

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 рӯи ихтисоси 6D050400 – Рӯзноманигорӣ (6D050401 – Рӯзноманигорӣ). – Душанбе, 2026. – 206 с.

Мубрами мавзу таҳқиқ. Тағйири босуръати муҳити иртиботӣ дар даҳсолаҳои охир рӯзноманигориро бо воқеияти нав рӯ ба рӯ сохт: ҷараёни иттилоот дигар танҳо аз идораи расона ба хонанда ҳаракат намекунад, балки дар шабакаҳои иҷтимоӣ тавассути шарҳ, бознашр, воқуниш ва истехсоли муҳтавои қорбарӣ пайваста бозсозӣ мегардад. Дар чунин низом мавқеи расона аз қобилияти он барои дарки ниёзҳои аудитория, интиҳоби шакли муносиб, сари вақт паҳн намудани мавод ва ташкили муколама вобастагӣ пайдо мекунад. Аз ҳамин ҷиҳат, SMM дар журналистика на ҳамчун амали иловагии таблиғотӣ, балки ҳамчун бахши таркибии идоракунии иртиботи расонаӣ ва муносибат бо ҷомеа муҳимият касб намудааст.

Масъалаи мазкур барои Тоҷикистон аҳамияти вижа дорад. Густариши истифодаи интернетӣ мобилӣ, афзоиши ҳузури шаҳрвандон дар Фейсбук, Инстаграм, Телеграм ва дигар платформаҳо, ба шабакаҳои иҷтимоӣ гузаштани қисми зиёди мувоҳисаҳои ҷамъиятӣ ва рақобати шадид барои таваҷҷуҳи қорбарон аз расонаҳои миллии муносибати нави касбиро талаб менамояд. Расонае, ки муҳтаворо танҳо нашр мекунад, вале хусусиятҳои платформа, рафтори аудитория ва нишондиҳандаҳои воқунишро намеомӯзад, дар фазои рақамӣ имкони таъсиргузориҳои худро маҳдуд месозад. Бинобар ин, шинохти илмӣ воситаҳои SMM барои рушди журналистикаи муосири тоҷик зарурати воқеӣ дорад.

Дар баробари имкониятҳо, муҳити рақамӣ мушкilotи ҷиддӣ низ ба миён овардааст: паҳншавии хабарҳои носоҳеҳ, афзалият пайдо кардани муҳтавои эҳсосӣ, вобастагии дастрасии мавод аз алгоритмҳои ширкатҳои хусусӣ, камбудии малакаҳои таҳлилӣ дар марказҳои матбуотӣ ва масъалаҳои масъулияти касбӣ ҳангоми истифодаи зеҳни сунъӣ. Омӯзиши SMM дар робита бо афкори ҷамъиятӣ имкон медиҳад, ки ин падида на танҳо аз мавқеи маркетинг, балки аз дидгоҳи назария ва амалияи рӯзноманигорӣ, ахлоқи касбӣ, саводи расонаӣ ва манфиатҳои ҷомеа арзёбӣ гардад.

Рисолаи Маъруфзода Маҳноза Маъруф маҳз ба чунин маҷмуи масъалаҳо рӯ овардааст. Муаллиф кӯшиш намудааст, ки робитаи байни стратегияи муҳтаво, фаъолияти саҳифаҳои расонаӣ, афзалиятҳои

иттилоотии корбарон, касбияти менечери SMM, технологияҳои зехни сунъӣ ва рекламаи мақсаднокро дар шароити фазои иттилоотии Тоҷикистон муайян созад. Интихоби мавзӯ бо талаботи рушди журналистикаи рақамӣ ва зарурати таҳияи равишҳои миллий дар соҳаи иртиботи иҷтимоӣ ҳамоҳанг буда, анҷом додани чунин пажуҳишро саривақтӣ мегардонад.

Мутобикати мавзӯ ва муҳтавои диссертатсия ба шиносномаи ихтисоси илмӣ. Масъалаҳои таҳаввули шаклҳои фаъолияти ВАО, истифодаи технологияҳои нави ҷамъоварӣ ва паҳнсозии иттилоот, муносибати расона бо аудитория, таъсири муҳтавои журналистӣ ба афкори ҷомеа, рушди журналистикаи интернетӣ ва ҷойгоҳи платформаҳои рақамӣ дар низоми иттилоотӣ ба соҳаи таҳқиқоти шиносномаи ихтисоси илмӣ **6D050400 – Рӯзноманигорӣ (6D050401 – Рӯзноманигорӣ) дохил мешаванд.** Дар диссертатсия фаъолияти расонаҳои онлайнӣ, гузариши ВАО ба шабакаҳои иҷтимоӣ, хусусиятҳои муҳтавои рақамӣ, саҳифаҳои расмӣи ниҳодҳои давлатӣ ва муассисаҳои таълимӣ, инчунин абзорҳои муносири кории журналист ва менечери SMM баррасӣ шудаанд. Аз ин лиҳоз, самти интихобшуда ва масъалаҳои ҳалгардида ба бандҳои 1, 7, 9 ва 11-и шиносномаи ихтисоси мазкур иртиботи мустақим дошта, ба талаботи таҳассусӣ мувофиқ мебошанд.

Навгони илмӣ диссертатсияи тақризшаванда, пеш аз ҳама, дар кӯшиши ба низом даровардани таҷрибаи тоҷикии истифодаи SMM дар журналистика зоҳир мегардад. Дар доираи таҳқиқ марҳилаҳои воридшавии расонаҳои кишвар ба интернет ва шабакаҳои иҷтимоӣ, хусусиятҳои пешбурди саҳифаҳо, меъёрҳои санҷиши ҷалби аудитория, тағйирёбии афзалиятҳои платформаҳо ва нақши муҳтавои визуалӣ арзёбӣ шудаанд. Чунин тарзи гузориши масъала имкон медиҳад, ки рушди рӯзноманигории рақамӣи тоҷик на ҳамчун маҷмуи ҳолатҳои пароканда, балки ҳамчун раванди дорои тамоюл ва аломатҳои муайян шинохта шавад.

Ҷанбаи дигари навоваронаи кор аз истифодаи маводи таҷрибавӣ бармеояд. Ба ин мавод натиҷаҳои назарсанҷиҳои онлайнӣ ва оффлайнӣ, таҳлили Google Trends ва Яндекс Вордстат, маълумот дар бораи саҳифаҳои вазоратҳо, мақомоти иҷроияи ҳокимияти давлатӣ ва муассисаҳои таҳсилоти олӣ илова гардидааст. Ҳамин гуногуннавиҳои далелҳо ба муаллиф имкон додааст, ки аз тавсифи умумӣ гузашта, мушоҳидаҳои худро бо рақамҳо ва мисолҳои мушаххас асоснок намояд.

Дар рисола инчунин масъалаҳое ворид шудаанд, ки дар таҳқиқоти рӯзноманигории тоҷик ҳанӯз ба таври кофӣ баррасӣ нагардидаанд:

салоҳиятҳои касбию эҷодии менеҷери SMM, имконияти шуғли фосилавӣ, истифодаи моделҳои зехни сунӣ барои тавлиди муҳтавои тоҷикӣ, муқоисаи ҷавобҳои ChatGPT, Copilot, Gemini ва Perplexity, ҳамчунин хусусиятҳои ҳукукию амалии рекламаи мақсаднок. Пешниҳоди ворид намудани мафҳуми рекламаи мақсаднок ба қонунгузории соҳавӣ ва таъкид ба зарурати таҳияи стратегияҳои ягонаи SMM барои ниҳодҳои расмӣ аз натиҷаҳои қобили таваҷҷуҳи паҷуҳиш мебошанд.

Асоснокӣ ва эътимоднокии хулосаю тавсияҳои дар диссертатсия ифодаёфта. Пояи далелии диссертатсия аз осори назариявии муҳаққиқони ватанию хориҷӣ, маводди расонаҳо, маълумоти оморӣ сомонаҳои соҳавӣ, натиҷаҳои мониторинги саҳифаҳои иҷтимоӣ ва пурсиши шаҳрвандон таркиб ёфтааст. Муаллиф андешаҳои назариро бо вазъи воқеии расонаҳои Тоҷикистон муқоиса карда, барои муайян намудани таъсири мутақобила аз нишондиҳандаҳои ҷеншаванда истифода бурдааст. Ин равиш муҳокимаҳоро аз сатҳи андешаи шахсӣ берун оварда, барои санҷиш ва муқоисаи натиҷаҳо шароит фароҳам меорад.

Эътимоднокии натиҷаҳо, ҳамчунин, бо мувофиқати хулосаҳои қисмӣ ба маводди таҳлилшуда таъмин гардидааст. Натиҷаи марбут ба бартарии шабакаҳои иҷтимоӣ ҳамчун манбаи иттилоот ба маълумоти ду назарсанҷӣ тақия мекунад. Хулосаҳо оид ба ҳузури нобаробари рақамӣ муассисаҳои давлатӣ ва донишгоҳҳо низ аз ҷадвалҳои муқоисавӣ бароварда шудаанд. Чунин пайванди байни далел, таҳлил ва натиҷагирӣ ҷанбаи илмӣ қорро устувор месозад.

Ҳаҷм ва сохтори диссертатсия. Диссертатсияи тақризшаванда аз номгӯи ихтисораҳо, муқаддима, се боб, нух ғасл, нух зерғасл, хулоса, тавсияҳо оид ба истифодаи амалии натиҷаҳои таҳқиқ, рӯйхати адабиёт ва замиа таркиб ёфта, 206 саҳифаро фаро мегирад. Мантиқи сохтор аз шарҳи мафҳуми заминаҳои назариявӣ оғоз ёфта, сипас ба омӯзиши ғаболияти ВАО ва ниёзҳои аудиториа меғузарад ва дар боби охир масъалаҳои қасбӣ, технологӣ ва рекламавио ҷамъбаст мекунад.

Дар муқаддиаи диссертатсия зарурати интиҳоби мавзӯ шарҳ ёфта, дараҷаи омӯзиши он дар адабиёти ватанӣ ва хориҷӣ баррасӣ шудааст. Мақсад, вазифаҳо, объекту предмет, асосҳои назариявӣ, навғониҳо, нуктаҳои ба ҳимоя пешниҳодшаванда, аҳаммияти илмӣ амалӣ, саҳми шахсии довталаб ва маълумот оид ба тасвиби натиҷаҳо баён гардидаанд. Робитаи рисола бо Стратегияи миллии рушди Ҷумҳурии Тоҷикистон барои давраи то соли 2030, Консепсияи ташаккули ҳукумати электронӣ, барномаҳои давлатии рушди

телевизиону радио ва Стратегияи рушди зехни сунъӣ то соли 2040 дуруст нишон дода шудааст.

Боби якуми диссертатсия «Асосҳои назариявии SMM чун воситаи нави маркетинг дар шабакаҳои иҷтимоӣ» заминаи мафҳумии пажӯҳишро ташкил медиҳад. Дар фасли аввал таърифҳои гуногуни SMM ҷамъбаст шуда, хусусиятҳои иҷтимоӣ, интерактивӣ ва технологияи он дар иртибот бо қори расона шарҳ ёфтаанд. Диссертант ба таври боварибахш нишон медиҳад, ки умумияти фаъолияти журналист ва менечери SMM дар шинохти аудитория, таҳияи матни ҷолиб, санҷиши маълумот ва интихоби шакли мувофиқи пешниҳоди мавод зоҳир мегардад. Ҳамин умумият имкон медиҳад, ки SMM ҳамчун абзори берун аз журналистика не, балки яке аз василаҳои ташкили паҳнсозӣ ва бозхурди муҳтавои журналистӣ баррасӣ шавад.

Фасли дуюми боби аввал ба масъалаи ҷалби аудитория ва ташаккули бренди шахсии журналист равона шудааст. Фаъолияти як қатор рӯзноманигорони тоҷик дар Фейсбук ва Инстаграм омӯхта шуда, нақши Reels, Stories, инфографика, наворҳои кӯтоҳ ва сторителлинг дар сохтани муносибати устувор бо қорбарон нишон дода мешавад. Ба андешаи муаллиф, саҳифаи шахсии рӯзноманигор дар муҳити рақамӣ метавонад ҳам вазифаи манбаи иттилоот, ҳам майдони тавзеҳу таҳлил ва ҳам василаи таъсиррасонии иҷтимоиро иҷро намояд. Ин мушоҳида барои дарки шаклҳои нави фаъолияти касбии журналист муҳим аст.

Фасли сеюм дорои хусусияти таҷрибавӣ буда, қори ҳашт расонаи тоҷикӣ дар Фейсбукро барои давраи 1 июл – 31 декабри соли 2023 арзёбӣ мекунад. Ҳангоми муқоиса танҳо миқдори обуначиён ба ҳисоб гирифта нашуда, фаъолнокии воқеии аудитория низ санҷида шудааст. Нишондиҳандаҳои RasonanigoR, Halva.tj, Pressa.TJ ва «Азия-Плюс тоҷикӣ» собит мекунанд, ки шумораи камтари пайравон монеаи ба даст овардани воқуниши баланд нест. Ин натиҷа яке аз фикрҳои меҳвариин бобро тақвият медиҳад: сифати иртибот ва дақиқии интихоби аудитория аз бузургии зоҳирии саҳифа муҳимтар аст.

Таҳлили SWOT, ки дар ҳамин фасл истифода шудааст, барои муайян намудани имкониятҳои муҳтавои ҷандрасонаӣ, заъфи захираҳои кадрӣ, таҳдиди тағйирёбии алгоритмҳо ва ҳатари паҳн кардани иттилооти бардурӯғ мусоидат кардааст. Муаллиф аз ҷамъбасти ин фасл ба зарурати пайвастании банақшагирии муҳтаво бо андозагирии натиҷаҳо меояд. Ин тарзи қор метавонад барои идораҳои расонаӣ ҳамчун намунаи содаи мониторинги фаъолияти рақамӣ хидмат намояд.

Боби дуюми диссертатсия «Истифодаи SMM дар низоми воситаҳои электронии ахбори Тоҷикистон» ном дошта, робитаи шабакаҳои иҷтимоӣ бо афкори ҷамъиятӣ ва рафтори иттилоотии аудиторияро таҳлил менамояд. Дар оғози боб назарияҳои классикӣ ва муосири ҷараёни иттилоотӣ ба миён гузошта шуда, мафҳумҳои рӯзномаи расонаӣ, таъсири гурӯҳӣ ва иштироки ҷаҳли қорбарон шарҳ дода мешаванд. Муаллиф шабакаҳои иҷтимоиро ҷазое мешуморад, ки дар он қорбар ҳам қабулкунанда ва ҳам тавлидкунандаи иттилоот мебошад. Ин тағйирот муносибати анъанавии «расона – аудитория»-ро ба муқоламаи ҷандсамта табдил медиҳад.

Дар зерфаслҳои оморӣ динамикаи истифодаи интернет ва шабакаҳои иҷтимоӣ дар Тоҷикистон таҳлил гардидааст. Афзоиши саҳми интернет, қоҳиш ёфтани нақши нисбии телевизиону радио баъд аз соли 2022 ва боло рафтани таваҷҷуҳ ба платформаҳои визуалию мобилӣ бо маълумоти рақамӣ нишон дода мешавад. Диссертант аз ин вазъ ҳулоса мекунад, ки расонаҳо бояд маводро барои ҳар платформа алоҳида мутобиқ намоянд ва форматҳои кӯтоҳи видеоӣ, сарлавҳаҳои равшан ва унсурҳои интерактивиро бештар истифода баранд. Ин ҳулоса бо таҷрибаи воқеии истеъмоли иттилоот созгор аст.

Таҳлили Google Trends ва Яндекс Вордстат дар диссертатсия ҳамчун роҳи муайян намудани манфиатҳои воқеии қорбарон пешниҳод шудааст. Ин абзорҳо ба расона имкон медиҳанд, ки мавзӯҳои серталаб, тағйирёбии таваҷҷуҳ ва вожаҳои маъмулро пеш аз таҳияи нақшаи муҳтаво муайян кунанд. Пешниҳоди муаллиф оид ба омӯзонидани ин абзорҳо ба журналистон ва қормандони марказҳои матбуотӣ дорои аҳаммияти амалӣ мебошад.

Дар **фасли дуюми боби дуюм**, ки марбут ба гузариши расонаҳои Тоҷикистон ба ҷазои онлайнӣ, марҳилаҳои асосӣ, яъне таъсиси сомонаҳо дар оғози солҳои 2000, густариши Фейсбук баъд аз соли 2010 ва афзоиши нақши Инстаграм аз нимаи дуюми даҳсолаи минбаъда муайян шудаанд. Муаллиф тағйирёбии маъруфияти ВКонтакте, боло рафтани Телеграм ва Инстаграм ва маҳдуд будани истифодаи имкониятҳои ТикТокро бо шароити қабилӣ ва рафтори қорбарони тоҷик вобаства месозад. Ин марҳилабандӣ барои таҳқиқоти минбаъдаи таърихи журналистикаи рақамии кишвар заминаи аввалия фароҳам меорад.

Фасли сеюми боби дуюм ба ҷаҳлияти саҳифаҳои расмӣ мақомоти давлатӣ, вазоратҳо ва донишгоҳҳо бахшида шудааст. Маълумоти ҷамъовардаи муаллиф нишон медиҳад, ки суръат ва сифати воридшавии ин ниҳодҳо ба шабакаҳои иҷтимоӣ яқсон нест: баъзе саҳифаҳо

аудиторияи назаррас ва нашри мунтазам доранд, қисми дигар бо таъхир таъсис ёфтаанд ё муносибати фаъол бо корбаронро ба роҳ намондаанд. Диссертант шабакаҳои иҷтимоиро барои ин сохторҳо на танҳо воситаи эълони хабар, балки майдони шаффофият, тавзеҳи қарорҳо ва гирифтани бозхурди ҷомеа арзёбӣ мекунад. Ин натиҷагирӣ бо вазифаҳои ҳукумати электронӣ ва рушди иртиботи давлатӣ ҳамоҳанг мебошад.

Боби сеюми диссертатсия «Менечери SMM: таҳлили махсусияти касбию эҷодӣ» унвон гирифта, масъалаҳои кадрӣ ва технологияи амалии соҳаро ба маркази диққат мегузорад. Дар **фасли аввал** хусусиятҳои кори фосолавӣ, тартиб додани нақшаи муҳтаво, идоракунии вақт, таҳлили маълумот, кор бо абзорҳои тарроҳӣ ва таблиғ, инчунин дониши зарурӣ дар соҳаҳои журналистика, маркетинг, PR ва ҳуқуқ баррасӣ шудаанд. Муаллиф касби менечери SMM-ро яке аз имкониятҳои нави шуғл барои ҷавонон ва заноне медонад, ки имкони кори доимиро дар идора надоранд. Ин ҷанбаи иҷтимоии масъала ба таҳқиқ хусусияти амалӣ мебахшад.

Дар **фасли дуюми боби сеюм** ба зехни сунъӣ аз таърихи ташаккули мафҳум то истифодаи моделҳои забонӣ дар журналистика маълумот дода мешавад. Нақши ҷунин системаҳо дар ҷамъоварии маълумот, тарҷума, таҳияи сарлавҳа, шакл додани матни таблиғотӣ ва банақшагирии муҳтаво нишон дода шудааст. Қобили зикр аст, ки муаллиф ба шарҳи имкониятҳои умумӣ маҳдуд нашуда, ба ҷанд низоми зехни сунъӣ супоришҳои яксон дода, посухҳои онҳоро аз рӯи равшанӣ, ҷолибият, дурустии забонӣ, интерактивӣ ва риояи модели AIDA муқоиса кардааст. Ин таҷрибаи хурд имконият медиҳад, ки қобилияти воқеии моделҳо дар кор бо забони тоҷикӣ арзёбӣ шавад.

Баррасии таҷрибаи ватанӣ, аз ҷумла истифодаи зехни сунъӣ дар фаъолияти «Азия-Плюс» ва ишора ба ташаккули модели миллии SoroLLM, масъалаи рушди захираҳои рақамии забони тоҷикиро ба миён меорад. Муаллиф дар баробари афзалиятҳо зарурати назорати муҳаррир, далелсанҷӣ, нишон додани манбаъ ва масъулияти инсонро таъкид мекунад. Ин мавқеъ муҳим аст, зеро истифодаи автоматии матни тавлидшуда бидуни санҷиш метавонад ба эътимоднокии расона осеб расонад.

Фасли сеюми боби сеюм рекламаи мақсаднокро ҳамчун воситаи расонидани муҳтаво ба гурӯҳҳои муайяни аудитория меомӯзад. Мисолҳои «Азия-Плюс» ва «Расонанигор» аз рӯи буҷет, фарогирӣ, синну сол ва ҷинсияти корбарон муқоиса гардидаанд. Натиҷаҳо нишон медиҳанд, ки самаранокӣ танҳо бо ҳаҷми маблағ муайян намешавад;

мавзӯъ, сифати тасвир, замони ҷойгиркунӣ, дақиқии интихоби гурӯҳ ва таҷрибаи таргетолог низ аҳаммият доранд. Пешниҳоди муаллиф барои муайян намудани мақоми ҳуқуқии рекламаи мақсаднок дар Қонуни Ҷумҳурии Тоҷикистон «Дар бораи реклама» аз ҷиҳати танзими бозори рақамӣ қобили дастгирист.

Хулосаи диссертатсионии Маъруфзода Маҳноза Маъруф аз 12 натиҷаи асосӣ иборат буда, муҳимтарин бардоштҳои бобҳо ҷойгоҳи SMM дар журналистикаи интернетӣ, таъсири стратегияи муҳтаво ба ҷалби корбар, сатҳи фаъолияти рақамии муассисаҳо, имкониятҳои зехни сунъӣ, нақши абзорҳои ҷустуҷӯӣ ва аҳаммияти рекламаи мақсаднокро фаро мегирад. Истинод ба интишороти муаллиф дар охири бандҳо нишон медиҳад, ки натиҷаҳо дар ҷараёни иҷрои таҳқиқ марҳила ба марҳила нашр ва муҳокима гардидаанд. Тавсияҳои амалии пешниҳодшуда аз мазмуни таҳлиҳо баромада, барои расонаҳо, ниҳодҳои давлатӣ, донишгоҳҳо ва мутахассисони SMM самтҳои муайяни фаъолиятро пешниҳод мекунанд.

Аҳаммияти илмӣ, амалӣ ва иҷтимоии диссертатсия. Аз ҷиҳати назариявӣ диссертатсия доираи донишхоро дар бораи ҳамгироии журналистика ва маркетинг дар шабакаҳои иҷтимоӣ васеъ намуда, барои шарҳи мавқеи аудитория дар равандҳои нави иртиботӣ маводди миллӣ пешниҳод мекунад. Натиҷаҳои мониторинги расонаҳо ва муассисаҳо метавонанд барои таҳқиқи минбаъдаи журналистикаи интернетӣ, иртиботи давлатӣ, саводи расонаӣ ва рафтори рақамии шаҳрвандон истифода шаванд.

Аз ҷиҳати амалӣ маводди диссертатсия барои таҳияи стратегияҳои муҳтаво, бозомӯзии кормандони редакция ва марказҳои матбуотӣ, тақмили барномаҳои таълимии журналистика ва роҳандозии курсҳои SMM муфид аст. Тавсияҳо оид ба наشري муҳтавои интерактивӣ, истифодаи Google Trends ва Яндекс Вордстат, ташкили фаъолияти мунтазами саҳифаҳои расмӣ ва мониторинги платформаҳои нав метавонанд дар қори ҳаррӯза татбиқ шаванд. Ҷанбаи иҷтимоии таҳқиқ дар нишон додани имконияти шуғли рақамӣ, тақвияти муколамаи давлату ҷомеа ва баланд бардоштани дастрасии шаҳрвандон ба иттилооти расмӣ ифода меёбад.

Наشري натиҷаҳои таҳқиқ аз рӯи мавзӯи диссертатсия. Довталаби дараҷаи илмӣ аз муҳтавои пажӯҳиш 15 мақола ба таъб расонидааст, ки 9 адади онҳо дар маҷаллаҳои илмӣ тақризшавандаи Комиссияи олии аттестатсионии назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон ва 6 мақолаи дигар дар маҷмуаҳои илмӣ нашр шудаанд. Мавзӯҳои ин таълифот

ниёзҳои иттилоотии аудитория, вижаҳои SMM дар журналистика, раванди гузариши расонаҳо ба шабакаҳои иҷтимоӣ, фаъолияти менеҷери SMM, истифодаи зеҳни сунӣ ва рекламаи мақсаднокро фаро мегиранд. Натиҷаҳои кор, ҳамчунин, дар конференсияҳои байналмилалӣ, ҷумҳуриявӣ ва донишгоҳӣ пешниҳод шудаанд, ки аз тасвиби кофии маводи диссертатсия шаҳодат медиҳад.

Мутобиқати барасмиятдарории диссертатсия ба талаботи Комиссия. Диссертатсия ва автореферати Маъруфзода Маҳноза Маъруф аз рӯи сохтори қабулшуда таҳия гардида, қисмҳои асосии тавсифи умумии таҳқиқ, хулосаҳо, тавсияҳо ва рӯйхати интишороти муаллифро дар бар мегиранд. Автореферат, ки аз диссертатсия бармеояд, ба талаботи Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо Қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30-юми июни соли 2021, №267 тасдиқ шудааст, ҷавобгӯ мебошад.

Бо вучуди дастовардҳои зикршуда, дар диссертатсия баъзе масъалаҳои мавҷуданд, ки зикри онҳо барои боз ҳам мукамал гардидани таҳқиқоти минбаъдаи муаллиф судманд хоҳад буд:

1. Дар диссертатсия мафҳуми «афкори ҷамъиятӣ» ба таври васеъ истифода шудааст, аммо нишондиҳандаҳои мушаххаси ҷен кардани таъсири SMM ба тағйирёбии афкор метавонистанд дақиқтар муайян ва дар қисматҳои таҳлили кор пайгиронатар татбиқ гарданд.

2. Дар қисматҳои вобаста ба таҳлили омӯрӣ ва назарсанҷӣ пешниҳоди маълумоти муфассалтар оид ба меъёрҳои интиҳоби расонаҳо ва саҳифаҳо, шумораи таркиби гурӯҳи посухдиҳандагон, давраи ҷамъоварии маълумот ва усули коркарди натиҷаҳо эътимоднокии таҳлилро боз ҳам тақвият мебахшид.

3. Фасли марбут ба зеҳни сунӣ доираи васеи абзорҳоро фаро гирифтааст. Агар имконияту маҳдудиятҳои онҳо барои забони тоҷикӣ ва фаъолияти воқеии расонаҳои ватанӣ дар асоси таҷриба ё муқоисаи амалӣ бештар таҳлил мешуданд, арзиши илмӣ ин бахш боз ҳам боло мерафт.

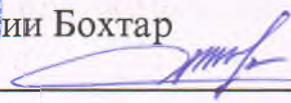
Эродҳои баёншуда бештар хусусияти такмилдиҳанда дошта, натиҷаҳои асосӣ ва арзиши умумии диссертатсияро зерӣ шубҳа намегузоранд. Таҳқиқи Маъруфзода Маҳноза Маъруф мавзӯи наву заруриро фаро гирифта, маводди назариявӣ ва таҷрибавиро дар доираи як кори мустақил муттаҳид кардааст. Вазифаҳои гузошташуда дар маҷмӯи иҷро гардида, хулосаҳо аз таҳлили бобҳо бармеоянд ва тавсияҳо ба эҳтиёҷоти воқеии журналистикаи рақамии Тоҷикистон нигаронида шудаанд.

Хулоса, метавон изҳор намуд, ки диссертатсияи Маъруфзода Маҳноза Маъруф дар мавзӯи «SMM (Social Media Marketing) ҳамчун воситаи таъсир ба афкори ҷамъиятӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ» кори анҷомёфтаи илмию таҳассусӣ буда, ба меъёрҳои бандҳои 31, 33, 34 ва 35-и Тартиби додани дараҷаҳои илмӣ, ки бо қарори Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон аз 30 июни соли 2021, №267 тасдиқ шудааст, ҷавоб медиҳад. Муаллифи диссертатсия барои дарёфти дараҷаи илмии доктори фалсафа (PhD) – доктор аз рӯйи ихтисоси 6D050400 – Рӯзноманигорӣ (6D050401 – Рӯзноманигорӣ) сазовор мебошад.

Муқарризи расмӣ:

номзади илмҳои филологӣ, дотсент,
мудирӣ кафедраи рӯзноманигории
факултети филологияи тоҷики Муассисаи
давлатии таълимии «Донишгоҳи давлатии Бохтар
ба номи Носири Хусрав»  Шарипов С.И.

Суроға: 735140, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
вилояти Хатлон, шаҳри Бохтар,
кӯчаи Р. Воҳидов хонаи 78.
Тел.: (+992) 918-13-03-59.
E-mail: sangimurods@gmail.com

Имзои Шарипов С.И.-ро тасдиқ мекунам:
Сардори шӯъбаи кадрҳо ва корҳои махсуси
МДТ «Донишгоҳи давлатии Бохтар
ба номи Носири Хусрав»  Исҳоқзода М.М.

Нишонӣ: 735140, Ҷумҳурии Тоҷикистон,
вилояти Хатлон, шаҳри Бохтар, кӯчаи Айнӣ, 67
Тел: (83222) 2-48-63; (83222) 2-54-81.
E-mail: <http://bgu-1978@mail.ru>
« 26 » августи соли 2026.