

**10 01 10 ЖУРНАЛИСТИКА**  
**10 01 10 JOURNALISM**

**УДК 070**  
**ББК 76.12**

**БАЪЗЕ МУЛОҲИЗАҶО  
ОИД БА ҚОЙГОҶИ  
МАТБУОТИ МАҲАЛЛӢ  
ДАР ШАБАКАҶОИ ИҶТИМОӢ**

**Комилов Каримбой Исломович**, н.и.ф дотсент,  
мудири кафедраи журналистика ва назарияи  
тарҷумаи факултети филологияи тоҷики МДТ “ДДХ  
ба номи академик Б. Гафуров” (Тоҷикистон, Хуҷанд)

**НЕКОТОРЫЕ  
СООБРАЖЕНИЯ О МЕСТЕ  
РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ В  
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

**Комилов Каримбой Исломович**, канд.филол.наук.  
доцент, заведующий кафедрой журналистики и  
теории перевода ГОУ “ХГУ имени академика Б.  
Гафурова” (Таджикистан, Худжанд)

**SOME CONSIDERATIONS ON  
THE PLACE OF  
REGIONAL PRESS IN  
SOCIAL NETWORKS**

**Komilov Karimboi Islomovich**, candidate of philological  
sciences, head of the department of journalism and translation  
theory under the SEI “KSU named after acad. B. Gafurov”  
(Tajikistan, Khujand) **E-MAIL:** komilov-62@mail.ru

**Каливожаҳо:** матбуоти маҳаллӣ, рӯзнамаҳои анъанавӣ, шабакаҳои иҷтимоӣ, наирияхои маҳаллӣ, сомонаҳо, технологияи интернетӣ

Махсусияти қойгоҳи матбуоти маҳаллӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ таҳқиқ шудааст. Таъкид гардидааст, ки технологияҳои сатҳи баланди иттилоотию коммуникатсионӣ имкон медиҳанд, ки маҳсулоти нави иттилоотӣ, усулҳои нави ҳамкорӣ бо аудитория ба роҳ монда шаванд. Барои наирияхои ҷопии минтақавӣ, маҳаллӣ ин метавонад имкони дастрасӣ ба маводи электронии наирияхои сатҳи миллӣ ва ҷаҳонии маҳфузи бойгонии электронӣ низ бошад. Ҳузури рӯзнама дар шабакаҳои иҷтимоиро танҳо дар сурате самаранок дониста шудааст, ки агар идораи наирия мундариҷаи маводи худро бо фазои ин майдонҳои интернетӣ мутобиқ наояд. Маводи журналистӣ шаклу симои тоза мегирад ва ба онҳо унсурҳои мултимедиавӣ илова мешавад, ки ин ҳама талаботи муқаррари маводи интернетӣ аст.

**Ключевые слова:** региональная пресса, традиционные газеты, социальные сети, местная печать, веб-сайты, интернет-технологии

Исследуется специфика места региональных СМИ в социальных сетях. Подчеркивается, что информационно-коммуникационные технологии высокого уровня позволяют создавать новые информационные продукты и новые способы работы с аудиторией. Региональным и местным публикациям это также может обеспечить доступ к электронному контенту из национальных и глобальных электронных архивов. Утверждается, что присутствие газеты в социальных сетях эффективно только в том случае, если руководство издания адаптирует содержание своего контента к пространству интернет-сайтов. Журналистский материал приобретает новую форму и образ, к нему добавляются мультимедийные элементы, что является обычным требованием к онлайн-контенту.

**Key-words:** regional press, traditional newspapers, social networks, local press, websites, internet technologies

---

*The article examines the specificity of the place of regional media in social networks. The author emphasizes that high-level information and communication technologies allow creating new information products, new ways of working with the audience. For regional and local publications it can also provide access to electronic content from national and global electronic archives. The author considers the newspaper's presence in social networks to be effective only if the leadership of editions adapts the themes of its content to the space of those from Internet sites. Journalistic material takes on a new form and image, multimedia elements are added to it, that being a common requirement for online content.*

Технологияҳои компютерӣ, ҳосатан интернетӣ дар рушду нумӯи журналистика таҳаввули ҷиддӣ ва имкониятҳои муҳим фароҳам овард, ки он дар муттаҳидсозии медиаҳои нав тавассути ба вучуд овардани контенти ягона дар заминаи ҳавзаи интернетӣ, бузургии ҳаҷми мундариҷавии мавод ва пайдо намудани хусусиятҳои гиперматнии он, истифодаи воситаҳои мултимедиявӣ ва бо ин роҳ таъмин намудани зарурат ва талаботи муттасили истифодабарандагон бо иттилоот, барқарор кардани иртиботи дучониба, интерактивӣ бо мақсади ҷалби мунтазами тавачҷӯҳи корбарон ифода меёбад.

Интернет дар ҷомеаи муосири тамаддуни инсонӣ на танҳо технологияи нави иртиботиву муоширатӣ, балки ҳамчунин воситаи ҷаҳонгардонии муносибатҳои иттилоотии байни одамон ва ташкилотҳо низ гаштааст [2, с.44]. Технологияи мазкур ва Интернет хароҷоти раванди истеҳсоли ВАО ва воситаҳои паҳнкунии маҳсулотро кам мекунанд ва имкони маротибаи дуҷум дар майдони Интернет истифода намудани маҳсулоти иттилоотиро фароҳам меоранд. Маводи журналистӣ шаклу симои тоза мегирад ва ба онҳо унсурҳои мултимедиявӣ илова мешаванд. Мутаносибан, байни журналист ва истеъмолкунанда шаклҳои нави робитаи интерактивӣ барқарор мегардад. Бо кӯмаки имконияти интерактивӣ, корбар метавонад ба маводи пешниҳодшуда дар вақти воқеӣ воқуниш зоҳир намояд: ҷавоб диҳад, баҳс намояд, рад кунад ва ё розигии худро изҳор созад, ҳарчанд ВАО-и анъанавӣ низ хусусиятҳои интерактивӣ дорад [3, с.127]. Технологияҳои сатҳи баланди иттилоотию иртиботӣ имкон медиҳанд, ки маҳсулоти нави иттилоотӣ, усулҳои нави ҳамкорӣ бо аудитория ба роҳ монда шаванд. Барои нашрияҳои ҷопии минтақавӣ, маҳаллӣ ин метавонад имкони дастрасӣ ба маводи электронии нашрияҳои сатҳи миллӣ ва ҷаҳонии маҳфузи бойгонии электронӣ низ бошад.

Ҳамасола адади нашри медиаҳои ҷопӣ кам мешавад, ё қисман бетағйир мемонад, ҳарчанд харчи раванди истеҳсолу интишор меафзояд, дар ин ҳолат табиист, ки вазъи молиявӣ сол ба сол коҳиш ёфта, оқибат боиси қатъ гардидани фаъолияти нашрия мегардад, дар сурате, ки идораи ВАО ягон манбаи дигари маблағгузорӣ пайдо накунад [1, с.37]. Бо дарки мушкилот, медиа-холдингҳои нисбатан калон тавонистанд тамоюлҳои рушди технологияи муосирро қабул ва бо корбарон ҳамкорӣ намоянд. Вазъият дар журналистикаи маҳаллӣ дупаҳлӯ аст, аз як тараф, қариб ҳамаи медиаҳои маҳаллӣ расман моли мақомоти иҷроияи ҳокимияти маҳаллӣ маҳсуб меёбанд ва аз ҳисоби буҷа ва обуна маблағгузорӣ мешаванд. Аз ҷониби дигар, мақомоти иҷроия ба медиаҳои маҳаллӣ танҳо мустақилияти худмаблағбӣ дода, маҳдудияти контентиро нигоҳ доштаанд. Зиёд шудани шумораи нашрия наметавонад вазъи молиявиро беҳтар намояд, зеро баробари он харчи маблағ низ зиёд мешавад. Барои ВАО фароҳам омадани бозори рекламавӣ, аз мусоид будани бозори истеъмолӣ аст, ки ханӯз дар кишвар дар сатҳи дахлдор нест.

Яке аз роҳҳои алтернативии ҳалли мушкилот фаъл будан дар шабакаҳои иҷтимоӣ маҳсуб меёбад. Аммо, ВАО-и сатҳи минтақавӣ, дар қиёс аз нашрияҳои ҷумҳуриявӣ ба

---

чалби аудитория иловагӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ шитоб надоранд. Ин ҳолатро мо ҳангоми таҳқиқи сатҳи иштироки медиаҳои маҳаллӣ дар интернет муайян намудем.

Аз омӯзиш маълум гашт, ки то оғози соли 2021 беш аз 20 рӯзномаи шахриву ноҳиявӣ ва вилоятии ҳавзаи Суғд ҳама дар интернет фаъолият мебаранд, ҳарчанд на ҳамаи онҳо фаъл буда аз имкониятҳои онлайнӣ истифода мекунанд.

Омӯзиши сатҳи истифодаи шабакаҳои иҷтимоиро аз ҷониби ВАО-и минтақаи Суғд аз рӯи ҷунин меъёрҳо анҷом додем: шумораи иштирокдорон (истеҳсолгарон ва корбарон); меъёри даврӣ аз рӯи миқдори паёмҳои дар як рӯз чопшуда; сатҳи фаълнокии корбарон, шумораи лайкҳо, репостҳо ва шарҳҳо - воҳидҳои фаълнокии корбарон дар ҷомеаҳои шабакавӣ; истифода аз услуби баёни ғайрирасмӣ аз ҷониби идораи медиа ҳангоми навиштани паёмҳо.

Мо таҳлили худро дар давраи аз 20 январ то 20 феврал соли 2021 анҷом додем. Дар ҷараёни таҳқиқ ҷойгоҳи 21 рӯзномаи маҳаллӣ ва минтақавӣ ҳавзаи Суғд ва сатҳи фаълнокии онҳо дар шабакаҳои иҷтимоӣ таҳлил гардид.

Аз 21 рӯзнома 15-тоаш дар шабакаи иҷтимоии Facebook ва 4-тоаш дар YouTube намояндагӣ доранд. Гурӯҳҳои онҳо танҳо 36 ва 17 нафар аъзо доранд ва паёмҳои охири санани 27-уми феврал гузошта шудааст. Аз 12 нашрияи шахру навоҳии дар Facebook буда, 6-тоаш: “Машғал” (Мастҷох), “Набзи Деваштич”, “Паёми Бӯстон”, “Иқбол” (Ҷ. Расулов), “Зарбдор” (Зафаробод), “Паёми Спитамен” ва “Паёми кӯҳистон” (Кӯҳистони Масҷох) нусхаи ҷопии худро танҳо дар шакли акси саҳифаҳо бо PDF пешниҳод кардаанд, ки истифодаи онҳо барои корбарон мушкил аст. Мақсади дар ҷунин шакл пешниҳод намудан на барои истифода шудани акси нусхаи нашрияҳо дар шабака, балки танҳо расонидани хабари ҷопи рӯзнома аст. Дар ин ҳолат ин хабаррасонӣ бештар ба хонандаи шумораи навбатӣ дахл дорад, на ба корбари шабакаи иҷтимоӣ.

Ҳолатҳои дар шабакаҳои иҷтимоӣ ҷой додани маводи алоҳидаи рӯзномаҳо низ ба назар мерасад, ки дар ин ҳолат миқдори паёмҳо то ба 10 фоиз нисбат ба паёмҳои ба нусхаи PDF-и он гузошта бештар аст. Нашрияҳои “Иқбол”, “Паёми Спитамен” ва “Чашмаи Шаҳристон” дар шабакаи иҷтимоии YouTube видеонаворҳои корӣ, аз ҷумла сабти табиати маҳалли худро зиёд ҷой додаанд. Панҷ (5) нашрия дар шабакаҳои иҷтимоӣ фаъл буда, онҳо ҳар вақт маводи худро ба корбарон дар шакли гуногун пешниҳод мекунанд. Баъзе нашрияҳо, аз ҷумла “Насими Исфара” беш аз ҳама фаъл ҳастанд ва ҳатто аз ҳисоби ҳамватанони дар хоричи кишвар буда дӯстони зиёд дорад.

Ҳамин тавр рӯзномаҳои “Насими Исфара” дар 5 шабака - Facebook, Twitter, Odnoklassniki, YouTube, ВКонтакте, “Паёми Истаравшан” дар 4 шабака - Facebook, Odnoklassniki, ВКонтакте ва Instagram, “Тирози ҷаҳон” дар 3 шабака - Facebook, Odnoklassniki, ВКонтакте, “Садои Конибодом” дар 4 шабака - Facebook, Odnoklassniki, YouTube, ВКонтакте, “Файзи Зарафшон” дар 2 шабака – Facebook, Odnoklassniki фаъл буда, маводи ҳар шумораи онҳо қисман дар ин шабакаҳо ҷой дода мешавад. Аз ҳама бештар истифодаи имкониятҳои журналистикаи мултимедиаӣ дар маводи рӯзномаи “Насими Исфара” назаррастар аст. Муҳаққиқон ҷунин мешуморанд, ки имкониятҳои журналистикаи мултимедиаӣ ба рақобатпазирии ВАО-и анъанавӣ, стратегияи расонаҳои анъанавӣ ва шакли онлайнӣ онҳо, ҷун дастгоҳи маркетингӣ ба «second life» (ҳаёти дуюм (дигар), “ҳаёти интернетӣ”) таъсир мерасонанд [5. с.48].

Лозим ба таъкид аст, ки иштироки баъзе аз ин нашрияҳо дар майдони шабакаҳои иҷтимоӣ шартӣ буда, ба таври дилхоҳ фаъл нест. Як қисми онҳо дар шакли аксӣ (PDF), як қисми дигар бо пешниҳоди маводи алоҳида қаноат кардаанд. Ин ҷо аз ҷониби ин нашрияҳо имконияти онлайнӣ шабакаҳои иҷтимоӣ истифода нашудааст. Аввалан, аз як ҷиҳат,

---

маводи аз 3 то 10 рӯз пешина дар шабакаҳо ҷой дода шуда, аз ҷиҳати дигар, навсозии маводи ба шабака гузошта умуман сурат намегирад.

Нашрияҳои “Зарафшон”, “Навиди Истиклол”, “Соҳил”, “Хучанд” ва “Шӯҳрати Ашт” дар сомонаҳои мақомоти иҷроияи ҳокимияти давлатии шаҳру ноҳияҳои Панҷакент, Истиклол, Гулистон, Б. Гафуров ва Ашт маводи худро пешниҳод менамоянд. Навсозии маводи сомонаҳои мазкур ба назар намерасад.

Аз 18 нашрияи маҳаллӣ 3 нашрия вебсомонаи худро дорад, ҳарчанд, онҳо мунтазам ғайрестанд. Ғайр аз нусхаи шумораҳои ҷопии дар шакли аксҳо бо PDF пешниҳод гашта, маводи алоҳида дар шакли маводи мултимедиаӣ манзур гаштааст. Бахши иттилоотии сомонаи нашрияҳо ҳамарӯза “пур” карда намешаванд ва давоми рӯз навсозии маводи онҳо ба назар намерасад.

Ҳар се нашрияҳои вилояти давлатӣ – “Ҳақиқати Суғд”, “Согдийская правда” ва “Суғд ҳақиқати” дар майдони интернетӣ ҷаҳди нисбатан ғайрестанд будан доранд. Иштироки онҳо дар интернет, инчунин дар шабакаҳои иҷтимоӣ ба назар мерасад. Нашрияҳои мазкур сомонаҳои интернетии худро доранд, на дар ҳамаи онҳо навсозии маводи саҳифаҳои иттилоотӣ мунтазам сурат мегирад. Ин нашрияҳо дар шабакаҳои иҷтимоӣ Facebook, Twitter, Instagram ғайрестанд ва веб-сомонаҳои “Ҳақиқати Суғд”- 1 139, “Согдийская правда”- 2074 ва “Суғд ҳақиқати” 1 125 нафар аъзо дар Facebook доранд, ин ҳолат дар рӯзҳои гуногун тағйир меёбад. Ҳолатҳои барои баррасӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ ҷой додани маводи алоҳидаи рӯзномаҳо аз ҷониби журналистони алоҳидаи ин нашрияҳо ба назар мерасад, дар ин ҳолат шумораи корбарон вобаста ба обрӯи журналист дар ҷомеа то 40-50 нафар мерасад, лекин дар ҳолатҳои алоҳида вобаста ба муҳимияти мавзӯ беш аз сад ҳамовоз пайдо мекунад.

Хузури рӯзнома дар шабакаи иҷтимоӣ танҳо дар сурате самаранок аст, ки агар идораи нашрия мундариҷаи маводи худро бо фазои ин майдонҳои интернетӣ мутобик кунад. Масалан, дар ВКонтакте ё Odnoklassniki ҷиддияти аз ҳад зиёд хонандаро мерамонад, зеро моҳияти ғайрестандии онҳо дар муколамаи баробар байни корбарон аст, ки байниҳам бо ҳамсол ва ё дар доираи ба ҳам наздик ба синну сол сурат мегирад.

ВАО-и иҷтимоӣ ба мавод талаботи зеринро пешниҳод мекунад: сода будани сабқ, дастрасӣ, мусоидат ба хуш гузаронидани вақт. Аз ин рӯ дар таҳлили мо боз як меъёри дигар - яке аз қоидаҳои бунёди SMM - оҳанги ғайрирасмӣ оварда шудааст. Шакли пешниҳод бояд ба монанди "анҷом додем", "назар кардем" бошад, ки ба хонанда эҳсоси иштироки ӯро дар шабака фароҳам оварад ва ин нукта талаби интерактивии шабакаӣ дар муколама аст.

Хулоса, аксари ВАО муҳимияти иштирок дар шабакаҳои иҷтимоиро медонанд, аммо намедонанд аз қучо сар кунанд. Ва на ҳама метавонанд мутахассиси SMM<sup>1</sup> -и худро дошта бошанд. Аз ин рӯ, барои онҳо танҳо як чиз боқӣ мемонад: ба қори нашрияҳои бузург нигоҳ карда, кӯшиши мустақилонаи дар шабакаҳои иҷтимоӣ кор карданро пайдо намоянд.

Идораҳои ВАО аз шабакаҳои иҷтимоӣ Facebook, Twitter, ВКонтакте, Odnoklassniki, ва Instagram аз ҳама бештар истифода мекунанд. Аммо ба тамоми шабакаҳои иҷтимоӣ паҳн кардани иттилооти қомилан яқин, ки айни ҳол чунин аст – беҳуда ва беманфиат аст.

Бояд дар ёд дошт, ки тарзи пешниҳоди мавод ва кор бо корбарон дар шабакаҳои гуногуни иҷтимоӣ ба қуллӣ фарқ мекунад.

ВКонтакте барои қалби аудиторияи омма бештар мувофиқ аст. Ин ҷо ҳолатҳои зерин

---

<sup>1</sup> Social Media Marketing, маъно «маркетинг дар шабакаҳои иҷтимоӣ»

---

диққатро ба худ чалб мекунад: визуалӣ (басарӣ), сарлавҳаҳои дабдабанок, аксҳои хайратангез ва ҳангомавӣ.

Facebook бештар ба нашрияи тичоратӣ ва инчунин васоити ахбори соҳавӣ мувофиқтар аст. Ин шабакаи иҷтимоӣ фикру ақидаро чамъ меоварад, ки тавассути онҳо иттилоот паҳн кардан, мувоҳидаҳои сиёсӣ ва тичоратӣ гузаронида мешаванд.

Шабакаи иҷтимоӣ имкон медиҳад, ки мундариҷаи ҷиддӣ ба қорбарони синну соли барқамол равона гардад. Онҳо одатан дар ин ҷо матнҳои ҳаҷман қалонро мехонанд ва тасвирҳои баландсифат ба онҳо имкон медиҳанд, ки ҳар чи зудтар ба саҳифаи қорбарон ворид шаванд.

Twitter формати кӯтоҳи паёмҳоро қабул мекунад, бинобар ин қорбарон аз иқтибосҳо, далелҳо, эълонҳо, ҷавобҳои он истифода мебаранд. Вақтҳои охир ҳузури қорбарон-журналистон, сиёсатмадорон дар шабакаҳои иҷтимоии мазкур бештар гашта, зумрае аз онҳо блогҳои худро сохтаанд, аз ҷумла, собиқ президенти ИМА Доналд Трамп. Ҳарчанд пас аз ҳодисоти моҳи феврالی соли ҷорӣ ва ҳамлаи ҷонибдорони Трамп ба Капитолий (Конгресси ИМА) Twitter Трампро аз майдони худ хорич кард.

Odnoklassniki низ дар байни қорбарон маъмул боқӣ мемонад. Қисми асосии қорбарони онро сокинони минтақаҳо ташкил медиҳанд, ки аксар синнашон аз 30-сола боло аст. Бо вучуди ин ҳолатҳои пайдо шудани иштироки қорбарони синну соли нисбатан ҷавонтар низ ба назар мерасад.

Муттасил, васоити ахбори омма аз Instagram низ истифода мебаранд. Ҳарчанд, Instagram куллан барои иртиботи хусусияти иттилооти фаврӣ истифода мешавад, аз ин рӯ иртибот дар шакли маълумоти ихчам ва мухтасар амалӣ мешавад.

Дар марҳилаи имрӯзаи рушди технологӣ бо мақсади барқарор намудани иртиботи муттасил ва муътадил бо қорбарон дар ҳавзаи Интернет, минҷумла дар шабакаҳои иҷтимоӣ фаъол будани медиаҳои минтақавӣ метавонад ба тағйироти сохторӣ, мундариҷавӣ расонад.

Агар қаблан қори асосии интернетии идораи рӯзнома воридгардӣ ба вебсомона ва ТИЦ<sup>1</sup> буд, имрӯз аз ҳисоби мувофиқгардонии технологияи расонаӣ намоёндагии ВАО дар шабакаҳои иҷтимоӣ хеле муҳим аст.

Yandex тасмим гирифт, ки ба ҷои ТИС (ИИМ) – ИКС (ИСС)<sup>2</sup>-ро татбиқ кунад. Ин имкони медиҳад, фаҳмем, ки воқеан талабот ба сомона аз ҷониби қорбарон чӣ гуна аст [6, с.1]. Муҳим на танҳо онро чанд нафар мебинанд, балки аз маълумоти он манфиати воқеӣ мегиранд.

Ҳамин тариқ, дар марҳилаи имрӯзаи рушди технологияи иттилоотию коммуникативӣ, на ҳама идораҳои ВАО-и минтақавӣ вилояти Суғд аз имкониятҳои васеи истифода аз ҳавзаи интернет тасаввуроти равшан доранд. Аммо, дар асоси намунаи ҳашт нашрия ("Ҳақиқати Суғд", "Согдийская правда", "Суғд ҳақиқати", "Навиди Исфара", "Паёми Истаравшан", "Тирози ҷаҳон", "Садои Конибодом", "Файзи Зарафшон") мебинем, ки нашрияҳои маҳаллӣ метавонанд бомуваффақият писанди қорбарон дар ҳавзаи интернет гашта, фикру мулоҳизаҳои онҳоро ба даст оранд. Нашрияҳои зикршуда ҷаҳд доранд, ки бо истифода аз имконоти технологияи иттилоотию иртиботӣ ҳам аудиторияи анъанавиро дар майдони онлайнӣ нигоҳ доранд ва ҳам қорбарони худро аз ҳисоби ҳамватанони берун аз

---

<sup>1</sup> ТИС (ТИЦ-тематический индекс цитирования) - "индекси иқтибосоварии мавзӯӣ" (ИИМ) ин нишондиҳандаи эътибори сомона дар байни манбаъҳои дигари мавзӯӣ шабеҳ дар низоми ҷустуҷӯии Yandex мебошад.

<sup>2</sup> ИКС (индекс качество сайта) - индекси сифати сомона (ИСС).

ҷумхурӣ (муҳочирон) зиёд намоянд. Дар ин кор рӯзномаи “Насими Исфара” бештар маваффақ гаштааст. Дигар нашрияҳои хавзаи Суғд низ дар ин кор метавонанд комёб шаванд, хосатан дар ҳолате ки ҳамватанони дар хориҷ буда, ниёз ба хабар аз Ватан доранд.

Хулоса, аввалан, ҳаёти инсонӣ муосирро бе интернет тасаввурот қардан амри маҳол аст [4, с. 141]. Баъдан технологияҳои интернетӣ метавонад ба қори медиаҳои анъанавии ҷопӣ, бештар шудани самаранокии ғабюлятии иқтисодии онҳо шароит фароҳам оварад. Ноширон ва идораи расонаи омма харчи раванди истехсолӣ ва воситаҳои паҳнкуниву дастраснамоии маҳсулоти дорои хусусияти иҷтимоии омоданамудаи худро бо истифодаи технологияҳои иттилоотии коммуникатсионӣ ва Интернет кам мекунад. Сониян имконияти дар хавзаи Интернет якҷанд маротиба истифода намудани маҳсулоти иттилоотиву таҳлилий пайдо мегардад. Дар ин ҳолат маводи интернетӣ метавонад дар шакли нусхаи бетағйир ва ё дар шакли ба сомона мувофиқ таҳриршуда пешниҳод гардад, ҳарчанд дар шакли таҳририда ва таҷдидгашта бештар мувофиқ аст. Маълум, ки дар ин шакл маводи журналистӣ шаклу симои тоза мегирад ва ба онҳо унсурҳои мултимедиаӣ илова мешавад, ки талаботи маводи интернетӣ аст. Қуллан, мавод шакли гиперматнӣ мегирад. Зиёда аз ин байни истехсолкунанда ва истеъмолкунанда шаклҳои нави робитаи интерактивӣ барқарор мегардад.

#### **Пайнавишт:**

1. Градюшко, А. А. Современная веб-журналистика /А.А.Градюшко. – Минск, 2013.– 123 с.
2. Калмыков, А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика/ А. Калмыков, Л. Коханова. – М., 2018. – 371 с.
3. Комилов, К. И. Вижасиҳои интерактивии медиаҳои нав // Номаи Донишгоҳи МДТ “ДДХ ба номи академик Б. Ғафуров” (маҷаллаи илмӣ). – Хучанд, 2019. – № 3.– С. 125-128
4. Комилов, К. И. Шабакаҳои иҷтимоӣ: раванди афзоиши сафи қорбарон// Номаи Донишгоҳи МДТ “ДДХ ба номи академик Б. Ғафуров” (маҷаллаи илмӣ). – Хучанд, 2020. – № 3.– С.141-143
5. От традиционных к онлайн-медиа: передовая практика и перспективы/ Ред. М. Стоун; Вена: Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013 – 142 с. // электронный ресурс. <https://www.osce.org/files/f/documents/f/2/102323> .Pdf
6. Яндекс заменяет ТИЦ на ИКС — новый показатель качества сайта // электронный ресурс. <https://webmaster.yandex.ru/blog/yandeks-zamenyaet-tits-na-iks-novyy-pokazatel-kachestva-sayta>

#### **Reference Literature:**

1. Gradyushko A. A. Modern Web-Journalism // A. A. Gradyushko. – Minsk, 2013. – 123 pp.
2. Kalmykov A. A., Kohanova L. A. Internet-Journalism // Kalmykov A. A., L.A. Kohanova. – M., 2018. – 371 pp.
3. Komilov K. I. Interactive Peculiarities of New Media // Scientific Notes of SEI “KSU named after academician B. Gafurov (scientific journal). – Khuajnd, 2019, N3. – pp. 125-128.
4. Komilov K. I. Social Networks: the Process of Multiplication of the Number of Users // Scientific Notes of SEI “KSU named after academician B. Gafurov (scientific journal). – Khuajand, 2020, N3. – pp. 141-143.
5. From Traditional Media to Online Ones: Progressive Practice and Perspectives // under the editorship of M. Stone; Vienne. OSCE Representative on the Issues of MM Freedom, 2013. – 142 pp. // Electronic resource. <https://www.osce.org/files/f/documents/f/2/102323> .Pdf
6. Yandex substitutes IKS for TITS as a New Index of Site Quality// Electronic resources <https://webmaster.yandex.ru/blog/yandeks-zamenyaet-tits-na-iks-novyy-pokazatel-kachestva-sayta>.