-жой Сезин Синаноглу, интервью Президента Республики Таджикистан с корреспондентом телеканала «Аль-Джазира» из Государства Катар (9 сентября 2019 года на строительной площадке Рогунской гидроэлектростанции), корреспондента ООН в Нью-Йорке в рамках Водной конференции ООН (2023) и другие, а также определяются их жанровые характеристики.

В целом, телеканалы «Таджикистан», «Джахоннамо» и «Варзиш» использовали новостные жанры – новости, репортажи, интервью и отчет для представления Таджикистана и разъяснения важных событий в стране. Сравнительные исследования показали, что для улучшения имиджа страны телеканал «Таджикистан» чаще использовал информационные жанры новостей и репортажей, а два других канала – репортажи и интервью. Среди этих жанров репортаж используется чаще всего для продвижения и поощрения событий и инцидентов, формирующих имидж, поскольку этот жанр обладает большим потенциалом для привлечения внимания зрителя и влияния на идеологию аудитории.

Второй раздел пятой главы – «Обсуждение и освещение вопросов в аналитических жанрах» рассматривает возможности аналитических, журналистских и художественных жанров в отражении идей, формирующих имидж, и их продвижении. Как отметил исследователь данной области В. В. Ворошилов: «Аналитические жанры различаются по предмету познания, отображению объекта, конкретному назначению, познавательно-воспитательным задачам, по широте освещения действительности по масштабу выводов и обобщений, характеру литературно-стилистических средств выразительно-изобразительным средствам» [9, с. 224]. Таджикский

исследователь М. Муроди так оценивает специфику этой группы жанров: «Отличительной чертой журналистско-художественных жанров является, прежде всего, то, что их структура формируется синтезом и взаимосвязью документальных и художественных элементов. При создании этой группы жанров используются как профессиональные журналистские элементы, так и художественные — искусство иллюстрации» [37, с. 223]. Это объясняется тем, что они оказывают большее влияние на аудиторию.

Одним из постоянно используемых жанров на телеканале «Таджикистан» является комментарий, поскольку некоторые события освещаются в СМИ с пояснениями и объяснениями. Особенность комментария заключается в том, что тему обсуждает специалист или хорошо осведомленный эксперт в данной области, разъясняя зрителю нюансы вопроса.

В 1995-2000 годах на телеканале «Таджикистан» получили популярность политические комментарии, события оперативно разъяснялись экспертами. В частности, комментарии и пояснения бывшего прес-секретаря Президента Республики Таджикистан Зафара Саидова (Зафара Сайидзоды), выполненные в форме монолога, имеют черты жанра комментария: важные социально-политические события, опора на документы и записи, ясность позиции автора. В таких программах описывается влияние процесса на прогресс общества и положение Таджикистана среди других развитых стран, что оказывает положительное воздействие на восприятие зрителя.

В необходимых случаях телеканал «Таджикистон» предлагает своим зрителям прогнозный анализ текущей ситуации, основанный на мнениях видных деятелей страны. Примером тому служат комментарии председателя Комитета национальной безопасности Таджикистана Саймумина Ятимова о ситуации на границе между Таджикистаном и Кыргызстаном, которые подробно анализируются в диссертации.

Другим жанром, способствующим формированию имиджа Таджикистана за рубежом, является обзор прессы. На таджикских телеканалах этот жанр более распространен на

телеканале «Джахоннамо». Программа «Матбуоти ҷаҳон» («Мировая пресса»), представляющая собой своего рода обзор зарубежных газет, разработана в формате обзора прессы.

Обзор также может сильнее влиять на мнение аудитории. Это аналитический жанр, который исследует важные события определенной эпохи и времени.

На таджикских телеканалах жанр обзора используется в новостных программах, хотя и в ограниченном объеме. Одна из самых популярных программ на телеканале «Таджикистан» – «Тоҷикистон ва ҷаҳон» («Таджикистан и мир») – выполнена в жанре обозрения. С точки зрения экспертов и самого ведущего в программе анализируются и обсуждаются события, факты и нововведения, которые уже получили известность, а также важные мировые события, связанные с Таджикистаном. В программе наблюдаются основные элементы жанра обозрение, а именно: «во-первых, комментарий основан на фактах, при этом факты выстроены в соответствии с целью автора; во-вторых, комментатор рассматривает факты в органической связи, раскрывая их взаимодействие в контексте друг друга; в-третьих, комментарий всегда отличается широтой анализа материала; в-четвертых, материал комментария часто ограничивается акцентом на хронологическом материале» [37, с. 195].

Обозрения наблюдаются и на других телеканалах. Например, программа «Хафтаи варзиш» («Неделя спорта») на телеканале «Варзиш».

Программа «Стратегия» на телеканале «Сайёҳӣ ва хунаrhoи мардумӣ» («Туризм и народные ремесла»), оказывающая значительное влияние на формирование туристического имиджа Таджикистана, также готовится в форме жанра обозрения.

Формирование имиджа государства в телевизионных программах происходит не только в группе аналитических жанров, но и в журналистско-художественных, в частности, зарисовки, путевые очерки и путевых. Специфика и возможности этих журналистско-художественных жанров соответствуют природе формирования имиджа. Использование

этих жанров на телевидении более интересно. Предполагаемые кадры, элегантность и изящество окружающей красоты усиливают художественность речи, делая зрителя непосредственным свидетелем фактов и цифр.

Телевизионные зарисовки часто носят лирический характер и играют важную роль в представлении образа страны, особенно столицы государства – города Душанбе. Например, 10-серийный цикл «Гулҳои Душанбе» («Цветы Душанбе») на телеканале «Таджикистон» является тому примером. Эта серия рекламных роликов подготовлена без текста и сопровождается различной музыкой. Лирические ролики без текста демонстрируют не только красоты Душанбе, но и природу различных регионов страны, особенно туристические достопримечательности, праздники и культурные мероприятия, такие как Международный Навруз, фестиваль «Сад ранги чакан», «Саири гули лола» (Прогулка по тюльпановым полям), акция «Тоъикона мепӯшем» («Мы носим таджикскую одежду») и тому подобное, большинство из которых популяризируют национальную культуру и обычаи.

Другой тип зарисовки, используемый на телеканалах – это клипи с патриотическими песнями. Примером такой зарисовки является «Тоҷикистон, ба пеш» («Таджикистан, вперёд!»), отражающий достижения страны, а эмоциональные слова Лидера нации на открытии первого энергоблока Рогунской гидроэлектростанции – «Тоҷикистон, ба пеш!» – стали определяющей силой.

Серия программ «Ривоят ё ҳақиқат» («Легенда или правда»), «Роҳ ба роҳ» («Дорога к дороге»), «Экотуризм» телеканала «Сайёҳӣ ва ҳунарҳои мардумӣ», которые продвигают и поощряют туристические достопримечательности страны, места и инфраструктуру, а также природу, благоприятную для путешествий, являются путевыми очерками или путешествия. Телевизионный очерк обладает особой уникальностью и воздействием. Отличительной чертой этих программ является заметное независимое участие журналистов в сценах программ, а темы дополняют друг друга.

Третий раздел пятой главы диссертации называется **«Особенности содержания информационных веб-сайтов»** и посвящен изучению формальных, декоративных и жанровых особенностей содержания информационных веб-сайтов.

Для веб-сайтов мультимедийная упаковка является привлекательным и хорошо продуманным инструментом. Благодаря привлекательным форматам можно представить много информации. Проблема в том, что такие привлекательные форматы для одних – это формат, а для других – жанр. В этом многообразии один момент остается вне поля зрения большинства, а именно представление любого жанра в мультимедийном формате, особенно аналитического, журналистского и художественного. В то же время, сочетание жанров и возможности интернета привели к созданию и формированию новых жанров, представление которых требует мультимедийного формата. Примером такого жанра является лонгрид, который в профессиональной журналистской среде известен как жанр для одних и формат для других.

Лонгрид — это текст, содержащий большой объем информации и разделенный на разделы в зависимости от содержания событий, что усиливает желание читать с каждым разделом. Различные элементы лонгрида: изображения, графика, инфографика, видео, звук, слайд-шоу, карты и т.д. помогают разделить текст на разделы и сделать материал интересным. Эти элементы не являются дополнительными компонентами, а считаются основными частями. К лонгридам можно отнести проект «Тоҷикистон, ба пеш» на сайте «Азия-Плюс». Поскольку содержание видео не сокращается за счет удаления изображений и текста, информация из текста может быть извлечена из видео, или, наоборот, текст и изображения могут передавать целевую информацию без видео.

Для формирования имиджа Таджикистана важно создать обширный материал по современной истории независимого Таджикистана, который предоставлял бы полную информацию о первых днях независимости, периоде войны за независимость, усилиях по установлению мира, миротворческом процессе,

укреплении мира, международных инициативах Таджикистана и его текущих достижениях..

Одна из особенностей интернета, на которую аудитория обращает особое внимание, — это поиск по ключевым словам. При поиске (16.05.2025) слова «Таджикистан» было найдено множество видеороликов, большинство из которых — путевые заметки и очерки о путешествиях. Такие материалы в основном готовят журналисты и блогеры, работающие в сфере туризма и продвигающие туристический контент. В частности, примером является работа шеф-повара и блогера Коте Оганезова под названием «Таджикистан: правда о таджикской кухне и рынках, о стране и людях. Невероятное гостеприимство Душанбе» на YouTube (@koteoganezov).

Изучение материалов веб-сайтов показывает, что жанры журналистики и художественной литературы в интернете постепенно расширяются. Несмотря на это, оперативность остается главной и важной особенностью интернета. Именно этот аспект приводит к увеличению числа поклонников сетей и веб-сайтов. Интернет позволяет нам быть в курсе событий, происходящих в любой точке мира в данный момент, и следить за ходом событий онлайн.

На сайте телеканала «Мир» публикуется много новостей о Таджикистане, тем самым представляя нашу страну в СНГ. Сайт компании в основном транслирует новости об успехах и событиях в различных областях. Стиль подачи новостей на сайте телеканала «Мир» отличается от отечественных сайтов. Начало новостей на сайте «Мир» более интересное, а второй абзац, в отличие от повторяющейся информации на отечественных сайтах, содержит свежие сведения. При этом сайт «Мир» широко использует возможности интернета при подготовке новостей.

Особенность подачи материала на сайте «Спутник» заключается в том, что в конце статьи появляется несколько похожих новостных сообщений, относящихся к выбранному сюжету.

В целом, хотя интернет обладает большим потенциалом, чем традиционные средства массовой информации, он не

получил широкого распространения. В частности, сотрудники государственных сайтов по-прежнему размещают материалы на сайтах в традиционном формате.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

После распада Советского Союза республики СССР обрели политическую независимость. Большинство республик начали формировать независимые государства, возрождать свои национальные ценности и искать формы и методы их представления. В Республике Таджикистан началась гражданская война. Война, которая, одним словом, носила братоубийственный характер, создала ситуацию, в которой новообразованный независимый Таджикистан представлялся в отечественных и зарубежных СМИ как истерзанное войной и нестабильное государство, транзитный пункт для наркотиков, очаг терроризма и экстремизма, страна беженцев и бедняков. Средства массовой информации, особенно международные, не упоминали богатую историю и культуру таджиков. Таким образом, до заключения мира таджиками, образ Таджикистана формировался спонтанно.

Хотя в первое десятилетие независимости ответственные институты и средства массовой информации пытались защитить репутацию страны, конкретной стратегии и концепции в направлении формирования имиджа не существовало. Только после 2000-х годов были предприняты конкретные шаги в направлении формирования имиджа государства, во главе которого стоит Основатель мира и национального единства – Лидер нации, Президент Республики Таджикистан уважаемый Эмомали Рахмон.

В современную эпоху, уделяя внимание формированию имиджа государства в Республике Таджикистан, сформировались специфические подходы к его созданию, имидж государства постепенно стал позитивным, а доверие мирового сообщества к нашей стране относительно высоким. Открылись широкие возможности для сотрудничества. В этом процессе важную роль

играют средства массовой информации, особенно телевидение и веб-сайты. В информационную эпоху государственное телевидение и веб-сайты стремятся обеспечить информационное пространство внутри страны качественными передачами и конкретным стратегическим планом по формированию имиджа, тем самым завоевав позиции в глобальном информационном пространстве. В результате этих усилий информация о Таджикистане представляется мировому сообществу из первых рук, и больше внимания уделяется ценностям и возможностям страны.

Таким образом, изучение роли средств массовой информации в формировании имиджа Таджикистана позволило нам прийти к следующим выводам:

1. Имидж и имиджестроительство, как и все явления нашего времени, берут начало в глубинах истории, и с древних времен каждое государство выбирало разные пути повышения своего положения и престижа. В современную эпоху для повышения престижа и авторитета государств разработаны специфические концепции и профессиональные методы, которые называются имиджологией или имиджестроительством. Эта наука широко используется в представлении всех государств. Хотя элементы имиджестроительства и специфические подходы наблюдаются и в государственности Таджикистана, в научном пространстве нашей страны сущность и концепция имиджа и имиджестроительства государства часто путаются с пиаром и открытой пропагандой [1-А; 7-А; 9-А; 26-А].

2. Телевидение и Интернет, как мощные средства влияния, играют значительную роль в процессе формирования имиджа государства. В частности, реализация информационных, социальных и пропагандистских функций средств массовой информации позволяет эффективно и качественно достигать целей формирования имиджа. Именно поэтому правительства различных стран уделяют серьезное внимание развитию телевизионного и интернет-сектора [2-А; 4-А; 10-А; 1-А; 13-А; 14-А; 15-А; 17-А; 10-А].

3. В процессе формирования имиджа Республики Таджикистан учитываются геополитические возможности и географическое положение, природные ресурсы, и на основе этого используются различные подходы к формированию имиджа [2-А; 6-А; 9-А; 16-А; 19-А; 28-А].

4. Имиджевая политика Таджикистана выражена в ряде нормативно-правовых актов страны, обеспечивающих правовую основу для формирования имиджа страны. Источником таких документов является «Обращение к славному народу Таджикистана», произнесенное Председателем Верховного Совета Таджикистана, уважаемым Эмомали Рахмоном 19 ноября 1992 года. Далее правовая основа выражена в Концепции внешней политики Республики Таджикистан, Концепции государственной политики по привлечению и защите инвестиций Республики Таджикистан, Концепции государственной информационной политики Республики Таджикистан. Также законы медиа-сектора, такие как законы Республики Таджикистан «О периодических изданиях и других средствах массовой информации», «О теле- и радиовещании», «Об информации», «Об электронных документах», «Об информации», «Об защите информации» и др., как правовые документы, регулируют деятельность средств массовой информации в распространении национальных ценностей и поддержании авторитета и престижа государства [1-А; 6-А; 10-А; 16-А; 19-А; 28-А; 30-А].

5. В первое десятилетие независимости страны важнейшей темой, отражавшейся в СМИ о Таджикистане, был мир и его достижение. Именно в этот период журналисты, как и армия, поддерживающая Родину, продемонстрировали силу слова. В частности, единственный государственный телеканал «Таджикистан» благодаря быстрому вещанию и богатому содержанию аналитических и журналистских программ смог склонить общественное мнение к единству и солидарности и стремлению к достижению реального мира [1-А; 4-А; 6-А; 8-А; 10-А; 19-А; 21-А].

6. Аккредитация иностранных журналистов и содействие деятельности представителей иностранных СМИ в таджикском обществе и успешном процессе миростроительства привели к тому, что информация о реалиях времени представляется мировому сообществу «из первых рук». В этом контексте постепенно возросло доверие к новому правительству и уважение к главе государства, уважаемому Эмомали Рахмону [5-А; 11-А; 14-А; 24-А; 27-А; 30-А].

7. Уважаемый Эмомали Рахмон, как миролюбивый, гуманный, инициативный, творческий и культурный лидер, играет ключевую роль в формировании имиджа Таджикистана. Большая часть информации о Таджикистане, подготовленной и транслируемой зарубежными СМИ, связана с достижениями, инициативами и эффективной деятельностью Президента страны [10-А; 20-А; 22-А; 23-А; 26-А; 27-А].

8. После 2000-х годов в отечественных и зарубежных СМИ стала популярной еще одна тема, связанная с именем Таджикистана, — международные инициативы Президента Республики Таджикистан по водным вопросам. Международные инициативы, которые Таджикистан осуществляет уже более двух десятилетий, представляют нашу страну как инициативное государство и защитника природных ресурсов. Усилия правительства страны по проведению различных конференций и встреч на региональном и глобальном уровнях на высоком уровне и вовлечению международного сообщества в важную глобальную проблему нехватки воды привели к формированию на телевидении и в интернете образа Таджикистана как инициативного государства [5-А; 6-А; 11-А; 19-А; 25-А; 27-А; 29-А; 30-А].

9. Строительство Рогунской гидроэлектростанции, признанной крупнейшим сооружением столетия, стало одной из главных тем СМИ. Если в первые годы возобновления строительных работ в СМИ велись информационные баталии по поводу продолжения этого строительства, то благодаря усилиям Правительства Таджикистана, непосредственно Президента страны, ввод в эксплуатацию первого и второго энергоблоков,

все препятствия были устранены, и на телевидении и сайтах зарубежных стран это огромное сооружение получило позитивные отзывы, а его ввод в эксплуатацию рассматривается не только в интересах Таджикистана, но и региона [4-А; 6-А; 11-А; 12-А; 13-А; 27-А; 30-А].

10. Хотя телеканал «Таджикистан» постоянно продвигает политику правительства страны, в разработке программ он порой допускает профессиональные ошибки, зависящие от опыта, политических знаний и навыков журналистов. В частности, на отечественных телеканалах наблюдается нехватка политических комментаторов, способных своевременно и точно описывать ситуацию в стране, регионе и мире. Нехватка отечественных комментаторов приводит к тому, что аудитория воспринимает политическую ситуацию своего времени глазами других. Политический образ страны является главным элементом, формирующим имидж государства, и его формирование через телеканалы, а также отечественные сайты, более выгодно [1-А; 17-А; 20-А; 24-А; 29-А].

11. Республика Таджикистан представлена в интернет-пространстве как туристическая страна. Также доминирует и расширяется освещение культуры, традиций, гостеприимства, национальных костюмов, народных промыслов и национальных праздников, включая Навруз [[9-А; 12-А; 14-А; 25-А; 26-А; 28-А; 30-А].

12. В интернет-пространстве соседних стран и государств-стратегических партнеров публикуется мало материалов о Республике Таджикистан. Телевизионные компании, открывшие свои представительства в Республике Таджикистан, размещают на таджикских страницах своих сайтов лишь короткие материалы. На страницах, предназначенных для широкой аудитории, абсолютно мало материалов о ценностях нашей страны [5-А; 9-А; 11-А; 12-А; 18-А; 29-А]

13. При отражении и продвижении событий, формирующих имидж, чаще используется формат новостных жанров, включая новости и репортажи на телеканале «Таджикистон», а также репортажи и интервью на телеканалах «Вардиж» и «Яхоннамо».

Из сравнения информационных материалов в контексте имиджа государства было установлено, что в процессе формирования имиджа жанр репортажа имеет более широкие возможности [1-А; 15-А; 24-А; 29-А].

14. Анализ и обзоры показывают, что, несмотря на большие возможности аналитических жанров, телеканалы уделяют мало внимания производству передач в формате этой группы жанров, особенно комментариев прессы и выводов. В современную эпоху выгодно использовать возможности этих жанров для защиты национальных интересов и общественного мнения от предвзятой информации [2-А; 10-А; 15-А; 27-А].

15. Производство документальных фильмов о важных исторических событиях и происшествиях постепенно заняло особое место в телевизионных сетях страны. Такие фильмы обладают большим потенциалом и играют важную роль в формировании имиджа Таджикистана, но их производство требует более профессионального подхода и больших усилий. Сравнительный анализ показал, что в большинстве этих фильмов кадры повторяются, что приводит к монотонности [9-А; 13-А; 15-А; 17-А; 27-А].

16. Несмотря на признание особого места интернета в информационном пространстве, его потенциал в Таджикистане используется не в полной мере, что объясняется недостатком технических знаний и понимания со стороны персонала веб-сайтов. Большая часть материалов, состоящих из текста, представлена в формате пресс-журналистики, а видеоролики — в точности как телевизионные программы. Такой метод заслоняет уникальность интернет-материалов и скучен для аудитории [4-А; 6-А; 7-А; 18-А; 20-А; 23-А; 24-А].

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРАКТИЧЕСКОМУ ИСПОЛЬЗОВАНИЮ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ

На основании проведенных исследований и оценок следует, что, хотя и были опубликованы некоторые статьи о роли СМИ и веб-сайтов в формировании имиджа таджикского государства,

различные аспекты этой темы еще не были изучены в отдельных монографиях. Конечно, сфера исследования широка, и по ней можно проводить отдельные исследования. С учетом специфики темы исследования, диссертация пытается глубоко изучить теоретические и практические аспекты имиджа и имиджестроения на основе научных и медийных материалов. Таким образом, на основе результатов исследования по теме даются рекомендации по ее практическому применению:

1. Формирование имиджа государства невозможно только путем распространения информации; это динамичный процесс, являющийся результатом всестороннего изучения возможностей страны и конкретной стратегии представления ее преимуществ. Такой подход обуславливает необходимость создания в Республике Таджикистан специального института формирования государственного имиджа. С помощью этого института будет эффективно разработана специфическая концепция формирования имиджа Таджикистана и реализована в сотрудничестве с государственными структурами.

2. Известно, что средства массовой информации играют важную роль в процессе формирования имиджа государства. Поэтому мы считаем необходимым уделять особое внимание подготовке профессиональных журналистов, занимающихся формированием имиджа, на факультетах и кафедрах журналистики, а также включить предмет «Средства массовой информации и имидж государства» в образовательные программы журналистских специальностей.

3. Для осознания процесса подготовки кадров в направлении современного формирования имиджа необходимо организовать обмен опытом и повышение квалификации преподавателей факультетов и кафедр журналистики в зарубежных учебных центрах, особенно в странах, уделяющих особое внимание формированию имиджа своей страны.

4. Создание условий и возможностей для повышения политической осведомленности журналистов, их языковых и профессиональных навыков, совершенствования технических навыков сотрудников телевидения и интернета для разработки

программ, формирующих идентичность, на высоком профессиональном уровне будет способствовать этому.

5. Создание представительств отечественных телеканалов за рубежом и обеспечение их журналистами, свободно владеющими языком и имеющими политическое и профессиональное образование, будет иметь большое значение для представления достижений страны и продвижения позитивных идей формирования имиджа.

6. Насущной необходимостью является пересмотр и совершенствование системы функционирования телеканала «Джахоннамо» или создание транснационального телеканала с целью непрерывного сотрудничества с зарубежными СМИ и разработки материалов с учетом внешней аудитории для формирования международного имиджа Республики Таджикистан.

7. Активизация информационных сайтов телеканалов и информационных агентств на разных иностранных языках приведет к расширению аудитории и динамике формирования имиджа государства.

8. В форме отдельной диссертации целесообразно изучить различные аспекты имиджа государства, в частности, формирование образа миротворца и инициативного лидера Президента Республики Таджикистан уважаемого Эмомали Рахмона, роль и положение конкретных СМИ в отражении и обсуждении реалий формирования имиджа и продвижении национальных идей и взглядов.

В целом, роль средств массовой информации, особенно телевидения, веб-сайтов и информационных агентств, в отражении реальности и формировании образов является значительной, и наша диссертация представляет собой начало конкретного исследования в этом направлении. Этот опыт должен представлять интерес для ученых, соискателей степени и специалистов в данной области. Высказанные положения относятся к числу актуальных проблем в данной области и подтверждают перспективность темы исследования, рассматриваемой в диссертации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

I. Литература на таджикском и русском языках:

1. Абдуллаев, М. А. Таджикская публицистика и национальная идентичность (посл. четверть XIX – первая половина XX века [Матн] / М. А. Абдуллоев. – Душанбе, 2014. – 309 с.
2. Абдуллозода, М.А. Средство массовой информации арабских стран. Учебное пособие [Текст] / М.А. Абдуллозода, Н.Н. Салихов, А.А. Рахимов, Ш.Б. Муллоев. – Душанбе: РТСУ, 2019. – 156 с.
3. Азимов, А. Воқеияти зиндагӣ ва матбуоти тоҷик [Матн] / А. Азимов. – Душанбе: Сино, 2000. – 185 с.
4. Азимов, А. Таърихи ташаккули радиои тоҷик [Матн] / А. Азимов – Душанбе: Матбуот, 2005– 26 с.
5. Азимов, А. Маҳорати журналисти таҳлилгари телевизион [Матн] / А. Азимов. – Душанбе, 2013. – 88 с.
6. Азимов, А. Публицистика ва воқеият [Матн] / А. Азимов. – Душанбе: Шарқи озад, 2020. – 143 с.
7. Азимов, А. Информационное сопровождение внешней политики (на примере Республики Таджикистан) [Текст] / А. Азимов, Ф. Салимов. – Душанбе: Шарқи озад, 2025. – 39 с.
8. Аскар, З. Таджикское телевидение от первых опытов до цифрового вещания [Текст]: монография / З. Аскар. – Душанбе: ТНУ, 2023. – 181 с.
9. Ворошилов, В. В. Журналистика. Базовый курс [Текст]: учебник / В. В. Ворошилов. – СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2004. – 5-е издание. – 704 с.
10. Гавра, Д. П. Анализ и обобщение существующих концептуальных методологических подходов в сфере государственного имиджирования для различных целевых аудиторий [Текст]: аналитическая записка / Д. П. Гавра, И. Д. Демидова, Е. С. Савицкая [и др.] – СПб., 2008 – 245 с.

11. Галумов, Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования [Текст] / Э. А. Галумов. – М.: Известия, 2003. – 450 с.
12. Галумов, Э. А. Имидж против имиджа [Текст] / Э. А. Галумов. – М.: Известия, 2005. – 551 с.
13. Грушин, Б. А. Социология массовых коммуникаций [Текст] / Б. А. Грушин. – М.: Наука, 1979. – 350 с.
14. Гулов, С. Истиқлолият ва журналистикаи тоҷик [Матн] / С. Гулов. – Душанбе: Маориф, 2025. – 168 с.
15. Дефлюр, М. Теория массовой коммуникации [Текст] / М. Дефлюр, С. Болл-Рокеач. – М.: Гардарики, 2000. – 528 с.
16. Джанджугазова, Е. Маркетинг туристических территорий [Текст] / Е. Джанджугазова. – М., 2006. – 224 с.
17. Достиев, А. Тоҷикистон – шикастанҳо ва бастанҳо [Матн] / А. Достиев. – Душанбе: Ирфон, 2003. – 224 с.
18. Замятин, Д. Н. Гуманитарная география: Пространство и язык географических образов [Текст] / Д. Н. Замятин. – СПб.: Алетейя, 2003. – 331 с.
19. Замятин, Д.Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов [Текст] / Д. Н. Замятин. – М., 2006 – 795с.
20. Зверинцев, А. Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR [Текст] / А. Б. Зверинцев. – 2-ое изд., испр. – СПб.: Союз, 1997. – 576 с.
21. Зелинский, С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание [Текст] / С. А. Зелинский. – СПб., 2008. – С. 194.
22. Имиджелогия. Как нравиться людям [Текст] / под редакцией В. М. Шепеля. – М.: Народное образование, 2002. – 576 с.
23. Имомзода М. С. Усули таҳқиқ [Матн] / М. С. Имомзода, С. Маҳдӣ, Б. Қутбиддин. – Душане, 2019. – 200 с.
24. Имомзода, М. С. Интернет ва ҷомеаи иттилоотӣ [Матн] / М. С. Имомзода, Ҷ. Садуллоев // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. – Душанбе, 2020. – №6. – С. 304-310.

25. Камолиддинов, Б. Сухан аз баҳри дигарон гӯянд. Нуксонҳои забони аҳли матбуоти тоҷик [Матн] / Б. Камолиддинов. – Душанбе: Дунёи дониш, 2003. – 134 с.
26. Ким, М. Н. Журналистика: методология профессионального творчества [Текст]. – СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2004. – 495 с.
27. Корконосенко, С. Г. Теория журналистики: моделирование и примирение [Текст] / С. Г. Корконосенко. – М.: Логос, 2010. – 244 с.
28. Краткий психологический словарь [Текст]: сборник / под редакцией А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. – М.: Политиздат, 1985. – 431 с.
29. Мактаби давлатдории Эмомалӣ Раҳмон: масъалаҳои ташаққул ва рушд [Матн]. – Душанбе: Фасл-4, 2021. – Ҷ. II. – 424 с.
30. Маслова, В. М. Сфера PR в маркетинге [Текст]: учебное пособие / В. М. Маслова, И. М. Синяева, В. В. Синяев. – М.: Юнити-Дана, 2017. – 384 с.
31. Муқим, Ҷ. Мақоми жанрҳо дар радиои «Озодӣ» [Матн] / Ҷ. Муқим. – Душанбе: Деваштич, 2000. – 76 с.
32. Муқим, Ҷ. Сиёсат ва ҷанги иттилоотӣ [Матн] / Ҷ. Муқим. – Душанбе: Деваштич, 2006. – 71 с.
33. Муқимов, Ҷ. Журналистикаи ҷандрасонаӣ [Матн] / Ҷ. Муқим. – Душанбе, 2019. – 67 с.
34. Муллоев Ш. Б. Модель личности таджикского журналиста: характерные черты и особенности [Текст] / Ш. Б. Муллоев // Вестник университета (Российско – Таджикский (Славянский) университет). – Душанбе, 2023. – №1 (79). – С. 131-139
35. Муродӣ, М. Публицистикаи тоҷик [Матн] / М. Муродӣ. – Душанбе: Аржанг, 2021. – 574 с.
36. Муродӣ, М. Таҳлили хулосавии асарҳои публицистӣ доир ба кандани нақб ва таҷдиди шоҳроҳҳо [Матн] / М. Муродӣ // Бозтоби бунёди иншоотҳои азим ва ташаббусҳои байналмилалӣ Тоҷикистон дар публицистикаи муосир. – Душанбе: Истеъдод, 2024. – С. 28-62.

37. Муродӣ, М.Б. Сотсиологияи журналистика (Китоби дарсӣ) [Матн] / М. Б. Муродӣ. – Душанбе: Мулқвар, 2025. – 252 с.
38. Муродӣ, М.Б., Салимзода О. Асосҳои эҷоди рӯзноманигорӣ [Матн]: китоби дарсӣ / М.Б. Муродӣ, О. Салимзода. – Душанбе: Донишварон, 2022. – 360 с.
39. Муродов, М.Б. Сотсиологияи журналистика [Матн] / М. Б. Муродов. – Душанбе: Истеъдод, 2012. – 192 с.
40. Муродов, М. Асосҳои эҷоди журналист [Матн] / М. Муродов. – Душанбе, 2014. – 325 с.
41. Муродов, М. Б. Сотсиологияи журналистика (Воситаи таълимӣ) [Матн] / М. Б. Муродов. – Душанбе: Истеъдод, 2020. – 240 с.
42. Муродов, М.Б. Асосҳои эҷоди журналистӣ (Китоби дарсӣ) [Матн] / М.Б. Муродов. – Душанбе, 2021. – 360 с.
43. Мухтори, К. Социальная коммуникация и СМИ: формирование общественного мнения [Текст] / К. Мухтори. – Душанбе, 2021. – 140 с.
44. Муъминҷонов, З. Жанрҳои хабарии журналистикаи телевизион [Матн] / З. Муъминҷонов. – Душанбе, 2011. – 66 с.
45. Муъминҷонов, З. Махсусияти жанрҳои иттилоотӣ таҳлили телевизион [Матн] / З. Муъминҷонов. – Душанбе, 2015. – 120 с.
46. Нуралиев, А. Жанрҳои ахбории матбуот [Матн] / А. Нуралиев. – Душанбе, 2009. – 146 с.
47. Нурӣ, С. А. Оштинома [Текст] / С. А. Нурӣ. – Душанбе, 2001. – 360 с.
48. От книги до интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия [Текст] / редакторы: Я. Н. Засурский, Е. Л. Вартанова. – М., 2000. – 256 с.
49. Панасюк, А. Ю. Я – ваш имиджмейкер и готов помочь сформировать ваш профессиональный имидж [Текст] / А. Ю. Панасюк. – 2-е изд., испр. – М.: Дело, 2004. – 240 с.
50. Пешвои миллат – Лидер нации [Матн]. – Душанбе, 2016. – 256 с. – Матн ба забонҳои тоҷикӣ, русӣ, англисӣ.

51. Пешвои муаззами миллат. Нақши Эмомалӣ Раҳмон дар таҳкими Истиқлолияти давлатӣ [Матн]. – Душанбе, 2019. – 384 с.
52. Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики [Текст]: учебник для студентов ВУЗов, обучающихся по направлению и специальности «журналистика» / Е. П. Прохоров. – 6-изд. – М.: Издательство МГУ, 2005.
53. Раҳмонов, Э. Независимость Таджикистана и возрождение нации [Текст] / Э. Раҳмонов. – Душанбе: Ирфон, 2006. – Том 4. – 568 с.
54. Раҳмон, Э. Тоҷикистон: ҷаҳор соли истиқлолият ва ҳудшиносӣ [Матн] / Э. Раҳмон. – Душанбе, 1995. – 208 с.
55. Раҳмон, Э. Истиқлолияти Тоҷикистон ва эҳёи миллат. Иборат аз ҷаҳор чилд [Матн]. – Душанбе: Ирфон, 2002. – Чилди аввал. – 512 с.
56. Раҳмон, Э. Мурочиат ба халки шарифи Тоҷикистон, аз 12.12.92 // Истиқлолияти Тоҷикистон ва эҳёи миллат [Матн] / Э. Раҳмон //– Душанбе: Ирфон, 2002. – С. 4-7.
57. Раҳмон, Э. Суханронӣ дар мувоҳисаҳои умумии сиёсии Иҷлосияи 54-уми Маҷмааи умумии Созмони Милали Муттаҳид, сентябри соли 1999 [Матн] // Истиқлолияти Тоҷикистон ва эҳёи миллат. – Душанбе: Ирфон, 2002. – Ҷ. 3. – С. 194-203
58. Раҳмон, Э. Ҷавоб ба саволҳои радиои СММ, сентябри соли 1999 [Матн] // Истиқлолияти Тоҷикистон ва эҳёи миллат. – Душанбе: Ирфон, 2002. – Ҷ. 3. – С. 204-212.
59. Раҳмон, Э. Тоҷикон дар оинаи таърих. Аз Ориён то Сомониён [Матн]: нашри дувум. – Душанбе: Ирфон, 2021. – 704 с.
60. Раҳмонзода, А. Ҳаёт, адабиёт, воқеият [Матн] / А. Раҳмон. – Душанбе: Эр-граф, 2019. – 388 с.
61. Раҳмонов, А. Пиндорҳои асотирӣ дар адабиёти тоҷикӣ [Матн]: маҷмуаи мақолаҳо / А. Раҳмонов. – Душанбе: Диловар ДДМТ, 1999. – 196 с.

62. Раҳмонов, Э. Ш. Тоҷикистон: даҳ соли Истиқлолият, Ваҳдати миллӣ ва бунёдкорӣ. Иборат аз 3 ҷилд [Матн] / Э. Ш. Раҳмонов. – Душанбе: Ирфон, 2001. – 704 с.
63. Сабуров, А. Информационное измерение внешнеполитического процесса в Таджикистане (1993-1995 г.г.) [Текст] / А. Сабуров, З. Сайидзода. – Душанбе: НИАТ «Ховар», 2007. – 59 с.
64. Саидов, З. Ш. Таджикистан: межгосударственные отношения в период становления внешней политики [Текст]: монография / З. Ш. Саидов. – Шестое доработанное издание. – Душанбе: «Контраст», 2013. – 636 с.
65. Саидов, З.Ш. Агенство «Ховар» – центральный государственный информационный орган суверенного Таджикистана [Текст] / З. Ш. Саидов, А. З. Сабуров, – Душанбе: Авесто, 2007. – 20 с.
66. Сайидзода, З.Ш. Таджикистан: информационный ресурс, внешняя политика, имидж государства. – Душанбе: ОО «Иттилоот ва муошират», 2008. – 71с.;
67. Саъдуллоев, А. Жанрҳои таҳлилии матбуот [Матн] / А. Саъдуллоев, П. Гулмуродзода. – Душанбе, 1998. – 60 с.
68. Саъдуллоев, А. Жанрҳои журналистикаи радио [Матн] / А. Саъдуллоев, С. Гулов. – Душанбе: Эҷод, 2005. – 72 с.
69. Саъдуллоев, А. Асосҳои журналистикаи телевизион [Матн] / А. Саъдуллоев, М. Шоев. – Душанбе, 2010. – 112 с.
70. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для вузов [Текст] / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 495 с.
71. Телевизионная журналистика [Текст]. – М.: МГУ, 2002. – 195 с.
72. Тертычный, А. Аналитическая журналистика: познавательно- психологический подход [Текст] / А. Тертычный. – М., 1998. – 256 с.
73. Тулупов, В. В. Журналистика как социальный институт [Текст] / В. В. Тулупов. – М.: Аспект Пресс. – 224 с.

74. Тюкаркина, О. М. Роль национального брендинга в формировании внешнеполитического имиджа современной России // Власть. – 2011. – №12. – С. 111-114.
75. Тюкаркина, О. М. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта [Текст] / О. М. Тюкаркина, И. А. Василенка, А. Н. Люлько.М. –2013. – 359 с.
76. Умарова, Г. Телевизион ва воқеияти Тоҷикистон [Матн] / Г. Умарова. – Душанбе: Шуҷоат. – 2011. – 168 с.
77. Усмонов, И. Соли Набиев [Матн] / И. Усмонов. – Душанбе, 1995. – 114 с.
78. Усмонов, И. Асноди сулҳ [Матн] / И. Усмонов. – Душанбе, 1997. – 41 с.
79. Усмонов, И. Сулҳнома [Матн] / И. Усмонов. – Душанбе: Матбуот, 2001. – 552 с.
80. Усмонов, И.К. Воситаҳои ахбори омма ва сиёсати хориҷии Тоҷикистон [Матн] / И.К. Усмонов. – Душанбе, 2003. – 64 с.
81. Усмонов, И. Жанрҳои публитсистика [Матн] / И. Усмонов. – Душанбе, 2009. – 139 с.
82. Усмонов, И. Журналистика. Қ. 4 [Матн] / И. Усмонов. – Душанбе, 2011. – 474 с.
83. Усмонов, И. Савганди сулҳофаринӣ [Матн] / И. Усмонов. – Душанбе: Бебок, 2017. – 132 с.
84. Усмонов, И.К. Системаи воситаҳои ахбори омма ва таблиғ (комплексӣ таълимӣ-методӣ) [Матн] / И.К. Усмонов, Р.М. Бобоҷонова. – Хучанд: Нури маърифат, 2020. – 168 с.
85. Хамидов, И. И. Место корпоративной прессы в современной таджикской журналистике [Текст] / И. И. Хамидов. – Саарбрюккен: LAP Publishing, 2011. – 168 с.
86. Хатунцев, Б. Н. О природе власти. Опыт исследования социально-психологических основ власти [Текст] / Б. Н. Хатунцев. – Саратов: Издание автора, 1925. – 149 с.
87. Хочазод, С. Ташаккули низоми нави шабакаҳои телевизионӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон [Матн]: воситаи таълимӣ / С. Хочазод. – Душанбе: ДДОТ, 2024. – 123 с.
88. Ҳамидов, И. Имиҷмейкинг ва нақши телевизион дар шаклгирии он (дар мисоли заҳматҳои Пешвои миллат

- Эмомалӣ Раҳмон дар даврони Истиқлолият) [Матн] / И. Ҳамидов // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Бахши илмҳои филологӣ. – Душанбе. – 2017. – №4/5. – С. 280-283.
89. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика [Текст]: учебное пособие / В. Л. Цвик. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 282 с.
90. Черёмушникова, И. К. Имиджология [Текст]: учебное пособие / И. К. Черёмушникова, И. А. Петрова, И. В. Чернышева. – Волгоград: ВолгГМУ, 2013. – 180 с.
91. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью: теория и практика [Текст] / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. – М., 2006. – 370 с.
92. Шепель, В. М. Имиджология. Секреты личного обаяния [Текст] / В. М. Шепель. – М., 1997. – 382 с.
93. Шепель, В. М. Имиджология. Как нравиться людям [Текст] / В. М. Шепель. – М.: Народное образование, 2002. – 345 с.
94. Шепель, В. М. Менталитет руководителя [Текст]: управленческое мышление / В. М. Шепель. – М.: Народное образование, 2010. – 351 с.
95. Эмомалӣ Раҳмон – бунёдгузори сиёсати хориҷии Тоҷикистон [Матн]. – Душанбе: Ирфон, 2012. – 272 с.
96. Эмомалӣ Раҳмон – эҳёгари Роғун [Матн] / мураттиб Х. А. Сафарзода. – Душанбе, 2018. – Нашри сеюм. – 416 с.
97. Ятимов, С. С. Хирадсолорӣ ва оини давлатдорӣ [Матн] / С. С. Ятимов. – Душанбе, 2019. – 208 с.

II. Диссертации и авторефераты:

98. Айдоган, Х. Д. Медиаобраз Турции в российских СМИ: особенности формирования имиджа [Текст]: автореф. дис... канд. филолог. наук.: 10.01.10 / Айдоган Хакан Джейхан. – [Место защиты: Рос. ун-т дружбы народов]. – М., 2015. – 22 с.
99. Баротов, И. И. Повышение международного имиджа государства в условиях изменяющегося мира: на примере Республики Таджикистан [Текст]: дис... канд. полит. наук.: 23.00.04 / Баротов Исроил Иброхимович. – Душанбе, 2021. – 162 с.

100. Бободжанова, Р. М. Освещение политической жизни Таджикистана на страницах периодической печати России (1990-1995 гг.) [Текст]: автореф. дис... канд. ист. наук: 07.00.02 / Бободжанова Ранохон Махмудовна. – Худжанд, 1998. – 22 с.
101. Бозорзода, Н. Ш. Сафарнома хамчун жанри публитсистика (масъалаҳои назариявӣ, таърих ва амалия) [Матн]: автореф. дис... д-ри илм. филол.: 10.01.10 / Бозорзода Нуриддин Шодипур. – Душанбе, 2020. – 25 с.
102. Зардова, О. Н. Русскоязычные СМИ Республики Таджикистан в контексте связей с общественностью в условиях государственной независимости [Текст]: автореф. дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Зардова Ориёна Нағзибековна. – Душанбе, 2014. – 158 с.
103. Киуру К. В. Имиджевый медиатекст в политической коммуникации: дискурсный анализ: диссертация ... док. филол. наук : 10.01.10 / Киуру Константин Валерьевич; – Санкт-Петербург, 2008. – 391 с.
104. Кузина, К. А. Роль СМИ в формировании имиджа Каспийского региона [Текст]: автореф. дис... канд. полит. наук: 23.00.02 / Кузина Ксения Александровна. – Краснодар, 2008. – 26 с.
105. Матвеев, М. Ю. Имидж библиотек как социокультурный феномен [Текст]: автореф. дис... д-ра педагог. наук: 05.25.03 / Матвеев Михаил Юрьевич. – СПб, 2009. – 45 с.
106. Мартынова, Л. Г. Современный имидж России: проблемы и перспективы [Текст]: автореф. дис... канд. полит. наук: 23.00.02 / Мартынова Любовь Геннадьевна. – 2011. – 20 с.
107. Мруг К. В. Формирование имиджа власти в региональных СМИ: пиар-методы и технологии (на примере Краснодарского края). Автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Мруг Кристина Владимировна, 2025. – 26 с.
108. Оксамытный, В. В. Правомерное поведение личности [Текст]: дис... д-ра юрид. наук: 12.00.01 / Оксамытный Виталий Васильевич. – Киев, 1990. – 374 с.

109. Петрушкова, Е. А. Имидж трудового мигранта в средствах массовой информации Республики Таджикистан и Российской Федерации (сопоставительный анализ 2008-2013 гг.) [Текст]: автореф. дис... канд. филолог. наук.: 10.01.10 / Петрушкова Екатерина Анатольевна -Душанбе, 2017. – 24с.
110. Раҳмонова, Р. Э. Ҳамкориҳои байналмилалӣ СММ ва Ҷумҳурии Тоҷикистон дар раванди дигаргуниҳои ҷаҳони муосир [Матн]: автореф. дис... ном. илм. сиёсӣ: 23.00.04.2018 / Раҳмонова Рухшона Эмомалиевна. – Душанбе, – 123 с.
111. Садуллаев, Д. М. Межгосударственная телерадиокомпания «Мир» как новый тип межгосударственного средства массовой информации в контексте интеграционных процессов СНГ [Текст]: дис... док-ра филол. наук. 10.01.10. – Журналистика / Садуллаев Джамшед Муллокомилович. – Душанбе, 2013. – 313 с.
112. Сабуров, А. З. Роль средств массовой информации в освещении международной деятельности Республики Таджикистан (1991-1995 годы) [Текст]: автореф. дис... канд. ист. наук: 07.00.02 / Сабуров Абдунаби Зухурович. – Душанбе, 1997. – 22 с.
113. Соломатин, А. Н. Коммуникативные стратегии формирования международного имиджа России: на примере телеканала RT-Rusia Today: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10 / Соломатин Алексей Николаевич, 2014. – 31 с.
114. Хасанова, Т. Г. Хасанова, Т. Г. Печатные СМИ о миротворческом процессе в Таджикистане [Текст]: дис... канд. филол. наук: 10.01.10 / Хасанова Тахмина Гаюровна. – Душанбе, 2011. – 173 с.
115. Черёмушникова, И. К. Имидж в смысловом пространстве культуры [Текст]: автореф. дис... д-ра филос. наук: 24.00.01 / Ирина Кабдрахимовна Черёмушникова. – Волгоград, 2011. – 48 с.

III. Литература на иностранных языках

116. Boulding, K.E. National Images and International Systems [Text] / K. E. Boulding // Journal of Conflict Resolution, 1959. – №3. – P. 120-131.
117. Nurtazina, R. Definition, structure and core functions of the state image [Text] / R. Nurtazina, Y. Zhumashov, M. Tomanova // International journal of humanities and social sciences, 2014. – №2. – Vol. 8. – P. 486-489.

IV. Источники

118. Саймумин Ятимов призвал политиков и СМИ осторожно комментировать события. Таджикистан и Киргизия [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.youtube.com/shorts/eDhwmzyZlo0>.
119. Сохибова Б. Додгох [Манбаи электронӣ] // Низоми дастрасӣ: <https://www.youtube.com/watch?v=2GdjyHoPwRa>
120. Истиқлолияти Тоҷикистон ва Пешвои миллат. Муаррифии баҳши нави АМИТ «Ховар» ба ифтихори 30-солагии Истиқлолияти давлатии Ҷумҳурии Тоҷикистон. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://khovar.tj/2020/09/isti-loliyati-to-ikiston-va-peshvoi-millat-muarriifii-bahshi-navi-amit-hovar-ba-iftihori-30-solagii-isti-loliyati-davlatii-um-urii-to-ikiston1/>

ПЕРЕЧЕНЬ НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ

I. Монографии:

- [1-А]. Сафарзода, М.А. ВАО ва ташаккули имиджи Тоҷикистонӣ соҳибистиклол [Матн]: монография / М. А. Сафарова. – Душанбе, 2025. – 190 с.

II. В рецензируемых научных журналах ВАК при Президенте Республики Таджикистан:

- [2-А]. Сафарова, М.А. Мавқеи телевизион дар муборизаҳои иттилоотӣ [Текст] / М.А. Сафарова // Вестник Таджикского национального университета. Серия филологических наук. – Душанбе, 2020. – № 4. – С. 284-288.

- [3-A]. Сафарова, М.А. Нигоҳи илмие ба фаҳмиши бренд-журналистика дар Тоҷикистон [Текст] / М.А. Сафарова // Доклады Национальная академия наук Таджикистана. Отделения общественных наук. – Душанбе, 2021. – №1 (013). – С. 218-223.
- [4-A]. Сафарзода, М.А. Бозтоби симои Пешвои миллат дар барномаҳои ТВ «Тоҷикистон» [Текст] / М.А. Сафарзода // Вестник Бохтарского государственного университета имени Носири Хусрав. Серия гуманитарных и экономических наук. – Бохтар, 2023. – №1/4 (116) – С. 29-32.
- [5-A]. Сафарзода, М.А., Кучарова, Н.А. Имиҷи Чумхурии Тоҷикистон дар сомонаҳои иттилоотии ИДМ [Текст] / М.А. Сафарзода, Н.А. Кучарова // Государственное управление. – Душанбе, 2023. – №4/2 (64). – С. 442-448.
- [6-A]. Сафарзода, М.А. Пешвои миллат, бренди давлат ва заминаҳои стратегии амалишавии он [Текст] / М.А. Сафарзода // Вестник Кулябского государственного университета имени А. Рудаки. Серия исторические и археологические науки. – Душанбе, 2024. – №2 (35). – С. 201-205.
- [7-A]. Сафарзода, М.А. Реклама, PR ва бренд – журналистика: умумият ва тафовут [Текст] / М.А. Сафарзода // Вестник Кулябского государственного университета имени А. Рудаки. Серия исторические и археологические науки. – Душанбе, 2024. – №3 (36). – С. 153-157.
- [8-A]. Сафарзода, М.А. Инъикоси раванди сулҳҷӯӣ дар Тоҷикистон [Текст] / М.А. Сафарзода // Государственное управление. – Душанбе, 2024. – №4-3 (71). – С. 478-487.
- [9-A]. Сафарзода, М.А. Унсурҳои асосии имиджсозӣ дар раванди шаклгирии имиджи давлат [Текст] / М.А. Сафарзода // Вестник Таджикского национального университета. Серия филологических наук. – Душанбе, 2024. – №10. – С. 383-389.
- [10-A]. Сафарзода, М.А. Кӯшишҳои сулҳофарии Эмомалӣ Раҳмон ва инъикоси он дар телевизиони «Тоҷикистон»

- [Текст] / М.А. Сафарзода // Вестник национальной библиотеки. – Душанбе, 2024. – №4 (8). – С. 97-105.
- [11-A]. Сафарзода М.А. Бозтоби симои Тоҷикистон дар воситаҳои ахбори оммаи хориҷӣ [Текст] / М.А. Сафарзода // Вестник Кулябского государственного университета имени А. Рудаки. Серия исторические и археологические науки. – Куляб, 2025. – №3-2 (41). – С. 231-236.
- [12-A]. Сафарзода М.А. Нақши агентҳои иттилоотӣ дар муаррифии Тоҷикистон [Текст] / М.А. Сафарзода // Вестник Кулябского государственного университета имени А. Рудаки. Серия исторические и археологические науки. – Куляб, 2025. – №3-1 (40). – С. 265-274.
- [13-A]. Сафарзода, М.А. Инъикоси раванди сохтмони НБО «Роғун» дар Телевизиони «Тоҷикистон» [Текст] / М.А. Сафарзода // Государственное управление. – Душанбе, 2025. – №3 (74). – С. 578-584.
- [14-A]. Сафарзода, М.А. Вижагиҳо ва имконоти маводди интернетӣ аз манзари муаррифии кишвар [Текст] / М.А. Сафарзода // Вестник национальной библиотеки. – Душанбе, 2025. – №3 (11). – С.129 – 137.
- [15-A]. Сафарзода, М.А., Муродӣ М. Б. Имконоти жанрҳои публицистику бадеӣ дар намои имиджи давлат [Текст] / М.А. Сафарзода, М.Б. Муродӣ // Вестник культуры. – Душанбе, 2025. – №3 (71). – С. 98-106.
- [16-A]. Сафарзода, М.А. Имиджсозии давлат ва заминаҳои ҳукукии он дар Тоҷикистон [Текст] / М.А. Сафарзода // Вестник Педагогического университета. Серия философия, право и политические науки. – Душанбе, 2025. – №3 (19). – С. 149-154.
- [17-A]. Сафарзода, М.А. Таъйиноти тарғиботӣ ва усулҳои имиджсозӣ дар ВАО [Текст] / М.А. Сафарзода // Вестник Бохтарского государственного университета имени Носири Хусрав. Серия гуманитарных и экономических наук. – Бохтар, 2025. – №1/3 (137). – С. 224-228.

III. Научные статьи автора в сборниках и других научных изданиях:

- [18-A]. Сафарова, М.А. Омилҳои объективии таъсири журналист ба аудитория дар заминаи барномаҳои муаллифӣ ва нақши маҳорати сухбатнигорӣ дар Youtube [Текст] / М.А. Сафарзода // Материалы Международной научно-практической конференции «Медиалингвистика и Стилистика: проблемы и перспективы – Душанбе, 2020. – С. 117-122.
- [19-A]. Сафарзода, М.А. Пешвои миллат ва имиджи давлат [Текст] / М.А. Сафарзода // Средства массовой информации и формирование национальной государственности. – Душанбе, ЧДММ «Нушбод», 2021. – С. 182-188.
- [20-A]. Сафарзода, М.А. Бренд-журналистика дар Тоҷикистон ҳамчун усули ташаккули ВАО [Текст] / М.А. Сафарзода // Материалы апрельской Республиканской научно-теоретической конференции, посвященной 30-летию независимости Республики Таджикистан. – Душанбе, 2021. – С. 126-131.
- [21-A]. Сафарзода, М.А. Заминаҳои амаливу назариявии ҳудосозии Пешвои миллат дар шароити муосир – намуна барои ҷавонон [Матн] / М.А. Сафарзода // Участие молодежи в государственном управлении и гражданской службе в годы независимости.. – Душанбе. – С. 31-38.
- [22-A]. Сафарова М.А. Нигоҳе ба равшанӣ мактаби суханварии Пешвои миллат ва нишонрасу таъсиргузор будани он [Текст] / М.А. Сафарзода // Материалы Международной научно-практической конференции, посвященное 30-летию государственной независимости Таджикистан, – 5-6 октября 2021 // Маҷмуаи мақолаҳо, Ҳизби Халқии Демократии Тоҷикистон. –Данғара, 2021. – С. 204-211.
- [23-A]. Сафарзода, М.А. Вижагиҳои таҳияи маводди сомонӣ дар қолаб ва жанрҳои публитсӣ [Текст] / М.А. Сафарзода // Материалы Республиканский научно-практической конференции на тему «Проблемы науки и журналистского

- образования в контексте становления мультимедийной журналистики». – Душанбе: ДМТ, 2021. – С. 137-144.
- [24-A]. Сафарзода, М.А. Шабақаҳои иҷтимоӣ ҳамаҷун заминаи шаклигрии имиджи журналист дар Тоҷикистон [Текст] / М.А. Сафарзода // Журналистское образование в Таджикистане: текущее состояние, проблемы и перспективы (сборник статей с Республиканской научно-практической конференции), 18 марта 2022 г.). – Душанбе, 2022. – С. 171-176.
- [25-A]. Сафарзода, М.А. Эмомалӣ Раҳмон ва шаклигрии унсурҳои нави имиджи ҷавонон тавассути озмунҳои ҷумҳуриявӣ [Текст] / М.А. Сафарзода // Политическая школа Лидера нации: Сборник статей Международной научно-практической конференции, посвященной 25-летию национального единства – 10-11 июня 2022 г., НДПТ, Энергетический институт Таджикистана. – Бохтар, 2022. – С. 161-165.
- [26-A]. Сафарзода, М.А. Пажӯҳиши масъалаҳои назариявии имидж ва имиджсозӣ дар журналистика [Текст] / М.А. Сафарзода // Материалы научно-теоретической конференции по теме «Роль средств массовой информации в обеспечении информационной безопасности Республики Таджикистан». – Душанбе, 2023. – С. 33-36.
- [27-A]. Сафарзода М.А. Внешний имидж Республики Таджикистан на информационных сайтах стран СНГ [Текст] / М.А. Сафарзода // Zamonaviy elektron ommaviy axborot vositalari faoliyatining taraqqiyot tendensiyalari («Тенденция развития деятельности современных электронных СМИ». – Toshkent «Mashhur-Press», 2024. – С. 64-71.
- [28-A]. Сафарзода, М.А. Заминаҳои ташаққули имиджи сайёҳии Тоҷикистон [Текст] / М.А. Сафарзода // Материалы Республиканской научно-практической конференции на тему «Стилистика и медиалингвистика: проблемы и перспективы. – Душанбе, 2024. – С. 237 – 241.

- [29-A]. Сафарзода, М.А.Ташреҳи воқеияти имичсоз дар қолаби жанрҳои иттилоотӣ [Текст] / М.А. Сафарзода // Сборник статей республиканской научно-теоретической конференции по теме «Теоретические и практические вопросы таджикской журналистики в современную эпоху». – Душанбе, 2025. – С. 180-198.
- [30-M]. Сафарзода, М.А. Симои Тоҷикистон дар ВАО-и хориҷӣ [Текст] / М.А. Сафарзода // Средства массовой информации и защита национальных интересов. – Душанбе: Мехроҷ Граф, 2025. – С. 104-116.

АННОТАТСИЯИ

кори диссертатсионии Сафарзода Мохира Амралӣ дар мавзуи «Нақши телевизион ва сомонаҳои интернетӣ дар ташаккули имичи Тоҷикистон» барои дарёфти дараҷаи илмӣ доктори илмҳои филологӣ аз аз рӯйи ихтисоси 6.2.22. Рӯзноманигорӣ

Калидвожаҳо: ВАО, интернет, ТВ «Тоҷикистон», ТВ «Ҷаҳоннамо», ТВ «Варзиш», ТВ «Сайёҳӣ ва ҳунарҳои мардумӣ», АМИТ «Ховар», «Азия-Плюс», тарғибот, имич, имичи давлат, сулҳ, ташаббусҳои байналмилалӣ, жанр, формат.

Дар замони ҷуртазоди ҷаҳонишавӣ ва бархурди тамаддунҳои ҷаҳонӣ ва муаррифии арзишҳои миллии давлатӣ яке аз ҳадафҳои астратегии кишварҳои рӯбарӯшд ва тараққиқарда доништа мешавад. Ҳар давлат барои бунёди имичи мусбати худ ҳамаҷониба кӯшишу талош намуда, дар раванди имичсозӣ аз воситаҳои ахори омма, хоса телевизион ва интернет васеъ истифода менамояд. **Мубрамии мавзуи таҳқиқ** дар он аст, ки бори аввал дар фазои илмӣ Тоҷикистон масъалаҳои имич, имичсозии давлат ва нақши воситаҳои ахбори омма дар раванди имичсозии давлат дар шакли таҳқиқи пурра ба анҷом расидааст.

Диссертатсияи докторӣ ба омӯзиши масъалаҳои имич ва имичсозии давлат, нақши воситаҳои ахбори омма, махсусан барномаҳои телевизион ва сомонаҳои интернетӣ дар шаклигирии ин тамоюл **бахшида шудааст**.

Диссертатсия дар асоси **методҳои** таърихӣ, тавсифӣ, муқоисавӣ, маълумотдиҳӣ, контентӣ ва шарҳу тафсири омӯрӣ истифода гардидааст.

Навгони илмӣ таҳқиқ дар он ифода меёбад, ки бори аввал таҳқиқи ҳамаҷонибаи масъалаҳои имич ва имичсозии давлат тавассути телевизион ва интернет дар мисоли имичсозии Ҷумҳурии Тоҷикистони соҳибистиқлол анҷом дода шудааст. Ҳамчунин, зимни омӯзиш ҷанбаҳои назарии имич ва концепсияи имичсозии давлат муайян гардида, бо назардошти нақши барҷастаи ВЭА дар ташаккули имичи Тоҷикистон, усулҳои муосири корбарӣ аз технологияи имичсозии пешниҳод шудааст.

Хулоса ва тавсияҳои пешниҳодшуда метавонанд ба рушди низомии воситаҳои ахбори омма ва амалигардонии сиёсати имичии Ҷумҳурии Тоҷикистон тавассути телевизион ва интернет мусоидат намоянд. Ҳамчунин, пешниҳодҳои барои ташкили ниҳоди махсуси имичсозӣ дар Ҷумҳурии Тоҷикистон заминаи бунёдӣ ҳисобидан мумкин аст.

АННОТАЦИЯ

диссертационной работы Сафарзоды Мохиры Амиралли на тему «Роль телевидения и веб-сайтов в формировании имиджа Таджикистана» на соискание ученой степени доктора филологических наук по специальности 6.2.22. Журналистика

Ключевые слова: СМИ, ТВ «Таджикистан», ТВ «Джахоннамо», ТВ «Варзиш», ТВ «Сайёхи ва хунарҳои мардуми», НИАТ «Ховар», «Азия-плюс», образ, пропаганда, имидж государства, мир, международные инициативы, жанр, формат.

В эпоху глобализации и столкновения цивилизаций сохранение и продвижение национальных и государственных ценностей рассматривается как стратегическая цель для развивающихся стран. Каждое государство прилагает комплексные усилия для формирования позитивного имиджа и в этом процессе широко использует средства массовой информации, особенно телевидение и интернет. **Актуальность темы исследования** заключается в том, что впервые в научном сообществе Таджикистана в рамках комплексного исследования всесторонне рассмотрены вопросы имиджа, формирования государственного имиджа и роли СМИ в этом процессе.

Докторская диссертация **посвящена** изучению вопросов имиджа и формирования имидж государства, роли средств массовой информации, особенно телевизионных программ и веб-сайтов, в формировании этой тенденции.

Диссертация основана на историко-описательном, сравнительно-информационном, контентно-статистическом **методах** интерпретации и анализа.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые проведено комплексное изучение вопросов имиджа и формирования имиджа государства посредством телевидения и интернета на примере формирования имиджа независимой Республики Таджикистан. Также в ходе исследования были выявлены теоретические аспекты имиджа и концепции формирования имиджа государства, а с учетом важной роли электронных СМИ в формировании имиджа Таджикистана предложены современные методы использования технологий формирования имиджа.

Представленные выводы и рекомендации могут способствовать развитию системы средств массовой информации и реализации имиджевой политики Республики Таджикистан посредством телевидения и интернета. Кроме того, эти предложения можно рассматривать как основополагающую основу для создания специального института по формированию имиджа в Республике Таджикистан.

ANNOTATION

for the dissertation of Safarzoda Mohira Amirali on the topic «The role of television and websites in shaping the image of Tajikistan» submitted for the degree of doctor of philological sciences in the specialty 6.2.22. Journalism

Keywords: Media, TV «Tajikistan», TV «Jahonnamo», TV «Varzish», TV «Sayyohi va hunarhoi mardumi», NIAT «Khovar», «Asia-Plus», image, state image, peace, international initiatives, genre.

In an era of globalization and the clash of civilizations, the preservation and promotion of national and state values is viewed as a strategic goal by developing countries. Each state makes significant efforts to cultivate a positive image, making extensive use of the media, particularly television and the internet. **The relevance of this research topic** lies in the fact that for the first time in the academic community of Tajikistan, issues of image, the formation of a state image, and the role of the media in this process have been comprehensively examined within the framework of a comprehensive study.

The doctoral dissertation is **devoted** to the study of issues of image and formation of the image of the state, the role of the media, especially television programs and websites, in the formation of this trend.

The dissertation is based on historical-descriptive, comparative-informational, and content-statistical **methods** of interpretation and analysis.

The scientific novelty of this study lies in the fact that it is the first comprehensive study of state image and image formation through television and the internet, using the image formation of the independent Republic of Tajikistan as an example. The study also identified theoretical aspects of image and the concept of state image formation. Considering the important role of electronic media in shaping Tajikistan's image, modern methods for using image formation technologies are proposed.

These conclusions and recommendations can contribute to the development of the media system and the implementation of the Republic of Tajikistan's image policy through television and the internet. Furthermore, these proposals can be considered as a foundation for the creation of a specialized institution for image formation in the Republic of Tajikistan.