



## NEGA RADIONI KAM ESHITAMIZ?

**Malika Beknazarova Nazirovna**

*O'zbekiston jurnalistika va ommaviy kommunikatsiyalar universiteti  
1-kurs magistranti*

**Annotatsiya:** *Radio va televidenya yaratilgandan beri uzoq yo'lni bosib o'tdi va bugun ular yangi davr ostonasida turibdi. Nafaqat televidenya balki zamonaviy teleradio sohasi ham texnologik taraqqiyot va globallashuv tufayli o'zgarib bormoqda. So'nggi yillar mobaynida dunyoning ko'plab mamlakatlarida, xususan, yurtimizda teleradio sohasida ro'y bergan bir qancha rivojlanishlar bilan bir qatorda radio auditoriyasining keskin pasayishi ham kuzatildi. Mazkur maqola orqali tomoshabinlarning radio eshitishdan uzoqlashib, ma'lumotlar va ko'ngilochar manbalar olishning muqobil variantlariga o'tayotgani sabablari o'rganiladi. Tadqiqot predmeti sifatida radio auditoriyasining pasayishiga sabab bo'layotgan omillar va ularning ta'sir darajasi va bu doirada radio tinglash odatlari, zamonaviy texnologiyalarning roli va auditoriya xulq-atvoridagi o'zgarishlar o'rganiladi. Tadqiqot obyekti sifatida esa radio tinglovchilari (turli yosh guruhlari, ijtimoiy qatlamlari va hududlari), raqobatchi platformalar (musiqa oqim xizmatlari, podcastlar, ijtimoiy tarmoqlar), va radiostansiyalar tomonidan taqdim etilayotgan kontentlar o'rganiladi hamda aniqlangan muammolar yuzasidan taklif va tavsiyalar beriladi.*

**Kalit so'zlar:** *radiojurnalistika, globallashuv, reyting, interaktivlik, personalizatsiya.*

### **Kirish.**

Bugungi kun hayotining ajralmas qismi bo'lgan ommaviy axborot vositalari odamlarning kundalik turmush tarziga kata ta'sir o'tkazmoqda. Televizion dasturlar, internet saytlari, ijtimoiy tarmoqlar va podcastlar ko'pchilik uchun asosiy axborot manbayiga aylangan bir paytda an'anaviy media vositalaridan biri bo'lgan radio o'z tinglovchilarining bir qismini yo'qotmoqda. Kun davomida radio tinglash odati avvalgi yillar bilan solishtirganda sezilarli darajada kamayib ketdi. Bu holatning sabablarini izlash va tahlil qilish mediamuhitning dolzarb masalalaridan biridir.

Nega odamlar radioni kam eshityapti? Radio dasturlarining tinglovchilar orasida ommalashmasligining texnologik rivojlanish, yangi axborot platformalarining paydo bo'lishi va tinglovchilar ehtiyojining o'zgarishi bilan bog'liqmi? Balki radio o'z mazmunini yangilashda sustkashlik qilayotgandir? Ushbu maqolada radio tinglash odatining pasayishiga sabab bo'layotgan omillarni o'rganib, uning jamiyatdagi o'rni va ahamiyati haqida batafsil fikr yuritamiz.

Yuqorida aytib o'tganimizdek, insoniyatning buyuk kashfiyotlaridan biri bo'lgan radio hozirga qadar katta rivojlanish jarayonlarini boshdan kechirdi. Masalan, dastlab u aholiga favqulodda holatlar haqida axborot yetkazish uchun xizmat qilgan bo'lsa, keyinchalik inson kundalik hayotining turli jabhalariga kirib bordi. U nafaqat axborot tarqatish, balki



ma'naviy-ma'rifiy, ko'ngil ochish, omma fikrini shakllantirish kabi ko'plab vazifalarni ham bajaradigan bo'ldi.

"Shunday qilib, radio quyidagi shartli davrlarni bosib o'tdi:

1)1921-1927-yillar. Bu davrda, asosan, Toshkent, Samarqand, Namangan viloyatlariga radioeshittirishlar tashkil etish uchun maxsus texnikalar keltirildi.

2)1928-1940-yillar. Bu davrga kelib, ilk radioeshittirishlar tashkil etilib, eshittirishlar jonli uzatila boshlandi.

3)1941-1945-yillar. Bu davrda radio faqat va faqat Ikkinchi jahon urushi va uning tafsilotlarini yoritishga xizmat qildi.

4)1945-1970-yillar. Bu davrda radio mamalakatdagi tiklanish, yangi qurilishlarni targ'ib qildi.

5)1970-1985-yillar. Bu davrda radiodan sotsializm g'oya va mafkurasini targ'ib etuvchi asosiy kuch sifatida foydalanildi.

6)1985-1991-yillar. "Oqshom to'lqinlari", "Qarmoq" singari tahliliy-tanqidiy eshittirishlar tashkil etildi.

7)1991-yildan hozirgacha bo'lgan davr. Milliy istiqlol g'oyasini targ'ib etish, so'z va fikr erkinligiga erishildi. Radio har jihatdan takomillashtirildi. Turli janrlardagi eshittirishlar ko'paytirilib, texnik va texnologik jihatdan qaytadan tashkil etildi, dunyo standartlari darajasiga olib chiqildi". (Xadjayev, Hayitov, 2022).

#### **Asosiy qism.**

Radio OAVning o'ziga xos elektron texnikaga asoslangan turidir. Radio, tub ma'nodagi matbuot emas, ya'ni u so'zni bosma usul bilan ko'paytirmaydi, balki uni maxsus asboblarda vositasida og'zaki ko'paytiradi, shu jihatdan u matbuotning, to'g'rirog'i ommaviy axborot vositalarining bir turi hisoblanadi.

Radioning tarixiga nazar tashlasak uning ko'pchilik ijodi ekanligini ko'ramiz. XIX asming o'rtalarida italyan olimi K.Markoni radio bo'yicha jiddiy tadqiqotlar olib bordi. Bu ishga jahondagi boshqa olimlar qatori rus ixtirochilari ham o'z hissalarini qo'shdilar. Birinchi bor radio rus olimi A.S.Popov tomonidan 1895-yil 7-may kuni Peterburgdagi rus fizika-ximiya jamiyati yig'ilishida sinab ko'rildi. Ammo u ishlab chiqqan elektr signallari uzoq masofaga simsiz uzata oladigan radiotelegraf asosan aloqa vositasi sifatida ixtiro qilingan edi. (Xudoyqulov,2005)

Bugungi kunda radioni tinglash kamayib ketganining, albatta, bir necha sabablari bor:

1. Raqobat kuchayishi: Internetning rivojlanishi va smartfonlarning keng tarqalishi bilan podkastlar, musiqa oqim xizmatlari (Spotify, YouTube Music, va hokazo) ko'proq mashhur bo'ldi. Ushbu platformalarda tinglovchilar o'z didiga mos kontentni tanlash imkoniga ega. (Why People Are Turning Away from Traditional Radio, 2019)

2. Moslashuvchanlik ehtiyoji: Odamlar endi o'zlari xohlagan vaqtda va joyda kontent tinglashni afzal ko'rishmoqda. Radio esa odatda jonli efirga bog'langan va bu har doim mos kelmasligi mumkin.





3. Reklama ko'pligi: Radio efirlaridagi reklama va shablonlik odamlarni bezdirib qo'yishi mumkin. Ko'pchilik reklamasiz kontentni afzal ko'radi.

4. Yosh avlod odatlari: Yoshlar orasida internet va ijtimoiy tarmoqlar ustunlik qilmoqda. Radio tinglash odati esa ko'proq kattaroq avlodlar o'rtasida uchraydi.

5. Texnologik muammolar: Avtomobillarning zamonaviy audio tizimlari ham internetga ulangan bo'lib, ular radio o'rniga onlayn platformalardan foydalanishga imkon beradi.

Bundan tashqari, bugungi kunda radioda quyidagi asosiy kontent turlari uchraydi:

1. Musiqa. Trenddagi musiqalar: Xalqaro va mahalliy hit qo'shiqlar, mashhur ijrochilarning yangi albomlari.

Janrlarga xos dasturlar: Jazz, klassik, pop, rock, yoki milliy qo'shiqlarga bag'ishlangan eshittirishlar.

So'rovnomalar va dedikatsiyalar: Tinglovchilarning arizalariga binoan musiqalarni ijro qilish.

2. Yangiliklar. Mahalliy yangiliklar: Hududiy voqealar, ijtimoiy hayot yangiliklari.

Global yangiliklar: Dunyo voqealari, iqtisodiy va siyosiy tahlillar.

Ob-havo va tirbandlik ma'lumotlari: Ayniqsa, haydovchilar uchun dolzarb.

3. Ko'ngilochar dasturlar. Jonli suhbatlar: Tinglovchilar bilan telefon orqali muloqot.

Hazil-mutoyiba shoulari: Kulgu va yengil kontent.

Qiziqarli viktorinalar va tanlovlar: Sovrinli o'yinlar.

4 Madaniy-ma'rifiy dasturlar. Adabiyot va san'at. Kitoblar muhokamasi, she'r o'qish, teatr va kino tahlillari.

Tarix va madaniyat: O'zbek xalqining merosi, dunyo madaniyatlari haqida eshittirishlar.

Ilm-fan yangiliklari: Texnologik yangiliklar, ixtirolar haqida hikoyalar.

5. Diniy va ruhiy tarbiya. Din va axloqiy mavzularga oid suhbatlar.

Tinchlik va oilaviy qadriyatlar haqida eshittirishlar.

6. Sport. Mahalliy va xalqaro sport yangiliklari.

Futbol, tennis yoki boshqa sport turlariga doir jonli tahlillar.

7. Reklama va tijorat dasturlari. Mahsulot va xizmatlar reklamasi.

Mahalliy tadbirkorlar bilan intervyular.

Radiolar odatda, auditoriyasining didi va ehtiyojlariga mos ravishda maxsus formatlarda ishlaydi. Shu sababli, tahliliy dasturlar, musiqiy shoular yoki axborot ko'rsatuvlariga e'tibor qaratishadi. Bunday doimiy takrorlikdan tabiiyki, auditoriya tez zerikishi mumkin yoki axborot olishning boshqa bir tezkor muqobil variantidan foydalanishi mumkin. (Radio o'rni: Kecha va Bugun", 2022)

### **Xulosa va takliflar.**

Shu o'rinda fikr yuritadigan bo'lsak, keyingi yillarda radio o'z istiqbolini texnologik rivojlanish, turli platformalarga moslashuvchanligi va kontent xilma-xilligi orqali mustahkamlashi kutilmoqda. Biz yuqoridagi radio auditoriyasining keskin pasayib





ketayotganligiga qarshi yechim sifatida quyidagi bir nechta strategiyalarni aytishimiz mumkin:

1. Raqamli platformalarga o'tish.

Mobil ilovalar yaratish: Tinglovchilar har qanday joyda va vaqtda radio eshita olishlari uchun ilovalar ishlab chiqish.

Internet radio: Jonli efirlarni internetda uzatish va podkastlar yaratish.

Ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish: Facebook, Instagram, TikTok va YouTube'da kontentlar joylashtirish orqali yosh auditoriyani jalb qilish (Ragamli OAV rivoji va radio tendensiyalari 2023)

2. Kontentni diversifikatsiya qilish. Moslashuvchan dasturlar: Har xil yoshdagi va qiziqishdagi tinglovchilar uchun turli janrdagi dasturlarni tayyorlash.

Maxsus loyihalar: Tanlovlar, interaktiv dasturlar, qiziqarli intervyular va jonli konsertlarni tashkil qilish.

Podkastlar yaratish: Mashhur mavzularda qisqa va mazmunli suhbatlar.

3. Mahalliy va global mavzularni yoritish.

Mahalliy muammolar va yangiliklarni faol yoritish orqali auditoriya bilan yaqin aloqa o'rnatish.

Trenddagi xalqaro mavzularga qiziqarli yondashuv orqali e'tiborni jalb qilish.

4. Tinglovchilar bilan muloqot.

Jonli aloqa: Tinglovchilarni dasturlarga jalb qilish, ularning savollari va fikrlariga javob berish.

So'rovnomalar o'tkazish: Auditoriyaning fikrini o'rganib, ularning ehtiyojlariga mos kontent ishlab chiqish.

5. Reklama strategiyasini yangilash.

Reklama ko'rsatuvlarini qisqartirish va ularni auditoriya uchun qiziqarli shaklda taqdim etish.

Mahalliy bizneslar bilan hamkorlik qilish va ular uchun innovatsion reklama formatlarini taklif qilish.

6. Yangi texnologiyalarni joriy etish.

Smartfon va avtomobil audio tizimlariga mos ravishda dasturlarni ishlab chiqish.

Smartfon va avtomobil audio tizimlariga mos ravishda dasturlarni ishlab chiqish.

Sun'iy intellekt yordamida tinglovchi odatlarini o'rganib, shaxsiylashtirilgan tavsiyalarni taqdim etish.

7. Brendni rivojlantirish.

Radio stansiyaning o'ziga xosligini ta'kidlash (masalan, "eng yaxshi musiqalar", "haqiqiy yangiliklar" yoki "jonli intervyular").

Mashhur shaxslar bilan hamkorlik qilish yoki ularni efirga taklif qilish.

8. Tashqi tadbirlar va hamkorliklar.

Jonli efirlar bilan bog'liq ochiq tadbirlar, festivallar va musobaqalarni tashkil qilish.





O'z dasturlarini mahalliy maktablar, universitetlar yoki jamoat tashkilotlari bilan birgalikda olib borish.

Radio tinglovchilarga nafaqat qiziqarli kontent, balki interaktivlik va qulaylikni taqdim etgan holda raqobatda o'z o'rnini saqlab qolishi va auditoriyasini kengaytirishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, radio auditoriyasi texnologik taraqqiyot va auditoriya xulq-atvoridagi o'zgarishlar ta'sirida kamaymoqda. Biroq, radio ommaviy axborot vositasi sifatida o'zining kuchli tomonlarini tiklash imkoniyatiga ega. Innovatsion yondashuv, tinglovchi ehtiyojlarini chuqur o'rganish va raqamli texnologiyalar bilan uyg'unlik radio uchun yangi imkoniyatlarni ochadi. Kelgusida raqamli platformalarda faoliyat yuritish va interaktiv kontent yaratish radio stansiyalarining raqobatbardoshligini oshiradi. Shu yo'nalishda izchil ish olib borish radio ommaviy axborot vositasining dolzarbligini saqlab qolishda muhim rol o'ynaydi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar:**

1. Alieva, N. (2021). Development and Problems of Mass Media in Uzbekistan. Tashkent: Science and Technology Publishing House.
2. Anderson, P. (2019). Why People Are Turning Away from Traditional Radio. Media Insights Online.
3. Digital media development and radio trends. Kun.uz, 2023.
4. Article "The Role of Radio: Yesterday and Today." Xalq So'zi, 2022.
5. Karimov, Sh. (2022). Analysis of audience behavior in radio broadcasts. Dissertation of Tashkent State University of Journalism.
6. Khudoykulov.M., Introduction to Journalism, 2005.
7. Khadjayev.A. Hayitov. Sh. Radio and Television, 2022.

### **Websites and online resources:**

1. Kun.uz and Daryo.uz - articles about the development of radio from local media in Uzbekistan.
2. Analytical materials on podcasts and digital platforms: Research on development in radio and podcasting, YouTube.