

ТАҚРИЗИ МУҚАРРИЗИ РАСМӢ

ба диссертатсияи Маъруфзода Маҳноза Маъруф дар мавзуи «SMM (Social Media Marketing) ҳамчун воситаи таъсир ба афкори ҷамъиятӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ» барои дарёфти дараҷаи илмӣ доктори фалсафа (PhD) – доктор аз рӯйи ихтисоси 6D050400 – Рӯзноманигорӣ (6D050401 – Рӯзноманигорӣ). – Душанбе, 2026. – 206 с.

Мутобиқати мавзӯ ва муҳтавои диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ. Рӯзноманигорӣ ҳамчун соҳаи мустақили илм қонуниятҳо ва тамоюлҳои пайдоиш, ташаккул ва рушди воситаҳои ахбори омма, равандҳои тавлиду паҳнсозии иттилоот, шаклу усулҳои робита бо аудитория, вижагиҳои фаъолияти расонаҳо дар муҳити рақамӣ ва таъсири онҳо ба афкори ҷамъиятиро мавриди омӯзиш қарор медиҳад. Дар шароити рақамикунонии ҷомеа омӯзиши журналистикаи интернетӣ, шабакаҳои иҷтимоӣ, роҳу усулҳои идоракунии муҳтаво, ҷалби аудитория, истифодаи зеҳни сунӣ ва рекламаи мақсаднок ба самтҳои нави таҳқиқоти рӯзноманигорӣ табдил ёфтаанд.

Мавзуи диссертатсияи Маъруфзода Маҳноза Маъруф ба таҳқиқи нақш ва имкониятҳои маркетинг дар шабакаҳои иҷтимоӣ (SMM) дар фаъолияти расонаҳои тоҷикӣ, таъсиррасонӣ ба афкори ҷамъиятӣ, ҷалбу нигоҳдории аудитория, гузариши ВАО ба фазои рақамӣ, истифодаи абзорҳои таҳлилӣ, зеҳни сунӣ ва рекламаи мақсаднок бахшида шудааст. Масъалаҳои мазкур бо бандҳои 1, 7, 9 ва 11-и «Соҳаҳои таҳқиқот»-и шиносномаи ихтисоси илмӣ 6D050401 – Рӯзноманигорӣ, аз ҷумла омӯзиши қонуниятҳои рушди ВАО, ташаккули фазои иттилоотӣ, навъ ва вижагиҳои фаъолияти расонаҳо, технологияҳои муосири журналистӣ ва таъсири онҳо ба ҷомеа иртиботи бевосита доранд. Аз ин рӯ, бо итминон метавон таъкид намуд, ки мавзӯ ва муҳтавои диссертатсияи тақризшаванда ба шиносномаи ихтисоси илмӣ 6D050401 – Рӯзноманигорӣ комилан мувофиқат менамояд.

Мубрамии мавзуи таҳқиқ. Дар даҳсолаҳои охир рушди босуръати Интернет ва шабакаҳои иҷтимоӣ сохтор, суръат ва тарзи истеҳсоли истеъмоли иттилоотро ба кулӣ дигар намуд. Имрӯз аудитория на танҳо қабулқунандаи иттилоот, балки иштирокчии ғайрарошарики дар эҷод, арзёбӣ ва паҳн намудани он мебошад. Ин ҳолат аз расонаҳои талаб мекунад, ки барои нигоҳ доштани мавқеи худ дар бозори иттилоотӣ аз усулҳои нави иртибот, банақшагирии муҳтаво, таҳлили рафтори корбарон ва роҳҳои муассири ҷалби аудитория истифода намоянд. SMM дар чунин шароит аз воситаи сирф тижоратӣ берун рафта, ба ҷузъи муҳимми ғайролияти журналистӣ, робита бо ҷомеа ва ташаккули афкори ҷамъиятӣ табдил ёфтааст.

Барои фазои иттилоотии Тоҷикистон масъала боз ҳам аҳамияти бештар дорад. Афзоиши шумораи истифодабарандагони Интернет, маъруфияти Фейсбук, Инстаграм, Телеграм ва дигар платформаҳо, коҳиш ёфтани вобастагии аудитория аз расонаҳои анъанавӣ ва ворид шудани ниҳодҳои давлатӣ, муассисаҳои таълимӣ ва ширкатҳо ба шабакаҳои иҷтимоӣ зарурати омӯзиши илмӣ стратегияҳои SMM-ро ба миён овардааст. Ҳамзамон, паҳншавии иттилооти носанҷида, таъсири алгоритмҳо ба рӯзномаи иттилоотӣ, нобаробарии ҳузури рақамии муассисаҳо, норасоии мутахассисони соҳибкасби SMM ва масъалаҳои ахлоқии истифодаи зеҳни сунъӣ аз ҷумлаи мушкилоте мебошанд, ки таҳқиқи амиқ муназзамро тақозо мекунанд.

Диссертатсияи Маъруфзода Маҳноза Маъруф ба омӯзиши ҳамин маҷмуи масъалаҳо бахшида шуда, дар он SMM на танҳо ҳамчун воситаи таблиғи муҳтаво, балки ҳамчун механизми таъсиррасонӣ ба аудитория, танзими робитаи мутақобила ва шаклдихии афкори ҷамъиятӣ баррасӣ гардидааст. Муаллиф таҷрибаи расонаҳои тоҷикӣ, саҳифаҳои расмӣ мақомоти давлатӣ ва муассисаҳои таҳсилоти олӣ, рафтори иттилоотии аудитория, ғайролияти менечери SMM, имкониятҳои зеҳни сунъӣ ва рекламаи мақсаднокро дар пайванди мантиқӣ таҳлил кардааст. Матраҳ

шудани масъалаҳои мазкур аз нигоҳи назариявӣ ва амалӣ саривақтӣ буда, барои рушди журналистикаи рақамии миллӣ аҳаммияти махсуси илмӣ дорад.

Навгони илмӣ диссертатсия. Навгони кори диссертатсионӣ пеш аз ҳама, дар он арзёбӣ мегардад, ки масъалаи SMM ҳамчун воситаи таъсир ба афкори ҷамъиятӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ дар шароити Тоҷикистон ба таври фарогир таҳқиқ шудааст. Диссертант раванди гузариши расонаҳои тоҷикӣ аз шакли анъанавӣ ба сомонаҳои интернетӣ ва баъдан ба шабакаҳои иҷтимоиро марҳилабандӣ намуда, нишондиҳандаҳои омории фаъолияти расонаҳо дар Фейсбук ва Инстаграмро таҳлил кардааст. Дар баробари ин, нақши менечери SMM ва талаботи касбию эҷодии ӯ, имкониятҳои зеҳни сунъӣ барои эҷоди муҳтавои тоҷикӣ, ҳузури рақамии донишгоҳҳо, вазоратҳо ва мақомоти давлатӣ, инчунин самаранокии рекламаи мақсаднок мавриди пажӯҳиши махсус қарор гирифтааст.

Қобили тавачҷуҳ аст, ки муаллиф барои арзёбии фаъолияти саҳифаҳои расонаҳо танҳо ба шумораи пайравон иктифо накарда, нишондиҳандаҳои таъсири мутақобила, аз ҷумла ER post ва ER Day, шумораи писандҳо, шарҳҳо ва бознашрҳоро ба таҳлил гирифтааст. Ин равиш имкон додааст, ки вобастагии самаранокии саҳифа аз сифати муҳтаво ва мутобиқати он ба ниёзҳои аудитория нишон дода шавад. Ҳамчунин, зарурати истифодаи Google Trends ва Яндекс Вордстат барои муайян намудани майлонҳои иттилоотӣ ва талаботи корбарон асоснок гардидааст.

Маъруфзода Маҳноза Маъруф барои анҷом додани таҳқиқ мақсаду вазифаҳои мушаххас гузошта, масъалаҳои моҳият ва хусусиятҳои SMM, механизмҳои ҷалби аудитория, шаклу навъҳои муҳтавои расонаҳои тоҷикӣ, намунаҳои муваффақи истифодаи SMM, имкониятҳои рекламаи мақсаднок ва зеҳни сунъӣ, арзёбии фаъолияти менечери SMM ва таҳияи тавсияҳои амалӣ барои расонаҳо ва

муассисаҳоро пайгирӣ намудааст. **Нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшуда**, ки дар 4 банд оварда шудаанд, муҳтавои бобу фаслҳоро инъикос намуда, натиҷаҳои асосии таҳқиқро дар самти марҳилаҳои гузариши ВАО ба фазои рақамӣ, истифодаи абзорҳои таҳлилӣ, сатҳи ҳузури муассисаҳои давлатӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва тағйирёбии афзалиятҳои платформаҳои рақамӣ ҷамъбаст менамоянд.

Эътимоднокии натиҷаҳои таҳқиқ бо истифодаи доираи васеи осори назариявии муҳаққиқони ватанию хориҷӣ, маводи расонаҳои тоҷикӣ, маълумоти оморӣ, таҳлили саҳифаҳои воқеии шабакаҳои иҷтимоӣ, назарсанҷиҳои онлайнӣ ва оффлайнӣ, муқоисаи нишондиҳандаҳои ҷалби аудитория ва истифодаи абзорҳои таҳлилӣ таъмин гардидааст. Муаллиф фаъолияти ҳашт саҳифаи расонаҳои Тоҷикистонро дар Фейсбук барои давраи аз 1 июл то 31 декабри соли 2023 бо истифода аз маълумоти Popsters таҳлил намуда, инчунин саҳифаҳои расмӣ мақомоти давлатӣ, вазоратҳо ва донишгоҳҳоро мавриди омӯзиш қарор додааст. Дар назарсанҷии онлайнӣ 268 нафар ва дар назарсанҷии оффлайнӣ дар шаҳрҳои Душанбе ва Хуҷанд 400 нафар иштирок намудаанд. Коркарди чунин маводи гуногун ба диссертант имкон додааст, ки **хулосаҳои назариявӣ ва тавсияҳои амалӣ** пешниҳод намояд.

Ҳаҷм ва сохтори диссертатсия. Диссертатсияи тақризшаванда аз номгӯии ихтисораҳо ва аломатҳои шартӣ, муқаддима, се боб, нӯҳ фасл, нӯҳ зерфасл, хулоса, тавсияҳо оид ба истифодаи амалии натиҷаҳои таҳқиқ, рӯйхати адабиёт ва замима иборат буда, ҳаҷми умумии он 206 саҳифаи чопи компютери ро фаро мегирад.

Дар **муқаддимаи** диссертатсия мубрамии мавзӯ, дараҷаи омӯзиши масъала, робитаи таҳқиқ бо барномаҳо ва мавзӯҳои илмӣ, мақсаду вазифаҳо, объекту предмет, асосҳои назариявӣ, навгонии илмӣ, нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда, аҳаммияти назариявӣ амалӣ, мутобиқат ба шиносномаи ихтисос, саҳми шахсии довталаб, тасвиб ва интишорот,

инчунин сохтору ҳаҷми кор пешниҳод гардидаанд. Муаллиф робитаи мавзуро бо ҳадафҳои Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030, Консепсияи ташаккули ҳукумати электронӣ, барномаҳои давлатии рушди телевизиону радио ва паҳши рақамӣ, инчунин Стратегияи рушди зеҳни сунъӣ барои давраи то соли 2040 нишон додааст.

Боби якуми диссертатсия – «Асосҳои назариявии SMM чун воситаи нави маркетинг дар шабакаҳои иҷтимоӣ» аз се фасл иборат буда, заминаҳои назариявӣ ва мафҳумии таҳқиқро фароҳам меорад. Дар **фасли аввал** мафҳуми SMM, таърифҳои пешниҳодкардаи муҳаққиқони гуногун, хусусиятҳои иҷтимоӣ, интерактивӣ ва мобилии он, инчунин робитаи SMM бо журналистика баррасӣ гардидааст. Диссертант дуруст таъкид мекунад, ки дар муҳити рақамӣ муҳтаво, тарзи пешниҳоди он ва сатҳи ҳамкорӣ бо аудитория ба нишондиҳандаҳои асосии самаранокии расона табдил ёфтаанд. Малакаҳои санҷиши далел, фаҳмиши аудитория ва мутобиқсозии муҳтаво барои рӯзноманигор ва менечери SMM хусусияти муштарак доранд.

Фасли дуюми боби аввал ба вижагиҳои SMM дар журналистика ва нақши он дар ҷалби аудитория бахшида шудааст. Дар ин фасл масъалаҳои бренди шахсии журналист, фаъолияти блогерон ва рӯзноманигорони тоҷик дар Фейсбук ва Инстаграм, истифодаи форматҳои Reels, Stories, инфографика, сторителлинг ва дигар шаклҳои интерактивӣ баррасӣ шудаанд.

Дар **фасли сеюми** боби аввал нишондиҳандаҳои омории фаъолияти ҳашт расонаи тоҷикӣ – «Азия-Плюс», «Азия-Плюс тоҷикӣ», «Your.tj», «Pressa.TJ», «Радио Asia-Plus», «Halva.tj», «Фараж – Farazh» ва «RasonanigoR» – таҳлил шудаанд. Диссертант барои арзёбии саҳифаҳо аз меъёрҳои шумораи пайравон, теъдоди постҳо, писандҳо, бознашрҳо, шарҳҳо, ER post ва ER day истифода бурда, таҳлили SWOT-ро низ татбиқ кардааст. Натиҷаҳо нишон медиҳанд, ки шумораи зиёди

пайравон ҳамеша ба сатҳи баланди ҷалб баробар нест. Масалан, саҳифаҳои дорои аудиторияи камтар, вале муҳтавои мутамарказ метавонанд нишондиҳандаи баланди таъсири мутақобиларо ба даст оранд.

Хулосаҳои боби аввал аз он шаҳодат медиҳанд, ки SMM дар муҳити муосири расонаӣ на танҳо воситаи ҷалби аудитория, балки унсури стратегияи идоракунии иртиботи ҷамъиятӣ мебошад.

Боби дууми диссертатсия – «Истифодаи SMM дар низоми васоити электронии ахбори Тоҷикистон» аз се фасл ва панҷ зерфасл фароҳам омада, қисми фарохтарини таҳқиқро ташкил медиҳад. Дар **фасли аввал** шабакаҳои иҷтимоӣ ҳамчун омили ташаккули афкори ҷамъиятӣ дар Тоҷикистон баррасӣ шуда, назарияҳои классикӣ ва муосири равандҳои иттилоотӣ, динамикаи истифодаи Интернет ва шабакаҳои иҷтимоӣ, ниёзҳои иттилоотии аудитория ва рафтори корбарон таҳлил гардидаанд. Диссертант аз маълумоти омӯрӣ ва таҳқиқоти сотсиологӣ истифода намуда, тағйирёбии манбаъҳои асосии иттилоотро нишон медиҳад.

Натиҷаҳои назарсанҷии онлайнӣ ва оффлайнӣ ҷолиби диққатанд. Дар назарсанҷии онлайнӣ 86,6 дарсади иштирокчиён шабакаҳои иҷтимоиро манбаи асосии иттилоот донистаанд, дар ҳоле ки дар назарсанҷии оффлайнӣ ин нишондиҳанда 64,3 дарсадро ташкил додааст. Фарқи натиҷаҳо ба синну сол, тарзи дастрасӣ ба иттилоот ва хусусияти гурӯҳҳои пурсидашуда вобаста буда, аз тағйирёбии сохтори истеъмоли расонаӣ дар ҷомеа шаҳодат медиҳад. Муаллиф дуруст ба хулоса меояд, ки телевизиону радио бештар дар байни насли калонсол мавқеи худро нигоҳ доштаанд, вале аудиторияи фаъол ва ҷавон ба платформаҳои рақамӣ рӯ овардааст.

Дар **фасли дууми боби дуум** раванди гузариши расонаҳои Тоҷикистон ба Интернет ва шабакаҳои иҷтимоӣ таҳқиқ шудааст. Муаллиф ин равандро ба марҳилаҳои таъсиси сомонаҳои интернетӣ дар оғози солҳои 2000, фаъолшавӣ дар Фейсбук пас аз соли 2010 ва

густариши истифодаи Инстаграм аз соли 2016 то имрӯз ҷудо менамояд. Таҳлили таҷрибаи расонаҳои тоҷикӣ нишон медиҳад, ки дар марҳилаи аввал сомона ҳамчун майдони асосии нашр хидмат мекард, аммо бо афзоиши нақши шабакаҳои иҷтимоӣ расонаҳо маҷбур шуданд, ки муҳтаво ба хусусияти ҳар платформа мутобиқ намоянд, робитаи мустақим бо корбаронро тақвият диҳанд ва аз форматҳои чандрасонаӣ истифода баранд.

Фасли сеюми боби дуюм ба саҳифаҳои расмӣ мақомоти давлатӣ, вазоратҳо ва муассисаҳои таҳсилоти олии ҳамчун василаи таъсиррасонӣ ба афкори ҷомеа бахшида шудааст. Дар он маълумоти саҳифаҳои Фейсбуки мақомоти иҷроияи ҳокимияти давлатӣ, вазоратҳо ва донишгоҳҳо ҷамъоварӣ ва муқоиса гардидааст. Пешниҳоди муаллиф доир ба таҳияи стратегияҳои ягонаи SMM ва баланд бардоштани саводи рақамии кормандони марказҳои матбуотӣ асоснок мебошад.

Дар маҷмӯъ, боби дуюм бо фарогирии маводи омӯрӣ, натиҷаҳои назарсанҷӣ, таҳлили майлонҳои ҷустуҷӯӣ ва омӯзиши саҳифаҳои расмӣ аҳаммияти махсус дорад.

Боби сеюми диссертатсия – «Менечери SMM: таҳлили махсусияти касбию эҷодӣ» аз се фасл ва чор зерфасл иборат аст. Дар фасли аввал хусусиятҳои фаъолияти онлайнии менечери SMM, дониш ва малакаҳои касбӣ, банақшагирӣ, таҳияи муҳтаво, таҳлили маълумот ва имкониятҳои кори фосилавӣ баррасӣ гардидаанд. Муаллиф касби менечери SMM-ро ҳамчун яке аз самтҳои нави шуғл дар бозори меҳнати Тоҷикистон арзёбӣ намуда, имконияти фаъолияти фосилавиро, махсусан барои ҷавонон ва занони хонашин, таъкид мекунад.

Фасли дуюм ба истифодаи зеҳни сунъӣ дар эҷоди муҳтаво ва мавод бахшида шудааст. Диссертант таърихи рушди зеҳни сунъӣ, имкониятҳои ChatGPT, Copilot, Gemini, Perplexity, DeepSeek ва дигар абзорҳоро баррасӣ намуда, нақши онҳоро дар таҳияи матн, сарлавҳа, тарҷума, таҳлил, банақшагирӣ ва эҷоди муҳтавои визуалӣ нишон медиҳад. Ҷиҳати

муҳимми фасл таҷрибаи муқоисавии ҷавобҳои чанд низоми зеҳни сунӣ ба промтҳои яксон бо забони тоҷикӣ мебошад.

Фасли сеюми боби охир ба истифодаи рекламаи мақсаднок барои тавсеаи ВАО ва маркетинги онлайнӣ бахшида шудааст. Муаллиф хусусиятҳои Ads Manager, сегментатсияи аудитория, буҷетгузорӣ, фарогирӣ ва таъсири мутақобиларо шарҳ дода, намунаҳои рекламаи мақсадноки «Азия-Плюс» ва «Расонанигор»-ро муқоиса намудааст. Пешниҳоди ворид намудани мафҳуми «рекламаи мақсаднок» ба Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи реклама» ва танзими ҷанбаҳои ҳуқуқии он аз тавсияҳои муҳимми амалии диссертатсия мебошад.

Хулосаи диссертатсияи Маъруфзода Маҳноза Маъруф муҳимтарин натиҷаҳои назариявӣ ва амалии таҳқиқро дар дуvozдаҳ банд ҷамъбаст менамояд. Онҳо ба нақши SMM дар рушди журналистикаи интернетӣ, самаранокии стратегияҳои муҳтаво, сатҳи истифодаи шабакаҳои иҷтимоӣ аз ҷониби донишгоҳҳо ва ниҳодҳои давлатӣ, имкониятҳои зеҳни сунӣ, рекламаи мақсаднок, Google Trends ва Яндекс Вордстат, тағйирёбии маъруфияти платформаҳо ва имкониятҳои кори онлайнӣ менечери SMM марбут мебошанд. Хулосаҳо аз муҳтавои бобу фаслҳо баромада, бо натиҷаҳои таҳқиқоти муаллиф пайванди мантиқӣ доранд.

Аҳаммияти назариявӣ ва амалии таҳқиқ дар он ифода меёбад, ки натиҷаҳои он барои тавсеаи донишҳои илмӣ оид ба журналистикаи рақамӣ, SMM, рафтори иттилоотии аудитория ва механизмҳои таъсиррасонӣ ба афкори ҷамъиятӣ замина фароҳам меоранд. Аз ҷиҳати амалӣ, тавсияҳои диссертант барои расонаҳо, марказҳои матбуотӣ, мақомоти давлатӣ, донишгоҳҳо, ширкатҳо ва менечерони SMM муфид мебошанд.

Довталаби дараҷаи илмӣ доир ба мавзуи диссертатсия **15 мақола**, аз ҷумла **9 мақола** дар маҷаллаҳои илмӣ тақризшавандаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва **6 мақола** дар маҷмуаҳо ва нашрияҳои дигари илмӣ ба ҷоп расонидааст.

Маводди интишоргардида нуктаҳои асосӣ, натиҷаҳо ва муҳтавои диссертатсияро инъикос намуда, саҳми шахсии муаллифро собит менамоянд. Қисмҳои асосии таҳқиқ дар конференсияҳои байналмилалӣ, ҷумҳуриявӣ ва донишгоҳӣ мавриди баррасӣ ва тасвиб қарор гирифтаанд.

Диссертатсия, автореферат ва мақолаҳои илмӣ муаллиф аз ҷиҳати муҳтаво ба ҳам мувофиқ буда, натиҷаҳои асосии таҳқиқро фаро мегиранд ва ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, хусусан, Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, Тартиби барасмиятдарории диссертатсия, автореферати диссертатсия ва дигар маводди илмӣ **мувофиқат менамояд.**

Коркарди амалии мавод, таҳлили маълумоти оморӣ, натиҷаҳои назарсанҷӣ ва пешниҳоди тавсияҳои мушаххас нишон медиҳанд, ки довталаб мавзӯи интихобшударо мустақилона ва дар сатҳи зарурии илмӣ таҳқиқ намудааст.

Дар баробари дастовардҳои назарраси илмӣ, дар диссертатсия баъзе масъалаҳо ва норасоиҳо ба мушоҳида мерасанд, ки зикри онҳо барои такмили минбаъдаи корҳои илмӣ довталаби дараҷаи илмӣ муфид хоҳад буд:

1. Дар муқаддима усулҳои таҳқиқ дар шакли зербахши мустақил ва низомманд пешниҳод нашудаанд. Бо вучуди он ки дар ҷараёни кор таҳлили оморӣ, муқоисавӣ, сотсиологӣ, SWOT, омӯзиши нишондиҳандаҳои шабакаҳои иҷтимоӣ ва абзорҳои рақамӣ истифода шудаанд, беҳтар мебуд, ки доираи татбиқ, меъёрҳои интихоб ва маҳдудиятҳои ҳар усул ба таври возеҳ шарҳ дода мешуданд.

2. Назарсанҷии онлайнӣ танҳо дар Фейсбук гузаронида шуда, назарсанҷии оффлайнӣ асосан шаҳрҳои Душанбе ва Хуҷанд ва бештар шахсони аз 30-сола болоро фаро гирифтааст. Аз ин рӯ, ҳангоми умумисозии натиҷаҳо ба тамоми аудиторияи Тоҷикистон эҳтиёткорӣ зарур аст. Васеъ намудани ҷуғрофияи назарсанҷӣ ва ҷудо кардани

натичаҳо аз рӯйи синну сол, чинс, минтақа ва платформа эътимоднокии хулосаҳоро бештар мекард.

3. Таносуби ҳаҷми бобҳо то андозае нобаробар аст: боби дуюм нисбат ба бобҳои якум ва сеюм хеле фарох мебошад. Илова бар ин, дар боби сеюм масъалаҳои шугли фосолавӣ ва таърихи умумии зеҳни сунъӣ баъзан аз меҳвари асосии мавзӯ таъсири SMM ба афкори ҷамъиятӣ дур мешаванд. Пайванди мустақими ин масъалаҳо бо механизмҳои таъсиррасонии расонаӣ метавонист боз ҳам равшантар нишон дода шавад.

4. Дар матни диссертатсия ягонагии истилоҳот на дар ҳама маврид риоя гардидааст. Шаклҳои «SMM-менечер» ва «менечери SMM», «муҳтаво» ва «мундариҷа», инчунин вожаҳои иқтибосии «пост», «лайк», «репост», «промпт» ва «таргетолог» гоҳе бе тавзеҳ ё муодили ягонаи тоҷикӣ истифода шудаанд. Ҳамчунин, навишти нодурусти «Gemeni» ба ҷойи «Gemini» ва баъзе такрору ғалатҳои техникӣ ба назар мерасанд, ки ислоҳи онҳо ба манфиати кор хоҳад буд.

5. Ҳангоми таҳлили саҳифаҳои мақомоти давлатӣ, вазоратҳо ва донишгоҳҳо саҳифа, гурӯҳ ва профилҳои шаклан гуногун якҷо муқоиса гардида, санаҳои ҷамъоварии маълумот низ дар баъзе бахшҳо фарқ мекунанд. Мувофиқи мақсад мебуд, ки меъёри «саҳифаи расмӣ», санаи ягонаи буриши оморӣ, тарзи тасдиқи расмӣ ва усули бойгонии маълумоти зудтағйирёбандаи шабакаҳои иҷтимоӣ ба таври дақиқтар муайян карда мешуд.

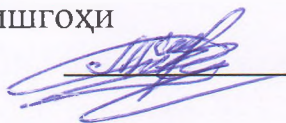
Қайду эродҳои мазкур хусусияти тавсиявӣ дошта, арзиши илмӣ диссертатсия ва аҳаммияти назариявӣ амалии онро коҳиш намедиханд. Дар маҷмӯъ, диссертатсияи Маъруфзода Маҳноза Маъруф ба таҳқиқи мавзуи муҳим ва нав бахшида шуда, мақсаду вазифаҳои дар меҳвари пажӯҳиш гузошташуда дар сатҳи зарурӣ ҳаллу фасл гардидаанд. Муҳтавои диссертатсия бо автореферат ва мақолаҳои илмӣ муаллиф

мувофиқат дошта, натиҷаҳои бадастомада дорои наwgонии муайян, эътимоднокӣ ва аҳаммияти амалӣ мебошанд.

Хулоса, диссертатсияи Маъруфзода Маҳноза Маъруф дар мавзуй «SMM (Social Media Marketing) ҳамчун воситаи таъсир ба афкори ҷамъиятӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ» ба талаботи бандҳои 31, 33, 34 ва 35-и Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, таҳти №267 тасдиқ шудааст, ҷавобгӯ буда, муаллифи он сазовори дарёфти дараҷаи илмии доктори фалсафа (PhD) – доктор аз рӯйи ихтисоси 6D050400 – Рӯзноманигорӣ (6D050401 – Рӯзноманигорӣ) мебошад.

Муқарризи расмӣ:

доктори илмҳои филологӣ, профессори кафедраи журналистикаи ватанӣ ва байналмилалӣ факултети филологияи рус, журналистика ва медиатеҳнологияҳои Муассисаи таълимии байнидавлатии маълумоти олии «Донишгоҳи (славянии) Россия ва Тоҷикистон» «24» август соли 2026.



Муллоев Ш.Б.

Нишонӣ: 734025, Ҷумҳурии Тоҷикистон, шаҳри Душанбе, ноҳияи Шохмансур, кӯчаи Зафар, бинои 229, ҳуҷраи 24.
Тел.: (+992) 93-500-57-50
E-mail: mulloev_sharif@mail.ru

Имзои Муллоев Ш.Б.-ро тасдиқ мекунам.

Сардори Раёсати кадрҳои Муассисаи таълимии байнидавлатии маълумоти олии «Донишгоҳи (славянии) Россия ва Тоҷикистон»



Исмоилова М.Н.

Нишонӣ: 734025, Ҷумҳурии Тоҷикистон, шаҳри Душанбе, кӯчаи Мирзо Турсунзода, 30.
Тел.: +992 (37) 221-35-50; +992 (44) 620-42-33
E-mail: nauka-rtsu@rambler.ru
«24» август соли 2026.