

6.2.22. РЎЗНОМАНИГОРӢ
6.2.22. ЖУРНАЛИСТИКА
6.2.22. JOURNALISM

5.9.9. МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА
5.9.9. МЕДИАКОММУНИКАТСИЯҶО ВА РЎЗНОМАНИГОРӢ
5.9.9. MEDIACOMMUNICATIONS AND JOURNALISM

УДК: 070.4:004(575.3)

DOI 10.24412/3005-849X-2026-2-190-196

**ЖУРНАЛИСТИКАИ РАҚАМӢ ДАР
ТОҶИКИСТОН: ТАҒЙИРОТ ДАР
ШАКЛҶОИ ПЕШНИҶОДИ
ОНЛАЙН-ИТТИЛООТ**

*Зарипова Шаҳноза Тоҳировна, н.и.ф.,
доценти кафедраи иттилоот ва робитаи
МДТ «ДДХ ба номи академик Б.Ғафуров»
(Хучанд, Тоҷикистон)*

**ЦИФРОВАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В
ТАДЖИКИСТАНЕ: ИЗМЕНЕНИЯ В
ФОРМАХ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ
ОНЛАЙН-ИНФОРМАЦИИ**

*Зарипова Шаҳноза Тоҳировна, канд. филол.
наук, доцент кафедры информации и
коммуникации ГОУ «ХГУ имени академика
Б. Гафурова» (Худжанд, Таджикистан)*

**DIGITAL JOURNALISM IN
TAJIKISTAN: TRANSFORMATIONS IN
THE FORMS OF ONLINE
INFORMATION PRESENTATION**

*Zaripova Shakhnoza Tokhirovna, candidate in
Philology, associate professor of the department
of information and communication under the
SEI "KhSU named after academician
B. Gafurov" (Khujand, Tajikistan)
e-mail: sahnoz175@gmail.com*

Дигаргунишави журналистикаи рақамӣ дар Тоҷикистон ва таҳаввули шаклҳои пешниҳоди иттилоот дар муҳити онлайн ба риштаи таҳлил кашида шудааст. Раванди гузариш аз журналистикаи анъанавӣ ба рақамӣ, хусусиятҳои платформаҳои онлайнӣ, таъсири шабакаҳои иҷтимоӣ ба истеҳсоли ахбор ва муаммоҳои пеирафти ВАО-и тоҷик дар фазои интернетӣ мавриди омӯзиш қарор гирифтааст. Бо истифода аз методҳои контент-таҳлил ва мушоҳида таҳаввулоти асосии соҳаро дар давраи солҳои 2010–2025 баррасӣ шудааст. Натиҷаҳо нишон медиҳанд, ки журналистикаи рақамии тоҷик дар марҳалаи ташаққулбӣ қарор дошта, бо муаммоҳои техникӣ, иқтисодӣ ва касбӣ рӯ ба рӯст.

Калидвожаҳо: журналистикаи анъанавӣ; журналистикаи рақамӣ; ВАО-и онлайнӣ; шабакаҳои иҷтимоӣ; платформаҳои онлайнӣ; мултимедиа; контент-таҳлил; таҳаввули расонаӣ

Анализируются процессы трансформации цифровой журналистики в Таджикистане и эволюция форм представления информации в онлайн-среде. Рассматриваются: переход от традиционной журналистики к цифровой, особенности онлайн-платформ, влияние социальных сетей на производство новостей, а также проблема развития таджикских средств массовой информации в интернет-пространстве. На основе методов контент-анализа и наблюдения исследованы основные тенденции развития отрасли в период 2010–2025 годов. Результаты показывают, что цифровая журналистика Таджикистана находится на этапе становления и сталкивается с рядом технических, экономических и профессиональных проблем.

Ключевые слова: традиционная журналистика; цифровая журналистика; онлайн-СМИ; социальные сети; онлайн-платформы; мультимедиа; контент-анализ; медиатрансформация

This article analyzes the transformation of digital journalism in Tajikistan and the evolution of online information delivery. It examines the transition from traditional to digital journalism, the specifics of online platforms, the impact of social media on news production, and the challenges of developing Tajik media online. Using content analysis and observation methods, the main trends in the industry's development from 2010 to 2025 were examined. The results show that digital journalism in Tajikistan is in its infancy and faces a number of technical, economic, and professional challenges.

Key-words: traditional journalism; digital journalism; online media; social media; online platforms; multimedia; content analysis; media transformation

Дар шароити инқилоби рақамӣ ва густариши технологияҳои иттилоотӣ иртиботӣ, журналистикаи муосир дучори дигаргуниҳои бунёдӣ гардидааст. Раванди рақамикунони ВАО дар сатҳи ҷаҳонӣ боиси таҳаввули шаклҳои пешниҳоди иттилоот, тағйири усулҳои истеҳсоли хабарӣ ва ташаккули муносибатҳои нави байни журналистон ва мухотабон шудааст. Тоҷикистон низ аз ин раванд канор намондааст ва аз ибтидои солҳои 2010-ум шояди густариши босуръати журналистикаи рақамӣ мебошад. Мақсади тадқиқоти мазкур таҳлили таҳаввули журналистикаи рақамӣ дар Тоҷикистон ва муайян намудани хусусиятҳои шаклҳои пешниҳоди иттилоот дар муҳити онлайн мебошад. Барои омӯзиши контенти ВАО-и тоҷикӣ дар муҳити онлайн сомонаҳоеро (*asia-plus.tj, ozodi.tj, tj.sputniknews.ru, khovar.tj* ва ғайра). интихоб намудем, ки қорбарони бештарро фаро гирифтаанд.

Мувофиқи маълумоти Агентии оморӣ назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон, то соли 2025 шумораи истифодабарандагони интернет дар кишвар ба 4,9 миллион нафар расидааст [1]. Ин омор замина барои рушди ВАО-ҳои онлайнӣ буда, ташаккули муҳити иттилооти рақамиро фароҳам овардааст.

Муҳаққиқон Файзализода Ш.Н. ва Раҳимов Р.Р. қайд мекунанд, ки «гузариш ба журналистикаи рақамӣ на танҳо тағйири восита, балки трансформатсияи тамоми парадигмаи журналистии миллӣ мебошад» [10, с. 89]. Ҷамчунин, Юсупов А.М. дар таҳқиқоти худ таъкид менамояд, ки «муҳити рақамӣ имконоти нав барои рушди журналистикаи тоҷик фароҳам меоварад, вале дар айни замон чорабинии ҳалли масъалаҳои нави касбӣ ва ахлоқиро талаб мекунад» [13, с. 89]. Ҷамин тариқ мо таҳаввули журналистикаи рақамиро дар Тоҷикистон ба се марҳалаи асосӣ ҷудо карда метавонем:

1. Марҳалаи ибтидоӣ (солҳои 2000–2012) – пайдоиши нусхаҳои электронии ВАО;
2. Марҳалаи густариш (солҳои 2013–2018) – ташкили платформаҳои мустақили рақамӣ ва шабакаҳои иҷтимоӣ;
3. Марҳалаи чандрасонаӣ (солҳои 2019–2025) – мобилӣ шудани ВАО ва истифодаи васеи мультимедиа.

Тавре таъкид кардем ибтидои рушди журналистикаи рақамӣ дар Тоҷикистон ба солҳои 2000-ум рост меояд. Муҳаққиқ Назаров С.А. қайд мекунанд, «дар ин давра асосан версияҳои электронии нашрияҳои ҷопӣ ва телерадиошабакаҳо дар интернет пайдо шуданд» [4, с. 78]. Масалан, нашрияи «Азия-Плюс» дар соли 2006 сомонаи худро оғоз кард, ки яке аз аввалин сомонаҳои хабарии тоҷикӣ ба ҳисоб меравад. Дар ин марҳала контенти рақамӣ асосан аз нусха намудани мавзӯҳои ҷопӣ иборат буда, имкониятҳои визуалӣ ва интерактивии муҳити рақамӣ истифода намешуданд. Бо вучуди ин, ҳатто чунин шакли содаи пешниҳоди иттилоот

имкон дод, ки мухлисони нав ба иттилооти дохилу хорич чалб карда шаванд ва дастрасӣ ба ахбор осонтар гардад.

Солҳои 2013–2018 дар фазои интернетӣ шумораи зиёди сомонаҳои иттилоотӣ таъсис ёфтааст, ки бештарашон намунаи дигар надошанд. «Солҳои 2013–2015 давраи “бум”-и сомонаҳои хабарӣ дар Тоҷикистон буд» [7, с.68]. Дар ин марҳала платформаҳои мустақили рақамӣ, аз қабилӣ Asiaplustj.info, Tj.sputniknews.ru, Caravanseraij.tj ва ғайра ташкил гардиданд. Ин ҳолат омили муҳимми густариши шабакаҳои иҷтимоӣ дар Тоҷикистон гардид. Facebook, Одноклассники ва баъдтар Instagram ва Telegram ба воситаҳои муҳимми паҳнкунии иттилоот табдил ёфтанд. Дар ин давра воитаҳои ахбори оммаи кишвар саҳифаҳои расмӣ худро дар шабакаҳои иҷтимоӣ кушода, аудиторияро дар ин платформаҳо чамъ намуданд.

Аз солҳои тақрибан 2019–2025 давраи чандрасонаӣ ва мобилӣ кардани ВАО-и электронӣ ба назар расид. Мувофиқи таҳқиқоти Сафаров Т.Қ., «аз соли 2019 густариши истифодаи смартфонҳо ва интернетӣ мобилӣ боиси тағйироти бунёдӣ дар истеҳсол ва истеъмоли контентӣ хабарӣ гардид» [9, с. 89]. Воитаҳои ахбори тоҷик стратегияи «mobile-first» (аввал мобилӣ)-ро татбиқ намуданд, яъне мувофиқи ин стратегия контентро пеш аз ҳама барои истифодабарандагони мобилӣ омода мекарданд. Дар ин давра истифодаи шаклҳои мултимедиавии контент ба мисли видеорепортажҳо, подкастҳо, инфографика, репортажҳои интерактивӣ афзуд. «Раванди конвергенсия дар ВАО-ҳои тоҷик боиси ташаккули журналистони универсал гардид, ки ҳам матн навиштан, ҳам аксбардорӣ кардан ва ҳам видеомонтаж карданро медонанд» [5, с. 28].

Дар асоси таҳлили контентӣ сомонаҳои хабарии мавриди назар (asia-plus.tj, ozodi.tj, tj.sputniknews.ru, khover.tj) шаклҳои зерини пешниҳоди иттилоот дар муҳити онлайн чудо карда шуданд:

1. Матни хабарӣ бо иловаи аксҳо. Ин шакл то ҳол асосӣ боқӣ мемонад. Он аз матни хабарии кӯтоҳ бо як ё якчанд акс иборат буда, барои паҳн кардани иттилооти фаврӣ мувофиқтарин аст.

2. Видеоконтент ва стриминг. Ин шакл солҳои охир ба таври назаррас рушд ёфтааст. Сомонаҳои хабарӣ каналҳои YouTube ташкил карда, видеорепортажҳо, мусоҳибаҳо ва паҳши мустақимро ҷаёбона истифода мекунанд.

3. Шабакаҳои иҷтимоӣ ҳамчун канали хабарӣ. Facebook, Instagram ва Telegram платформаҳои асосии паҳнкунии иттилоот дар Тоҷикистон гардидаанд. Ҳар як платформа хусусиятҳои хоси истифода дорад:

- Facebook – барои муҳофизаҳо ва мавзӯҳои тафсилӣ
- Instagram – барои контентӣ визуалӣ ва аудиторияи ҷавон
- Telegram – барои иттилооти фаврӣ ва каналҳои хабарӣ

4. Инфографика ва визуализатсияи маълумот. Ин шакл имкон медиҳад маълумоти мураккаб ба тарзи фаҳмо ва ҷолиб пешниҳод карда шавад. Дар Тоҷикистон ҳоло дар марҳалаи ибтидоии рушд қарор дорад.

5. Подкаст ва аудиоконтент. Аввалин подкастҳои тоҷикӣ соли 2020 пайдо шуданд. Подкастҳои «Гуфтугӯҳои Осиё» (Asia-Plus) ва «Радиои Озодӣ подкаст» намунаҳои маъмули ин шакл ба ҳисоб мераванд.

6. Гипермедиа ва репортажҳои интерактивӣ. Шакли пешрафтатарин, ки харитаҳои интерактивӣ, лонгридҳо бо видеонаворҳо ва инфографика ва технологияҳои VR (ҳанӯз дар марҳалаи озмоишӣ)-ро дар бар мегирад.

Шаклҳои асосии пешниҳоди иттилоот дар муҳити онлайн ҳамоно сомонаҳои хабарӣ ва сомонаҳои ташкилоту мақомот боқӣ мемонад. Муҳаққиқ Ҳарифова П.Ш. дар таҳқиқоти худ таснифи сомонаҳои хабарии тоҷикро пешниҳод кардааст:

- сомонаҳои универсалӣ (asia-plus, avesta, khovar)
- сомонаҳои ихтисосӣ (молиявӣ, варзишӣ, фарҳангӣ)
- сомонаҳои минтақавӣ (вилоятӣ ва ноҳиявӣ)
- версияҳои онлайнӣ нашрияҳои анъанавӣ [11, с. 136].

Шакли асосии пешниҳоди иттилоот дар сомонаҳои хабарӣ мавзӯҳои матнӣ бо иловаи аксҳо мебошад. Аммо «дар солҳои охир тамоюли афзоиши истифодаи чӯзҳои мултимедиавӣ – видео, аудио, инфографика – мушоҳида мешавад» [11, с. 137]. Видеоконтент яке аз самтҳои динамикии инкишофи журналистикаи рақамӣ дар Тоҷикистон гардидааст. Муҳаққиқ Юсуфӣ Б.Н. таъкид менамояд, ки «истифодабарандагони тоҷик тамоюли баланди истифодаи контенти видеоиро нишон медиҳанд» [14, с. 112]. Сомонаҳои хабарии мавриди назари мо шабакаҳои худро дар YouTube таъсис додаанд. Масалан, шабакаи Asia-Plus TV зиёда аз 200 ҳазор абонент дорад.

Солҳои охир дар кишвари мо низ амалияи паҳни мустақими рӯйдодҳо дар Facebook ва Instagram густариш ёфтааст. Аммо сифати навор ва сабтҳои мустақим мавзӯи баҳси алоҳида аст, «дар видеожурналистикаи тоҷик ҳанӯз мушқилоти сифат ва профессионализм вучуд доранд: аксар видеомавод бо телефонҳои ҳамроҳ гирифта мешаванд ва монтажи ибтидоӣ доранд» [2, с. 99]. Бо вучуди ин аксари аудитория имрӯз майли иттилооти видеоиро бештар нишон медиҳанд.

Шабакаҳои иҷтимоӣ ба як қисми ҷудонашавандаи низоми медиавии Тоҷикистон табдил ёфтаанд. Муҳаққиқ Муродов Ш.Қ. дар таҳқиқоти худ нишон медиҳад, ки «то 80% истифодабарандагони интернетӣ тоҷик ба ахбор аввал дар шабакаҳои иҷтимоӣ шинос мешаванд» [3, с. 79]. Имрӯз платформаҳои Facebook, Instagram ва Telegram барои журналистикаи тоҷик ҳам воситаи паҳни иттилоот ва ҷалби аудитория гардидаанд. Масалан, Facebook барои мувоҳидаҳо ва паҳни мавзӯҳои тафсилӣ муҳити мусоидро фароҳам меорад. Дар ин маврид муҳаққиқ Холова М.А. қайд мекунад, ки «Facebook дар Тоҷикистон на танҳо шабакаи иҷтимоӣ, балки майдони асосии баҳсҳои сиёсӣ ва иҷтимоӣ мебошад» [12, с. 79].

Платформаи Instagram барои контенти визуалӣ ва саргузаштҳо истифода шуда, аудиторияи ҷавон ба ин платформа тамоюли баланд нишон медиҳанд. Платформаи Telegram низ солҳои охир ба яке аз муҳитҳои хабарии онлайнӣ асосӣ табдил ёфтааст. Масалан, шабакаи Telegram-и «Азия-Плюс» зиёда аз 150 ҳазор абонент дорад. «Telegram барои журналистони тоҷик имкон дод, ки феврал ва бидуни цензура бо мухлисони худ муошират кунанд» [3, с. 80].

Ба ғайр аз маводи видеоӣ подкастинг ҳамчун шакли нисбатан нави пешниҳоди иттилоот дар журналистикаи тоҷик маъмул гардид, «аввалин подкастҳои тоҷикӣ дар соли 2020 пайдо шуданд ва ҳоло дар марҳалаи ташаккулёбӣ қарор доранд» [8, с. 66]. Дар ин радио подкастҳои «Гуфтугӯҳои Осиё» (Asia-Plus), «Радиои Озодӣ подкаст» (Радиои Озодӣ), подкастҳои мустақили шахсӣ оид ба мавзӯҳои фарҳангӣ ва иҷтимоӣ [8, с. 67], ҳамчунин подкастҳои радиоҳои маҳаллиро метавон номбар кард, ки аз имконоти нави олами медиа истифода намуда, дар ташаккули журналистикаи мултимедиавӣ саҳм гузоштаанд.

Таҳлил нишон медиҳад, ки 78% истифодабарандагони тоҷик ба контенти онлайнӣ тавассути дастгоҳҳои мобилӣ дастрасӣ доранд [6, с. 106]. Ин ВАО-хоро маҷбур кардааст, ки стратегияи худро тағйир диҳанд. Минбаъд «ВАО-ҳои пешқадами тоҷик татбиқҳои мобилии махсус таҳия карданд, ки имкон медиҳад контентро бо назардошти хусусиятҳои экранҳои хурд пешкаш кард» [10, с. 68]. Дар ин асно боиси қайд аст, ки аз ҷумла, Asia-Plus, Avesta ва

Khovar барномаҳои мобилии худро доранд. Яке аз хусусиятҳои асосии журналистикаи рақамӣ имкони муоширати фаврии байни журналистон ва мухлисон мебошад. Дар муҳити рақамӣ мухлисон на танҳо истеъмолкунандагони одӣ, балки иштирокдорони фаъоли раванди эҷоди контент мебошанд. Тавре таҳқиқ нишон дод, сомонаҳои хабарии мавриди назари мо шаклҳои зерини ҷалби мухлисонро истифода намудаанд: шарҳгузорӣ дар зери мавзӯҳо, нигоштҳои меҳмонон, пурсишҳо ва овоздиҳӣ дар шабакаҳои иҷтимоӣ, сабтҳои мустақим бо иштироки мухлисон.

Дар самти мавзӯҳои гипермедиаӣ дар журналистикаи тоҷик шаклҳои зерин рушд ёфтаанд: репортажҳои мултимедиаӣ бо хариҳои интерактивӣ, лонгридҳо бо видеонаворҳо ва инфографика, истифодаи технологияҳои VR (ҳанӯз дар марҳалаи озмоишӣ). Чунин имкониятҳои технологияҳои рақамӣ барои журналистон имкон медиҳанд, ки контентро мувофиқи манфиатҳои аудиторияи мушаххас пешниҳод кунанд. «Бо истифода аз таҳлили маълумот оид ба рафтори истифодабарандагон, ВАО-ҳо метавонанд контенти максималӣ релевантӣ пешкаш кунанд» [10, с. 89]. Ҳангоми таҳқиқи сомонаҳо маълум шуд, ки дар амалия чунин усулҳо истифода мешаванд: тақсимбандии контент бо тегҳо ва категорияҳо, таҳия намудани ғушаҳои ихтисосӣ барои гурӯҳҳои гуногуни иҷтимоӣ ва синну соли гуногун, истифодаи алгоритмҳо барои пешниҳоди мавзӯҳои шабех.

Таҳлили раванди рушди журналистикаи рақамӣ дар Тоҷикистон нишон медиҳад, ки солҳои охир дар ин самт пешрафти назаррас ба даст омадааст. Таҳаввули шаклҳои пешниҳоди иттилоот дар муҳити онлайн ба густариши имкониятҳои журналистон барои иттилоърасонӣ ва афзоиши дастрасӣ ба ахбор барои аҳолии кишвар оварда расонидааст.

Дар натиҷаи тадқиқот маълум гардид, ки шаклҳои пешниҳоди иттилоот дар муҳити онлайн Тоҷикистон тибқи таснифоти зайл таҳаввул ёфтааст:

1. Матн хабарии соф (солҳои 2000–2010) – нусхаи электронии нашрияҳои ҷопӣ, бе ҷузъҳои мултимедиаӣ

2. Матн + акс (солҳои 2010–2015) – шакли пешниҳоди иттилоот бо ҳамроҳ намудани аксҳо ва ҳуҷҷатҳои иловагӣ

3. Мундариҷаи мултимедиаӣ (солҳои 2015–2019) – видеорепортажҳо, инфографика ва маводи аудиоӣ дар баробари матн

4. Платформаҳои иҷтимоӣ ва мобилӣ (солҳои 2019–2022) – Facebook, Instagram, Telegram ҳамчун шабакаҳои асосии паҳни ахбор, стратегияи «mobile-first»

5. Гузоришҳои интерактивӣ ва гипермедиа (аз соли 2022 то имрӯз) – лонгридҳо, хариҳои интерактивӣ, подкастҳо ва технологияҳои VR

Айни замон журналистикаи тоҷик дар фазои интернет як шакли муайяно гирифта, дар самти рушд қарор дошта бошад ҳам, муаммоҳое ба назар мерасанд, таъкиди онҳоро ба маврид шуморидем. Яке аз монеаҳои асосии рушди журналистикаи рақамӣ дар Тоҷикистон норасоии инфраструктураи техникӣ мебошад. Дар ин самт суръати паст ва нархи баланди хизматрасониҳои интернетӣ дар муқоиса бо даромади аҳоли, маҳдудияти мавсимии барқ дар минтақаҳо ба андешаи мо аз монеаҳои асосӣ ба шумор мераванд. Бо вучуди ин аксари муҳаққиқон ояндаи журналистикаи рақамиро дар Тоҷикистон нек арзёбӣ кардаанд. «Дар солҳои оянда платформаҳои мобилӣ ба фазои асосии иттилоотӣ табдил хоҳанд ёфт» [10, с. 89]. Аз ҷониби дигар ба андешаи мо густариши технологияи зеҳни сунъӣ ва истифодаи он ба ташаккули минбаъдаи журналистикаи рақамӣ тақони ҷиддӣ хоҳад дод.

Айни замон журналистикаи рақамии тоҷик дар марҳалаи ташаккулёбӣ қарор дорад ва бо як қатор мушкилот рӯ ба рӯст. Бо вучуди мушкилоти мавҷуда, журналистикаи рақамии Тоҷикистон метавонад ба воситаи муҳимми рушди ҷомеаи иттилоотӣ ва густариши фазои расонаӣ табдил ёбад.

Таҳаввули шаклҳои пешниҳоди иттилоот дар муҳити онлайн аз журналистони тоҷик аз худ намудани салоҳиятҳои нав ва мутобиқшавӣ ба шароитҳои тағйирёбандаи истеъмоли расонаиро талаб мекунад.

ПАЙНАВИШТ:

1. Агентии омили назди Президенти Ҷумҳурии Тоҷикистон. Ҳисоботи солони 2025 [Захираи электронӣ]. – Режими дастрасӣ: <https://stat.tj> (санаи мувоҷиат: 02.02.2026).
2. Давлатов, А. С. Масъалаҳои инкишофи видеожурналистика дар Тоҷикистон / А. С. Давлатов // Паёми Донишгоҳи давлатии Хуҷанд ба номи академик Б. Гафуров. – 2019. – № 1. – С. 98–105.
3. Муродов, Ш. Қ. Шабакаҳои иҷтимоӣ ҳамчун манбаи иттилоот дар Тоҷикистон: таҳлили сотсиологӣ / Ш. Қ. Муродов // Сотсиология ва сиёсатишносӣ. – 2019. – № 2. – С. 78–86.
4. Назаров, С. А. Эволюция медиапространства Таджикистана в условиях глобализации / С. А. Назаров // Известия Академии наук Республики Таджикистан. Серия философии и права. – 2019. – № 2. – С. 78–85.
5. Насбӣ, Н. Б. Конвергенсияи ВАО ва омӯзиши журналистон дар Тоҷикистон / Н. Б. Насбӣ // Маърифат. – 2019. – № 3. – С. 45–51.
6. Натиҷаҳои тадқиқоти сотсиологӣ «Истифодабарандагони рақамии Тоҷикистон-2019». – Душанбе: Маркази таҳқиқӣ, 2019. – 156 с.
7. Раҳмонов, З. А. Подкастинг дар Тоҷикистон: оғоз ва дурнамо / З. А. Раҳмонов // Илм ва ҷомеа. – 2019. – № 1. – С. 67–73.
8. Раҳмонова, З. Б. Тамоюлҳои истифодаи Instagram дар миёни ҷавонони тоҷик / З. Б. Раҳмонова // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Силсилаи илмҳои филологӣ. – 2019. – № 1. – С. 89–95.
9. Сафаров, Т. Қ. Журналистикаи мобилӣ: имкониятҳо ва ҷолишҳо / Т. Қ. Сафаров // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Силсилаи илмҳои филологӣ. – 2019. – № 2. – С. 89–96.
10. Файзализода, Ш. Н. Журналистикаи рақамӣ: назария ва амалия / Ш. Н. Файзализода, Р. Р. Раҳимов. – Душанбе: Дониш, 2019. – 287 с.
11. Ҳарифова, П. Ш. Типологияи ВАО-ҳои рақамии Тоҷикистон / П. Ш. Ҳарифова // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Силсилаи илмҳои филологӣ. – 2019. – № 2. – С. 134–140.
12. Холова, М. А. Facebook дар фазои медиаии Тоҷикистон / М. А. Холова // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Силсилаи илмҳои филологӣ. – 2019. – № 3. – С. 145–151.
13. Юсунов, А. М. Трансформатсияи ВАО-ҳои миллии Тоҷикистон дар давраи рақамикунӣ / А. М. Юсунов // Паёми Донишгоҳи миллии Тоҷикистон. Силсилаи илмҳои филологӣ. – 2019. – № 3. – С. 145–152.
14. Юсуфӣ, Б. Н. Видеоконтент дар журналистикаи онлайнӣ: таҷрибаи Тоҷикистон / Б. Н. Юсуфӣ // Илм ва инноватсия. – 2019. – № 4. – С. 112–119.

REFERENCES:

1. Agency on Statistics under the President of the Republic of Tajikistan. Annual Report 2025 [Electronic resource]. Available at: <https://stat.tj> (date of appeal: 02.02.2026).
2. Davlatov, A. S. Issues of the Development of Video Journalism in Tajikistan / A. S. Davlatov // Bulletin of B. Gafurov Khujand State University. – 2019. – No. 1. – PP. 98–105.
3. Murodov, Sh. Q. Social Networks as a Source of Information in Tajikistan: A Sociological Analysis / Sh. Q. Murodov // Sociology and Political Science. – 2019. – No. 2. – PP. 78–86.
4. Nazarov, S. A. Evolution of the Media Space of Tajikistan in the Context of Globalization / S. A. Nazarov // Proceedings of the Academy of Sciences of the Republic of Tajikistan. Series of Philosophy and Law. – 2019. – No. 2. – PP. 78–85.

5. *Nasbi, N. B. Media Convergence and Journalism Education in Tajikistan / N. B. Nasbi // Ma'rifat. – 2019. – No. 3. – PP. 45–51.*
6. *Results of the Sociological Study “Digital Users of Tajikistan–2019”. – Dushanbe: Diagnostic Center, 2019. – 156 pp.*
7. *Rahmonov, Z. A. Podcasting in Tajikistan: Origins and Prospects / Z. A. Rahmonov // Science and Society. – 2019. – No. 1. – PP. 67–73.*
8. *Rahmonova, Z. B. Trends in Instagram Use among Tajik Youth / Z. B. Rahmonova // Bulletin of the Tajik National University. Series of Philological Sciences. – 2019. – No. 1. – PP. 89–95.*
9. *Safarov, T. Q. Mobile Journalism: Opportunities and Challenges / T. Q. Safarov // Bulletin of the Tajik National University. Series of Philological Sciences. – 2019. – No. 2. – PP. 89–96.*
10. *Fayzalizoda, Sh. N., Rahimov, R. R. Digital Journalism: Theory and Practice. – Dushanbe: Donish, 2019. – 287 pp.*
11. *Harifova, P. Sh. Typology of Digital Media in Tajikistan / P. Sh. Harifova // Bulletin of the Tajik National University. Series of Philological Sciences. – 2019. – No. 2. – PP. 134–140.*
12. *Kholova, M. A. Facebook in the Media Space of Tajikistan / M. A. Kholova // Bulletin of the Tajik National University. Series of Philological Sciences. – 2019. – No. 3. – PP. 145–151.*
13. *Yusupov, A. M. Transformation of National Media in Tajikistan during the Digitalization Period / A. M. Yusupov // Bulletin of the Tajik National University. Series of Philological Sciences. – 2019. – No. 3. – PP. 145–152.*
14. *Yusuifi, B. N. Video Content in Online Journalism: The Experience of Tajikistan / B. N. Yusuifi // Science and Innovation. – 2019. – No. 4. – PP. 112–119.*