

5.9.9. [10.01.10] ИРТИБОТИ РАСОНАЙ ВА РЎЗНОМАНИГОРӢ
5.9.9. [10.01.10] МЕДИАКОММУНИКАЦИЯ И ЖУРНАЛИСТИКА
5.9.9. [10.01.10] MEDIACOMMUNICATION AND JOURNALISM

ТКБ 002,7

DOI:10.51844-2077-4990-2023-1-229-231

**БАЪЗЕ МУЛОҲИЗАҲО
ОИД БА ҶОЙГОҲИ ШАБАКАҲОИ
ИҶТИМОӢ ВА МЕССЕНҶЕРҲО ДАР
ДОМЕНИ ТҶ**

Комилов Каримбой Исломович, н.и.ф, дотсент, мудирӣ кафедраи журналистика ва назарияи тарҷума; Азизова Моҳира Гуфронҷонова, ассистенти кафедраи журналистика ва назарияи тарҷумаи МДТ “ДДХ ба номи акад. Б. Гафуров” (Тоҷикистон, Хуҷанд)

**НЕКОТОРЫЕ
СООБРАЖЕНИЯ О МЕСТЕ
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ И
МЕССЕНДЖЕРОВ В ДОМЕНЕ ТҶ**

Комилов Каримбой Исломович, к.ф.н. доцент, заведующий кафедрой журналистики и теории перевода; Азизова Моҳира Гуфронҷонова, ассистент кафедры журналистики и теории перевода ГОУ «ХГУ имени акад.Б.Гафурова» (Таджикистан, Худжанд)

**SOME CONSIDERATIONS
ABOUT THE PLACE OF SOCIAL
NETWORKS AND
MESSENGERS IN THE TJ DOMAIN**

Komilov Karimboy Islomovich, candidate of philological sciences, Head of the Department of Journalism and Theory of Translation; Azizova Mohira Gufrojonovna, Assistant of the Department of Journalism and Theory of Translation SEI “KhSU named after acad. B. Gafurov” (Tajikistan, Khujand), E-mail: komilov-62@mail.ru

Вожаҳои калидӣ: Тоҷикистон, интернет, шабакаҳои иҷтимоӣ, мессенҷер, корбар

Дар мақола оид ба ҷойгоҳи шабакаҳои иҷтимоӣ ва мессенҷерҳо дар домени тҶ суҳан меравад. Қайд гардидааст, ки агар ба маълумотҳои ду соли охири интернет тақия кунам, мебинем, ки дар ин муддат афзоиши “тӯфон”-и маъруфияти мессенҷерҳо ва шабакаҳои иҷтимоӣ ба назар мерасад. Муаллифон ба ҳулоса меоянд, ки якҷанд омили ба сифату сатҳи хизматрасониҳои интернетӣ ва алоқаи мобилӣ ба таври манфӣ таъсиррасонанда, ҷой дорад: аз ҷумла, нархи баланди алоқаи мобилӣ ва интернет, ки монеае барои ҳарчи беиштар фарогириши аҳолии кишвар мегардад.

Ключевые слова: Таджикистан, интернет, социальные сети, мессенджер, пользователь

В статье рассматривается расположение социальных сетей и мессенджеров в домене тҶ. Отмечается, что данные последних двух лет работы Интернета позволяют наблюдать «шторм» популярности мессенджеров и социальных сетей в этот период. Автор приходит к выводу о том, что существует ряд факторов, негативно влияющих на качество и уровень услуг Интернета и мобильной связи: в частности, высокая стоимость мобильной связи и Интернета, становящаяся препятствием для увеличения охвата им населения страны.

Key words: Tajikistan, Internet, social networks, messenger, user

The article discusses the location of social networks and messengers in the tj domain. It is noted that if we rely on the data of the last two years of the Internet, we can see the increasing of a “storm” popularity of messengers and social networks. The author comes to the conclusion that there are a number of factors that has negative effect to the quality and level of Internet and mobile communication services: in particular, the high cost of mobile communication and the Internet, which becomes an obstacle for more coverage of the country's population.

Низоми фаъолияти ҳукуматӣ, маъмурӣ, тичоратӣ ва дар маҷмӯъ тамоми ҷанбаҳои ҳаёти ҷомеаи ҷаҳони имрӯза ба технологияҳои иртиботиву иттилоотӣ (ТИИ) вобаста гардида, дар заминаи он шароити имкониятҳои пурталотуми бархӯрди манфиатҳои давлатӣ, милли, қудратӣ ва фароҳгардии домони ҷаҳонишавии иттилоот фароҳам омадааст, ки ин ҳолат пайваста бошиддату бемайлон идома меёбад. Аз ин рӯ мо ба иттилооту маълумот ва имкониятҳои интернет тақия намуда, аз як ҷиҳат аз маводи ғанӣ ва имкониятҳои фаровони он истифода барем, аз ҷониби дигар ба он мавод ворид намуда, иттилоот паҳш мекунем, худро муаррифӣ мекунем ва дар ҳар ду ҳолат ҳам баҳрабардорӣ, ҳам тобеъияту побандӣ ба ТИИ қавитар мегардонем ва ин раванд пайваста афзоиш меёбад [1,с.5]. Ин хуб аст ё бад? Ба ин суол имрӯз касе ҷавоби мушаххаси асоснок дода наметавонад.

Алҳол як ҳолат равшан ба назар мерасад: бошиддат афзудани сафи иттилоотдихандагон ва истифодабарандагон. Маъмулан интернет ва шабакаҳои иҷтимоӣ ба майдони фарроҳи бесару бемарзи иттилоотрасониву муоширати домонгустурда табдил ёфтааст. Агар ба маълумоти ду соли охири боз ҳамон интернет така кунем, мебинем, ки дар ин муддат афзоиши "тӯфон"-и маъруфияти мессенҷерҳо (паёмрасонҳои фаврӣ) ва шабакаҳои иҷтимоӣ ба назар мерасад.

Дар мадди аввал ҳолати мазкурро дар мисоли хизматрасонии интернетии аввалин оператори нави рақамӣ "МегаФон Тоҷикистон" бо кӯшиши ба қадри имкон ва салоҳият арзёбӣ намудан баррасӣ карданем. Аз натиҷаи омӯзиши сафи муштариёни оператори зикршуда дар мавзӯи мавриди назар бармеояд, ки тайи ду соли охир, аз ибтидои соли 2020 раванди афзоиши шумораи аз мессенҷерҳо ва шабакаҳои иҷтимоӣ истифода бурдани муштариён мушоҳида мешавад. Аз ҷумла, аён гашт, ки аз ҳама бештар сафи корбарони паёмрасонӣ WhatsApp дар кишвар беш аз 6 маротиба афзудааст.

TikTok -ин нармафзори мобилӣ аз 150 кишвари ҷаҳон зиёда аз 1 миллиард корбар дорад[4]. ТикТок ибтидо бо унвони Douyin сентябри 2016 дар Чин арза шуд ва арзай он барои хорич аз Чин, бо унвони ТикТок дар соли 2017 сурат гирифт. ТикТок дар ибтидои фаъолияти хеш ба корбарон иҷоза медод, ки видеоҳои мусиқии бисёр кӯтоҳ аз 3 то 15 сониявӣ бисозанд, ки ин минбаъд такмил ёфт[5]. Дар Чин, ки ин маъмултарин нармафзори мобилист, 60% корбарон дар синну соли 25-44 қарор дошта, дар берун аз Чин 43% корбарон синни аз 24 боло доранд. TikTok аз тариқи нармафзорҳои корбурдии АйОс ва Андроид дастрас аст. Мушоҳида мешавад, ки расонаи маҷозии видеоии TikTok-и чинӣ афзоиши гушношунид нишон дод, ки дар ду сол трафик дар ин хидмат, яъне паҳши видеонавори кӯтоҳ (одатан аз 15 то 60 сония) 50 маротиба афзоиш ёфтааст. Дар Тоҷикистон TikTok танҳо аз соли 2019 бо шумораи ками корбарон фаъол гашта бошад ҳам, имрӯз ба даҳгонаи беҳтарин шабакаҳои иҷтимоӣ ворид гаштааст[4]. Ин дар ҳолате, ки дастовардҳои "рақибони ботаҷриба"-и он ҷиддитар ба назар мерасанд.

Facebook ба натиҷаи WhatsApp наздик шуда, трафики худро дар шабакаи МегаФон Тоҷикистон панҷ маротиба ва Instagram чор маротиба афзоиш доданд. Баъдан, рӯйхати пешсафронро бо натиҷаҳои тақрибан яхела, бо афзоиши 3 маротиба паёмрасони Telegram, видеохостинги YouTube ва мессенҷери худи оператори "MegaFon Life"ишғол намуданд. Зимнан, дар тарофаҳои МегаФон имкони паёмрасониҳои фаврии мессенҷерӣ ва шабакаҳои иҷтимоӣ номаҳдуд гаштаанд.

Омори захираҳои интернетӣ дар байни муштариёни синну соли гуногун маъруфият пайдо мекунад. Вайбер дар Тоҷикистон як аутсайдерӣ аён гашт, ки он дар байни ҷавонон, миёнасолон ва муштариёни аз 60-сола боло ҳоло ҳамагӣ 1% ро ташкил менамояд.

Сегонаи беҳтарин аз WhatsApp оғоз ёфтааст, ки онро беш аз 30% муштариёни ҷавон интихоб мекунанд, дар ду категорияи синну соли дигар (миёнсолон ва синнашон аз 60 боло) аз он ҳар кадом 40% муштариёни МегаФон истифода мебаранд. Instagram дар ҳама синну сол, ҳадди аққал 40% (ҷавонон қариб 60%) муштариён аз он истифода мебаранд [4].

Куллан муштариёни шабакаи МегаФон Тоҷикистон ҳангоми кор дар шабакаҳои иҷтимоӣ ва мессенҷерҳо аз смартфонҳои Samsung, Xiaomi Huawei ва Apple фаровон истифода мебаранд.

Қисмати дигари баррасии мавзӯ рабт ба арзёбии омори истифодаи маълумоти интернет ва шабакаҳои иҷтимоӣ дар Тоҷикистонро дорад, ки дар асоси иттилооти We Are Social ҳамасола ҳисоботи омории Global Digital report матраҳ шудааст. Мо маълумоти нисбатан тозаи чунин ҳисоботро дар мисоли истифодаи интернет дар Тоҷикистон дар моҳи январӣ соли 2022 тибқи иттилооти захираи <https://datareportal.com/reports/> арзёбӣ карданем.

Бино ба маълумоти ин манбаъ дар моҳи январӣ соли 2022 дар Тоҷикистон 3 миллиону 950 ҳазор нафар корбарони интернет буданд, ки ин 40,1 дарсади аҳолии кишварро дарбар мегирад. Таҳлили ҷадвали Керіос нишон медиҳад, ки дар байни солҳои 2021 то 2022 корбарони интернет дар Тоҷикистон 605 ҳазор (+18,1 дарсад) афзоиш ёфтааст [3].

COVID-19 ба ҳаёти ҷомеаи ҷаҳонӣ такони ҷиддӣ дод, ки ин ба таҳқиқи мавзӯи мавриди назар бетаъсир намонд ва бо назардошти ин ҳолат нишондодҳои воқеии корбарони интернет метавонанд аз ин рақамҳои нашршуда зиёдтар бошанд.

Маълумоти дар захираҳои таблиғии Meta нашршуда, нишон медиҳад, ки дар аввали соли 2022 дар Тоҷикистон Facebook 443,4 ҳазор, Instagram 1,04 миллион, Facebook Messenger 196,0 ҳазор корбар доштанд.

Маълумоти дар захираҳои таблиғии LinkedIn ва Twitter нашршуда, нишон медиҳанд, ки дар аввали соли 2022 дар Тоҷикистон мутаносибан ин ду шабакаи иҷтимоӣ 71,0 ҳазор ва 17,4 ҳазор корбар доштанд [3].

Ҳарчанд, Facebook, Instagram, Facebook Messenger истифодаи платформаи худро барои ноболигон, аз 13-сола ва боло маҳдуд мекунад, бо вучуди ин бояд қайд кард, ки дар Тоҷикистон дар соли 2022-ум аудиторияи фаъол 6,8 дарсад аз шумораи умумии аҳоли аз Facebook, 15,8 дарсад аз Instagram ва 2,0 дарсад аз Facebook Messenger ва 0,3 аз Twitter истифода мебаранд.

Мавриди зикр аст, ки дар оғози соли 2022-ум 25,5 дарсади қорбарони Facebook занон буданд, ки 2,8 дарсад (74,3) нисбати мардон зиёданд.

Дар Instagram, Facebook Messenger ва LinkedIn баръакс мардон ба таври назаррас нисбат ба занон фаъоланд. Масалан, дар Instagram 22,7 дарсади қорбарон занон ва 77,3 дарсад мардон буданд, ки нисбат ба занон 54,6 дарсад зиёданд. Дар Facebook Messenger ва LinkedIn мутаносибан 44,4 ва 43 дарсад мардон нисбат ба занон бештар дар шабакаҳо қорбарӣ мекунанд [3].

Ҳамин тавр алоқаи мобилӣ ва интернет қайҳо боз ба ҳаёти ҳаррӯзаи сокинони Тоҷикистон ворид шудаанд. Имрӯз дастрасӣ ба алоқаи мобилӣ ва интернет на танҳо як зарурат, балки ҳуқуқи инсон гаштааст. Кишвари мо аз рӯи баъзе параметрҳои рушди соҳаи телекоммуникатсия дар минтақа мавқеи пешсафро ишғол мекунанд. Аммо тақрибан беш аз 70 дарсади аҳоли, ки асосан дар деҳот ва манотиқи дурдасту кӯҳсор зиндагӣ мекунанд, дастрасӣ ба интернет мушкилӣ доранд.

Маълумоти мазкур нишон медиҳанд, ки дар Тоҷикистон истифодаи мессенҷерҳо (паёмрасонҳои фаврӣ) ва шабакаҳои иҷтимоӣ тамоюли зиёдшавӣ дорад. Айни ҳол қорбарони тоҷикистонӣ ба Facebook, Instagram, Facebook Messenger, LinkedIn, Twitter, Telegram, YouTube, WhatsApp, TikTok ва MegaFon Life бештар аз ҳама ворид мешаванд.

Маълум мешавад, ки дар маҷмӯъ беш аз 40 дарсади аҳолии кишвар фаъол аз интернет истифода мебаранд, ки ин ҳолат ҳатто нисбат ба баъзе кишварҳои минтақаи Осиёи Марказӣ ба таври назаррас кам аст.

Дар асл яқинд омили ба сифату сатҳи хизматрасонии интернетӣ ва алоқаи мобилӣ ба таври манфӣ таъсиррасонанда, чой дорад: аз ҷумла, нархи баланди алоқаи мобилӣ ва интернет; суръати қорӣ интернет – 16,15 Мбит/с, инкишофи суръати зерсохторҳо дар минтақаҳои дурдаст, ҳоса кӯҳистон, монополия будани бозор, вобастагии зиёд аз моҳвораҳои алоқаи ҳоричӣ [2], ки дар маҷмӯа барои ҳарчи бештар фарогирии аҳолии кишвар ҳалал мерасонад.

Баҳри беҳбудии сифати алоқаи мобилӣ ва интернет зарур аст, ки Тоҷикистон қорӣ зиёдеро анҷом диҳад, то иқтисоди кишвар ва мардуми он аз рушди рақамӣ баҳра баранд.

ПАЙНАВИШТ:

1. Кальмыков, А.А. Интернет-журналистика. Учеб. Пособие// А.А. Кальмыков, Л.А. Коханова.- М.: ЮНИТИ ДАНА. 2005.- 383 с.
2. Как развивается мобильная связь и интернет в Центральной Азии? <https://cabar.asia/ru/kak-razvivaetsya-mobilnaya-svyaz-i-internet-v-tsentralnoj-azii>
3. <https://datareportal.com> › digit.. Digital 2022: Tajikistan - DataReportal —Global Digital Insights
4. https://www.megafon.tj/podderzhka/novosti/uvazhaemye_abonenty_zao_tt_mobayl4/WWW.NAM.BA.TJ?PAGEN_1=9
5. <https://tg.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D0%BA%D0%A2%D0%BE%D0%BA>

REFERENCES:

1. Kalmykov, A.A. Internet-journalism. Manual // A.A. Kalmykov, L.A. Kokhanova.- M.: DANA UNIT. 2005.- 383 p.
2. How does mobile communication and internet develop in Central Asia? <https://cabar.asia/ru/kak-razvivaetsya-mobilnaya-svyaz-i-internet-v-tsentralnoj-azii>
3. <https://datareportal.com> › digit. Digital 2022: Tajikistan - DataReportal —Global Digital Insights
4. https://www.megafon.tj/podderzhka/novosti/uvazhaemye_abonenty_zao_tt_mobayl4/WWW.NAM.BA.TJ?PAGEN_1=9
5. <https://tg.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B8%D0%BA%D0%A2%D0%BE%D0%BA>