

(10.01.10) МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА  
5.9.9. МЕДИАКОММУНИКАЦИЯҲО ВА РЪЗНОМАНИГОРӢ  
5.9.9. MEDIACOMMUNICATIONS AND JOURNALISM

УДК: 070

DOI 10.24412/2413-2004-2023-1-129-133

**БАӢЗЕ МУЛОӢИЗАӢО  
ПЕРОМУНИ САТӢИ БАРНОМАӢОИ  
ТЕЛЕВИЗИОНӢОИ МАӢАЛӢӢ**

*Бобочонова Ранохон Махмудовна, д.и.  
филол., профессори кафедра журналисти  
(Душанбе, Тоҷикистон)*

**НЕКОТОРЫЕ СООБРАЖЕНИЯ  
ОБ УРОВНЕ ПРОГРАММ  
МЕСТНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ**

*Бободжоновна Ранохон Махмудовна, д-р филол.  
наук, профессор кафедры журналистики РТСУ  
(Душанбе, Таджикистан)*

**SOME CONSIDERATIONS  
BESET WITH LOCAL TV  
PROGRAMMING**

*Bobojonova Ranokhon Mahmudovna, Dr. of  
Philology, Professor of the department of  
journalism under the RTSU (Dushanbe,  
Tajikistan) E-MAIL: rano-bobojon@mail.ru*

*Мавқеи телевизиони тоҷик дар замони муосир, муҷаҳҳазгардонӣ аз лиҳози техникӣ, масъалаҳои рушд аз нигоҳи касбият, ки нисбат ба ВАО ҷавобгӯ аст, ба талаботи замони муосир мавриди омӯзиши ва таҳлил қарор гирифтааст. Ҳамчунин усулҳо ва шаклҳои барнома ва таҳаввули жанрҳои телевизионӣ баррасӣ мешавад. Муаллиф бар он назар аст, ки дар вазъияти технологияи муосир, ки зеҳни сунӣ ба эҳсосоти инсон таъсир мерасонад, асарҳои бадеӣ, матнҳои гуногун меофарад, эҳтимолияти хатар ба фаъолияти телевизионҳои маҳаллӣ вуҷуд дорад. Зикр шудааст, ки аз нигоҳи касбӣ омода будан ва тавачҷуҳ намудан ба мавзӯҳои доғи рӯз яке аз роҳҳои ҳалли ин масъала маҳсуб меёбад. Ҳулоса мешавад, ки имрӯз низ дар телевизион риояи меъёрҳои забони адабии ҳозираи тоҷик, тарбияи ахлоқии шаҳрвандон тавассути телевизион, риояи талаботи жанрҳои журналистикаи телевизион масъалаи мубрам ба шумор меравад.*

**Калидвожаҳо:** *телевизион, жанрҳои телевизионӣ, меъёрҳои ахлоқӣ, ВАО, журналист, барнома, сеткаи барномаҳо, студия*

*Изучено положение таджикского телевидения в современном мире, его техническое оснащение, проблемы развития с точки зрения профессионализма, отвечающего современным требованиям к СМИ. Также обсуждаются методы подготовки и структура программ, эволюция телевизионных жанров. Обосновано мнение, что в современном технологическом веке, когда искусственный интеллект воздействует на эмоции человека и создает различные тексты и произведения искусства, существует вероятность возникновения опасности для деятельности местных телекомпаний. Высказана мысль, что профессиональная подготовка и внимание к актуальным вопросам являются одними из путей решения этой проблемы. Делается вывод, что на сегодняшний день актуальным остается соблюдение норм современного таджикского литературного языка, нравственное воспитание граждан посредством телевизионных программных сетей, соблюдение журналистами этических норм и требований к телевизионным жанрам.*

**Ключевые слова:** *телевидение, телевизионные жанры, этические нормы, СМИ, журналист, программа, программная сеть, студия*

*The article dwells on the position of Tajik television at contemporary world, its technical equipment, the problems concerned with its development from the point of view of*

*professionalism that meets modern requirements for media. The article discusses the methods of preparation and the structure of programs, television genres evolution as well. The opinion is substantiated that in modern technological age, when artificial intelligence affects human emotions and creates various texts and works of art there is a possibility of a danger to local television companies activities. It is suggested that professional training and attention to topical issues are considered to be one of the ways aimed at the solution of the problem in question. It is concluded that today the observance of norms of modern Tajik literary language, citizens' moral education through television program networks observed by journalists of ethical norms and requirements for televisional genres remain the relevant ones.*

**Key words :** *television, televisional genre, ethical standards, media, journalist, program, software network, studio*

Дар Тоҷикистон телевизион ҳанӯз васоити ахбори оммаи асосӣ боқӣ мемонад. Таҳлилҳое, ки анҷом дода шудаанд ба он ишора менамоянд. Дар баробари ин фаъолияти шумораи зиёди шабакаҳои телевизионӣ, метавонанд боиси ба вучуд омадани рақобат гардида, барои ҷалби бештари тамошобинон мусоидат намоянд, вале мушкилот ва монеаҳои зиёде дар ин самт ба назар мерасанд.

Ба андешаи муҳаққиқони ватанӣ И.Усмонов, Ҷ.Муқимов ва дигарон телевизиони тоҷик аз оғози пайдоиши худ якҷанд давраҳои таърихӣ ва марҳилаҳои рушдро тай намудааст. Телевизион ҳамчун васоити ахбори оммаи дастрас, арзон, анъанавӣ фаъолият менамояд, зеро ҳар як хонаводаи тоҷикистонӣ ҳеҷ не як телевизор истифода менамоянд. Аз он ҷиҳат арзон аст, ки барои тамошои телевизион маблағ ситонида намешавад, ҳарчанд танҳо барои истифодаи барқ маблағ пардохт мешавад. Дар ҳолати тавассути телевизионҳои ноқили тамошо намудани телевизион ҳам арзиши моҳонаи он аз 25-30 сомонӣ зиёд нест. Анъанавӣ аз он ҷиҳат аст, ки тамошои телевизион аз насл ба насл ҷун одати муқаррарӣ ва ба талаботи иҷтимоӣ мубаддал гаштааст. Ҷадвали барномаҳои телевизионӣ бо назардошти ба инobat гирифтани шавқу рағбати бинандагон мавсими қор, давомнокии шабонарӯзӣ мураттаб карда мешаванд. Масалан, вақти сертамошобин мавсими тобистон соатҳои аз 20:30 то 21:30 бошад, дар мавсими зимистон аз 19:00 то 20:30 ба ҳисоб меравад.

Дар замони истиқлолии кишвар мавқеи телевизиони тоҷик аз лиҳози техникӣ мучаҳҳаз ва аз нигоҳи касбият рушд намуда, ба талаботи замони муосир мутобиқ мегардад. Ҳамчунин, шаклу усулҳои барномасозӣ ва таҳаввули жанрӣ такмил меёбад.

Бино ба маълумоти Кумитаи телевизион ва радиошунавонии назди Ҳукумати Ҷумҳурии Тоҷикистон, шумораи шабакаҳои телевизионӣ, радио ва студияҳои аудиовизуалӣ дар кишвар ба 66 адад расидааст, аз ҷумла 15 шабакаи давлатӣ, 18 шабакаи маҳаллии мустақил, 14 шабакаи ноқилӣ, инчунин 3 IP-телевизион ва 14 студияи истеҳсоли маҳсулоти аудиовизуалӣ фаъолият мебаранд [10].

Ҳарчанд мавзӯи барномаҳои шабакаҳои телевизионӣ мушаххас аст, лекин такроршавӣ ва ба ҳам монандии онҳо зиёд аст. Табиист, ки контенти барномаҳои иттилоотии шабакаҳо фарқ мекунад ва унвони барномаҳо низ дигар аст: «Субҳ», «Субҳи Боми ҷаҳон», «Ахбор» ва «Навид», лекин барномаҳои мусиқӣ, фарҳангӣ ба ҳам монанд аст. Мақсади асосии шабакаҳои маҳаллӣ дар оғози фаъолият ҷалби бештари тамошобин ба иттилооти маҳаллӣ буд. Имрӯз тавассути интернет дастрасӣ ба барномаҳои телевизионии ҷаҳон имкон дорад. Ба дилхоҳ контенте, ки телевизионҳо дар «Youtube» мегузоранд, имкони дастрасӣ бо пайваस्तшавӣ ба интернет пайдо мешавад. Шабакаҳои иҷтимоӣ манбаи иттилоот, маърифат, дилхушӣ гардидааст. Дар саҳифаҳои Инстаграмм ва Тик-Ток маводи аксиву

навори хурдҳаҷм фаровон аст. Ин ҳама омили муҳими рақобат барои ба даст овардани тамошобин мегардад. Пас суоле пеш меояд, ки дар чунин фазои иттилоотӣ андеша ва иродаи тамошобини тоҷикро чӣ гуна бояд нигоҳ дошт? Телевизионҳои маҳаллиро чӣ интизор аст? Агар вазъият чунин боқӣ монад ояндаи телевизионҳои маҳаллӣ чӣ мешавад?

Телевизионҳои маҳаллӣ дар шакли анъанавӣ (аналогӣ) мавҷи худро паҳш менамоянд ва ба паҳши рақамӣ, бояд то соли 2024 пайваस्त шаванд. Техникаи кӯҳнашуда, нарасидани кадрҳои маҳаллӣ ва ҷойивазкунии кадрҳо, кам будани маош муаммоҳои доимӣ ба ҳисоб меёбанд. Муҳтавои асосии барномаҳои телевизионҳои маҳаллӣ бештар аз барномаву киноҳои бадеӣ иборат аст. Агар дар муқоиса гирем танҳо телевизиони Симои мустақили 1-уми шаҳри Хучанд 40 % барномаи худӣ ва 60 % барномаҳои истеҳсоли беруна ташкил мекунад. Барои намуна ҷадвали якҷоҳаи барномаҳои телевизиони СМ-1-ро таҳлил намудем. Дар баробари барномаҳои шабакаҳои хориҷӣ «Ералаш», «Поедем поедим», «Кухня» чанд барномаҳои аз бойгонӣ ба монанди «Ормон», «Рӯ ба рӯ», «Офтобборон» намоиш дода мешавад. «Чароғи ҳидоят», «Гулистони маънӣ», «Печутоби замон», «Дарси киношиносӣ» барномаҳои нав буда, дар онҳо реклама ҷойгир карда шудаанд. На ҳама шабакаҳои маҳаллӣ имкони истеҳсоли барномаи иттилоотӣ доранд, зеро барномаи иттилоотӣ тамошобини зиёд дорад, вале серхарҷ мебошад. Чунончи барномаҳои иттилоотии телевизионҳои СМ-1, Азия, 7 ситора бо унвонҳои «Хабар», «Навид» ва «Имрӯз» дар соатҳои 18:00 ва 20:00 ба эфир мебарояд. Муҳтавои аксари дигар телевизионҳо аз хабари марказҳои иттилоотии мақомоти шаҳрӣ ва хабарҳои маркази ВКД иборатанд. Пресс-релизе (фишурдаҳои матбуотӣ), ки аз ҷониби хадамоти матбуотӣ ин ё он сохтор ва ё идора омода мегардад, кори журналистро бешубҳа осон менамояд. Факту рақамҳои он беҳато аст, ҳарчанд набояд фаромӯш кард, ки он аз ҷониби сохтору идораи ҳавасманд омода гашта, манфиати худро дар ҷойи аввал мегузорад. Манфиати аудитория бояд аз ҷониби ВАО ба назар гирифта шуда, факту рақамҳои паҳшшаванда таҳлил ва санҷида пешниҳод шаванд.

Яке аз жанрҳои муҳим дар телевизион гузориши телевизионӣ мебошад. Таркиби гузоришҳои телевизионӣ аз навор, мусоҳиба, овози табиӣ(интершум), стенд ап ва матни журналист иборат аст. Ҳангоми омода намудани гузориш ва то зинаи паҳши он журналист масъулиятро ҳис мекунад. Гузориш фаҳмо ва осонбаён бошад, зеро тамошобин имкони якбор қабул намудани маводи иттилоотиро дорад.

Телевизионҳо дигар бештар барномаҳои мустақим намоиш медиҳанд, зеро онҳо шавқовар ва камхарҷанд. Тамошобин медонад, ки агар хато, саҳв равад, ин барномаи мустақим аст ва қонун иҷозат медиҳад. Албатта, дигар ҷиҳати муҳими барномаҳои мустақим ин аз омода будани меҳмон ва маҳорати журналист алоқамандии зич дорад. Жанрҳои истифодашаванда дар барномаҳои мустақим бештар мусоҳиба, ток-шоу мебошанд, ки онҳо жанрҳои асосӣ ва сертамошобин маҳсуб меёбад. Дар муқоиса бо телевизионҳои кишварҳои дигар, ки ҳамчунин тамошобини зиёд дорад, таҳаввули жанрӣ назаррас нест. Чунончи дар барномаи «Пусть говорят» аз телевизиони РТР унсурҳои репортаж, мусоҳиба, тафсир, таҳлил ва сужетҳои гуногун истифода мешавад, ки тарзи пешниҳоди мавзӯ дар ток-шоу-и «Печутоби замон»-и телевизиони СМ-1 мушоҳида мешавад, аммо ток-шоу-и мазкур дар сабти пешакӣ пешниҳод мешавад. Барномаи ток-шоу-и «Меҳвар» сюжетҳои таҳлилий омода карда, дар рафти барномаи мустақим намоиш меод ва андешаи меҳмонон дар он шунида мешуд. Чунин тарзи кор ҳарчанд заҳматталаб, вале сертамошобин аст.

Тамошобини тоҷик хайрҳои камталаб буда, дар баробари он анъана ва одатҳои мушаххаси худро дорад, ки ӯ таъсиргуздор барои раванди рушд ё таназзули барномаҳои

телевизионӣ мебошад[5]. Чунончи дар солҳои аввал тахминан ҳамаи шабакаҳои телевизионҳои маҳаллӣ барномаи табрикотӣ ба монанди «Таманно», «Зодруз муборак» ва ғайра доштанд, ки бо фармоиши суруд, клип ва сурати соҳибчашм табрикот мерафт. Ин барномаҳо бо сабаби набудани фармоиш аз ҷадвали барномаҳои шабакаҳои телевизионӣ хорич карда шудааст. Ин шакли барномасозӣ аз телевизион ба шабакаҳои иҷтимоӣ кӯчидааст. Дар телевизион омӯзиши аудитория барои шӯъбаҳои тичоратӣ муҳим боқӣ мемонад, чунки ҷалби сарпарастон ва реклама ба зиммаи онҳост. Аз маълумоте, ки аз шӯъбаи рекламаи якчанд телевизионҳои маҳаллӣ ба даст омад, тавачҷух ба барномаҳои ахлоқиву динӣ бештар аст ва меҳоянд, ки рекламаи онҳо дар соатҳои прайм-тайми барномаҳои номбурда ҷой дода шавад. Шӯъбаҳои реклама нисбат ба аудиторияи телевизионӣ истилоҳи муштарӣ (клиент)-ро истифода менамоянд. Мақсад аз он танҳо муштарӣне, ки рекламаи худро дар телевизион ҷойгир мекунад ё сарпарастии барномаҳои телевизионӣ мебошад. Агар манфиати рекламадиҳанда ва тамошобин мувофиқ набошад, тибқи меъёрҳои этикаи байналхалқии журналистӣ амал намуда, ба аудиторияи худ рост гуфтан, ҳолисона инъикос намудан, баланси хабарро риоя кардан, аз якчанд манбаъҳо ҷустуҷӯ намудани иттилоъ муҳим аст, яъне риояи меъёрҳои ахлоқии журналистӣ эътимоди аудиторияро меафзояд. Таҷриба нишон медиҳад, ки ихтилоф байни аудитория ва муштарӣ баъзан рух медиҳад. Чунончи аксарияти васоити ахбори омма дар қазияи Парвиз Давлатов (корманди ширкати Мегафон) муқобили Мадина хомӯширо пеш гирифтанд ва бо даҳлати ҷомеаи шаҳрвандӣ мавқеи ВАО ҷолибтар шуд. Ширкати Мегафон яке аз рекламадиҳандагони ҷиддӣ ва устувор буд. Вақте қазияи латуқуби ҳамсари Парвиз Давлатов Азиза Давлатова корманди ҳамин ширкат Мадина ва ба марг расидани ӯ дар натиҷаи латуқуб ВАО хомӯш буд, вале саҳифаҳои шабакаҳои иҷтимоӣ пур аз сарусадод буданд. Манфиати аудитория болотар аз манфиати муштарӣён бояд бошад, ки таҷриба онро исбот намуд.

Аудиторияи телевизионҳои маҳаллӣ ба барномаҳои ахлоқиву динӣ тавачҷух доранд. Доир ба муҳтавои барномаҳои мазкур сармуҳаррири яке аз телевизионҳои маҳаллӣ Илҳомҷон Ҳошимов фикру андешаҳои худро чунин иброз мекорад:

Аз дигар барномаҳо жанри ток-шоу бинандаи зиёд дорад. Чунин барномаи сертамошобин «Печутоби замон»-и Муҳаббат Муродова дар телевизиони СМ-1 мебошад. Ҳамчунин барномаи ахлоқии «Гулистони маънӣ» тамошобини зиёд дорад. Тамошобин фикру андешаи худро дар ҳошияи ин барномаҳо менависад. На танҳо дар телевизион дар шабакаҳои иҷтимоӣ онро тамошо мекунад. Моҳиятан доираи тамошобин 35-50 сола мебошад. Ин категория истифодабарандаи интернет ва тамошобини телевизион аст. Доираи тамошобини аз 60- сола боло аз интернет барномаҳои телевизионӣ кам тамошо мекунад ва яке аз мушкилот суръати интернет ва гаронарзиш будани он мебошад. Ҳарчанд истифодабарандагони интернет дар Тоҷикистон ҳамасола меафзояд, лекин барномаҳои маърифатӣ барои аудиторияи интернетӣ бо шумораи кам таҳия мешавад.

Дар шароити рақобати пуршиддати ВАО-и аъёнавӣ, шабакаҳои иҷтимоӣ ҷӣ бояд кард, ки аудиторияи телевизионҳои маҳаллӣ аз даст наравад. Зеро дар вазъияти технологияи муосир, ки интеллектӣ сунъӣ асарҳои бадеӣ меофарад, матнҳои гуногунро рӯбардор месозад ва ба эҳсосоти инсон саруқор дорад, хатар ҳам ба ҳастии телевизионҳои маҳаллӣ ва ҳам ба касби журналистӣ ба вучуд омадааст. Аввалан, омода будан аз нигоҳи касбӣ, баъдан ба мавзӯҳои доғи рӯз тавачҷух намудан аз роҳҳои нигоҳ доштани аудитория бошад, сониян тарбияи аудитория низ аз масъалаҳои муҳим мебошад. Дар муқоиса дар даврони начандон дур, хусусан замони шӯравӣ завқӣ баланд, тарбияи ахлоқӣ

ба воситаи телевизион сурат мегирифт. Фаҳшу куштор буд, лекин масшабҳои он дигар буд, дар барномаҳои телевизионӣ аудиторияи гуногун ба назар гирифта мешуд, ба эфир намерафт, зеро психикаи тамошобин эҳтиёт мешуд. Тамошобин низ тафаккури интиқодӣ дошт ва хуби бадро фарқ мекард. Нормҳои забони адабии тоҷикӣ риоя мегардид.

Имрӯз зарурати ба забони адабии тоҷикӣ риоя кардан дар телевизион, тарбияи ахлоқӣ тавассути телевизион масъалаи актуалӣ боқӣ мемонад. Дар телевизион жанрҳои гуногун бошад ва талаботи жанрӣ риоя гардад. Суруд лозим, истироҳат, шеърҳои муҳим, вале ҳамаи он дар доираи меъёрҳои муайян бояд бошад. Арзишҳои умуминсонӣ, анъанаҳои миллӣ бо тарғиботи доимӣ дар шароити ҷаҳонишавӣ нигоҳ дошта мешавад.

#### **ПАЙНАВИШТ:**

1. *Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику / А. Амзин. - Екатеринбург: Альфа Принт, 2016. – С.304.*
2. *Багиров Э.Г., Канцев И.Г. Телевидение, XX век / Э.Г. Багиров, И.Г. Канцев. –Москва: Искусство, 1968. – С.303.*
3. *Бобочонова Р.М., Бобочонова М.С. Системаи воситаи ахбори омма ва таълим (комплексӣ таълимӣ-методӣ) / Р.М. Бобочонова, М.С. Бобочонова. – Хуҷанд: Нури маърифат, 2020. – С.168.*
4. *Долгова Ю.И., Перипечина Г.В. Телевизионная журналистика: учебное пособие.- Москва: Аспект Пресс, 2019. –С.208.*
5. *Усмонов И. Журналистика. Ҷилди 4. - Душанбе, 2008. – С.473.*
6. *Цвик В.Л. Телевизионная журналистика / В.Л. Цвик. –Москва: Аспект Пресс, 2004. – С.382.*
7. <https://tg.wikipedia.org/wiki/>
8. <https://sputnik-tj.com/20150525/1015549566.html>  
<https://sputnik-tj.com/20150525/1015549566.html>
9. <https://www.osiyoavrupo.tj/index.php/mavodhoi-ilm/maqolaho/item/1019-istifodai-tehnologiya-oi-multimed-dar-ravandi-ta-siloti-fosilav>
10. <https://www.google.com/search>

#### **REFERENCES:**

1. *Amzin A. et al. How new media have changed journalism / A. Amzin. Yekaterinburg: Alfa Print, 2016. – 304 p.*
2. *Bagirov E.G., Kantsev I.G. Television, 20<sup>th</sup> century. - M.: Art, 1968. – 303 p.*
3. *Bobojonova R.M., Bobojonova M.S. Media system and propaganda (educational and methodological complex). - Khujand: Light of Enlightenment, 2020. – 168 p.*
4. *Dolgova Yu.I., Peripechina G.V. Televisual journalism: manual. - M.: Aspect Press, 2019. – 208 p.*
5. *Usmonov I. Journalism. V.4. - Dushanbe, 2008. – 473 p.*
6. *Zvik, V.L. Televisual journalism / V.L. Zwick. -M.: Aspect Press, 2004. – 382 p.*
7. <https://tg.wikipedia.org/wiki/>
8. <https://sputnik-tj.com/20150525/1015549566.html>  
<https://sputnik-tj.com/20150525/1015549566.html>
9. <https://www.osiyoavrupo.tj/index.php/mavodhoi-ilm/maqolaho/item/1019-istifodai-tehnologiya-oi-multimed-dar-ravandi-ta-siloti-fosilav>
10. <https://www.google.com/search>