

ТАҚРИЗ

ба автореферати диссертатсияи Маъруфзода Махноза Маъруф дар мавзуй «SMM (Social Media Marketing) ҳамчун воситаи таъсир ба афкори чамъиятӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ» барои дарёфти дараҷаи илмии доктори фалсафа (PhD) – доктор аз рӯйи ихтисоси 6D050400 – Рӯзноманигорӣ (6D050401 – Рӯзноманигорӣ)

Рӯзноманигории муосир беш аз ҳар вақти дигар ба таҳлили рафтори аудитория, интихоби платформаи муносиб, шакли пешниҳоди муҳтаво ва истифодаи технологияҳои рақамӣ вобаста гардидааст. Дар чунин муҳит фаъолияти расона дигар танҳо бо таҳия ва интишори хабар маҳдуд намешавад, балки шинохти аудитория, нигоҳ доштани иртибот бо он ва арзёбии самаранокии муҳтаво низ ба ҷузъи муҳими кори журналистӣ табдил ёфтааст. Аз ҳамин ҷиҳат, таҳқиқи SMM дар робита бо журналистика ва таъсири он ба афкори чамъиятӣ аз масъалаҳои қобили таваҷҷуҳи илмии замони муосир мебошад.

Диссертатсияи Маъруфзода Махноза Маъруф маҳз ба омӯзиши ҳамин раванд дар фазои иттилоотии Тоҷикистон бахшида шуда, муаллиф кӯшиш намудааст фаъолияти SMM-ро дар робита бо расонаҳои онлайнӣ, шабакаҳои иҷтимоӣ, аудитория ва шаклҳои нави тавлиду паҳнсозии муҳтаво таҳлил намояд. Дар автореферат SMM ҳамчун яке аз василаҳои ҷалб, нигоҳдорӣ ва таъсиррасонӣ ба аудитория баррасӣ гардида, таҳқиқ асосан фаъолияти расонаҳои ватаниро дар Фейсбук ва Инстаграм фаро мегирад.

Ҷиҳати назарраси кор дар он аст, ки диссертант бо маълумоти воқеии фаъолияти расонаҳои Тоҷикистон кор кардааст. Дар таҳқиқ нишондиҳандаҳои саҳифаҳои як чанд расонаҳо омӯхта шуда, таносуби шумораи пайравон ва сатҳи таъсири мутақобилаи аудитория муқоиса гардидааст. Натиҷаҳои пешниҳодшуда нишон медиҳанд, ки зиёд будани шумораи пайравон на ҳамеша нишондиҳандаи асосии самаранокии саҳифа буда, хусусият ва сифати муҳтаво низ нақши муҳим доранд.

Бахши дигари қобили таваҷҷуҳ омӯзиши ниёзҳои иттилоотии аудитория мебошад. Муаллиф фаъолияти АМИТ «Ховар», Pressa.tj, Asia-Plus, Your.tj ва дигар расонаҳоро дар мисоли маводи серхонанда муқоиса намуда, вобаста ба хусусияти ҳар расона мавзӯҳои мавриди таваҷҷуҳи қорбаронро муайян мекунад. Истифодаи Гугл Трендс ва Яндекс Вордстат барои пайгирии

тағйироти тавачҷух ба шабакаҳои иҷтимоӣ низ ба таҳқиқ хусусияти амаливу рақамӣ додааст.

Дар баробари ин, таҳлили гузариши расонаҳо ба шабакаҳои иҷтимоӣ ва муқоисаи шаклҳои муҳтаво ҷолиби диққат аст. Муаллиф нишон медиҳад, ки дар намунаҳои мавриди таҳқиқ муҳтавои визуалӣ, бахусус тасвир ва навор, нисбат ба матн танҳо самаранокии бештар дорад. Ин натиҷа барои таҳияи стратегияҳои фаъолияти расонаҳои ватанӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ аҳамияти амалӣ дорад.

Тавачҷуҳи диссертант ба фаъолияти касбии менеҷери SMM, истифодаи зеҳни сунӣ ва рекламаи мақсаднок низ аз ҷанбаҳои муосири кор ба шумор меравад. Дар автореферат имкониятҳои ChatGPT, Copilot, Gemini ва Perplexity дар таҳияи матн таълимотӣ муқоиса гардида, истифодаи чунин абзорҳо барои навиштан ва тақмили муҳтаво арзёбӣ шудааст. Дар бахши рекламаи мақсаднок бошад, натиҷаҳои маъракаи рекламавии алоҳида дар Фейсбук мавриди таҳлил қарор гирифтаанд.

Дар баробари дастовардҳои зикршуда, дар автореферат баъзе масъалаҳои баҳссталаб низ ба назар мерасанд:

1. Дар рӯйхати ихтисораҳо барои як мафҳум ду истилоҳ – «Зеҳни сунӣ (ЗС)» ва «Ҳуши маснӯӣ (ХМ)» истифода гардида, баъдан ҳар ду шакл дар матн ба кор рафтаанд (саҳ. 3, 31–32). Ба мақсад мувофиқ аст, ки барои ягонагии истилоҳоти илмӣ як шакл интихоб ва дар тамоми кор пайгирона истифода шавад.

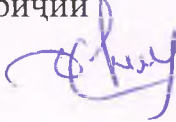
2. Дар саҳифаи 24 натиҷаҳои Гугл Трендс ва Яндекс Вордстат барои арзёбии тағйироти мавқеи шабакаҳои иҷтимоӣ истифода шудаанд. Азбаски ин абзорҳо пеш аз ҳама ҳаҷм ва динамикаи дархостҳои ҷустуҷӯро нишон медиҳанд, бештар мебуд байни «маъруфияти ҷустуҷӯӣ» ва теъдод ё фаъолнокии воқеии истифодабарандагони платформаҳо тафовут гузошта мешуд.

3. Дар саҳифаи 37 аз таҳлили чанд намунаи реклама хулоса карда мешавад, ки зиёд намудани бучет ба фарогирии бештар меорад. Бо назардошти он ки натиҷаи реклама ҳамчунин аз мавзӯ, шакли муҳтаво, интихоби аудитория ва ҳадафи ҳуди реклама вобаста аст, чунин хулосаи умумӣ ба таҳлили васеътари муқоисавӣ ниёз дорад.

Эродҳои мазкур хусусияти тавсиявӣ дошта, ба арзиши умумии илмӣ ва амалии таҳқиқ таъсири ҷиддӣ намерасонанд.

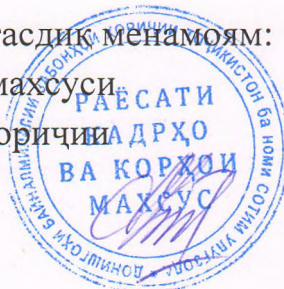
Дар маҷмӯъ, автореферати диссертатсияи Маъруфзода Маҳноза Маъруф дар мавзӯи «SMM (Social Media Marketing) ҳамчун воситаи таъсир ба афкори ҷамъиятӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ» натиҷаи таҳқиқи мустақил ва анҷомёфта буда, мазмуну муҳтавои он ба ихтисоси 6D050400 – Рӯзноманигорӣ (6D050401 – Рӯзноманигорӣ) мувофиқат менамояд. Хулоса, муҳтавои автореферат ба талаботи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ҷавобгӯ буда, муаллифи он Маъруфзода Маҳноза Маъруф сазовори дарёфти дараҷаи илмӣ доктори фалсафа (PhD) – доктор аз рӯйи ихтисоси 6D050400 – Рӯзноманигорӣ (6D050401 – Рӯзноманигорӣ) мебошад.

Муқарриз:

Доктори фалсафа (PhD) – доктор аз рӯйи ихтисос,
мудири кафедраи журналистика ва иттилооти рақамӣ
Донишгоҳи байналмилалӣ забонҳои хориҷӣ
Тоҷикистон ба номи Сотим Улуғзода  Наврӯззода Д.С.
« 28 » 08 соли 2026

Суроға: 73401920, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
ш. Душанбе, кӯчаи Муҳаммадиев 17/6
Тел: (992) 904094447
E-mail: gulchehra.sayfiddinova@mail.ru

Имзои Наврӯззода Доро Сӯҳробҷонро тасдиқ менамоям:
и.в. сардори раёсати кадрҳо ва корҳои махсуси
Донишгоҳи байналмилалӣ забонҳои хориҷӣ
Тоҷикистон ба номи Сотим Улуғзода
« 28 » 08 соли 2026



Сичоатова М. Ғ.

Суроға: 734019, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
ш. Душанбе, кӯчаи Муҳаммадиев 17/6.