EFIRDAN PLATFORMAGA: RADIOJANRLAR TRANSFORMATSIYASINING NAZARIY VA AMALIY JIHATLARI

Dilshoda Hamdamova
Xalqaro Nordik universiteti o'qituvchisi
https://orcid.org/0009-0001-6643-5790
hamdamovadilshoda106@gmail.com

Annotatsiya. *Maqolada raqamli muhit ta'sirida radiojurnalistika janrlarida kechayotgan o'zgarishlar tahlil qilinadi. Bu o'zgarishlarni "transformatsiya" atamasi bilan ifodalashning ilmiy asoslari ko'rib chiqiladi. Radiojanrlar tasnifiga oid o'zbek, rus va g'arb olimlarining qarashlari qiyoslanadi. "Yoshlar", "O'zbekiston 24", radiokanallari hamda "Avtoradio" nodavlat radiostansiyasi eshittirishlari misolida radioxabar, intervyu, reportaj, suhbat va radioportret janrlarining yangilangan ko'rinishlari aniqlanadi. Tadqiqot natijasida radiojanrlarda kechayotgan jarayon uch darajada: modifikatsiya, gibridlashuv va transformatsiya ko'rinishida namoyon bo'layotgani asoslanadi. Shuningdek, "transformatsiya" atamasini qo'llash mezonlari taklif etiladi.*

Kalit so'zlar: *radiojurnalistika, radiojanr, janr transformatsiyasi, gibrid janr, podkast, interaktivlik, konvergensiya, radioformat, storitelling.*

Аннотация. *В статье анализируются изменения, происходящие в жанрах радиожурналистики под влиянием цифровой среды, и рассматриваются научные основания для обозначения этих изменений термином «трансформация». Сопоставляются взгляды узбекских, российских и западных исследователей на классификацию радиожанров. На примере передач радиоканалов «Ёшлар», «Узбекистан 24» и негосударственной радиостанции «Авторадио» выявляются обновлённые формы радиосообщения, интервью, репортажа, беседы и радиопортрета. Обосновывается, что процесс изменения радиожанров проявляется на трёх уровнях – модификации, гибридизации и трансформации, предлагаются критерии корректного использования термина «трансформация».*

Ключевые слова: *радиожурналистика, радиожанр, трансформация жанра, гибридный жанр, подкаст, интерактивность, конвергенция, радиоформат, сторителлинг.*

Abstract. *The article examines changes in radio journalism genres under the influence of the digital environment and discusses the scholarly grounds for describing these changes as "transformation". The views of Uzbek, Russian and Western scholars on the classification of radio genres are compared. Using programmes of the "Yoshlar", "O'zbekiston 24" and "Mahalla" radio channels and the private station "Avtoradio" as examples, the study identifies updated forms of the radio news item, interview, reportage, talk and radio portrait. It argues that change in radio genres occurs at three levels – modification, hybridisation and transformation – and proposes criteria for the correct use of the term "transformation".*

Keywords: *radio journalism, radio genre, genre transformation, hybrid genre, podcast, interactivity, convergence, radio format, storytelling.*

KIRISH

Radio yuz yildan ortiq tarixga ega ommaviy axborot vositasi sifatida bir necha marta "o'limga mahkum" deb e'lon qilingan. Avval televideniye, keyin internet, so'ngra ijtimoiy tarmoqlar radioning o'rnini egallaydi, degan bashoratlar qilingan. Biroq har safar radio yangi sharoitga moslashib, o'z auditoriyasini saqlab qoldi. Bu moslashuvning asosiy mexanizmi – radiojanrlarning o'zgaruvchanligidir. Zero, janr jurnalist bilan tinglovchi o'rtasidagi o'ziga xos "kelishuv" bo'lib, auditoriya kutishlari o'zgarganda bu kelishuv ham yangilanadi.

M.M. Baxtin har bir nutq sohasi o'zining nisbatan barqaror ifoda turlarini ishlab chiqishini va ularni nutqiy janrlar deb atash mumkinligini ta'kidlagan edi [4, S. 237]. Olimning bu qarashida "nisbatan barqaror" iborasi muhim: janr qotib qolgan qolip emas, balki tarixiy sharoitga qarab o'zgarib boradigan shakldir. Raqamli davrda bu o'zgarish sur'ati keskin oshdi. Bugun radioeshittirish faqat efirda emas, balki Telegram-kanal, Instagram sahifasi, YouTube va podkast platformalarida ham yashaydi. Natijada an'anaviy radioxabar, intervyu yoki reportaj o'z shakli, hajmi va tinglovchi bilan munosabat modelini o'zgartirmoqda.

O'zbekistonda ham bu jarayon yaqqol kuzatilmoqda. Davlat radiokanallari interaktiv loyihalarni kengaytirmoqda, nodavlat FM-radiolar esa an'anaviy janrlar o'rniga qisqa, gibrid formatlarni afzal ko'rmoqda. Shu bois ilmiy adabiyotlarda va jurnalistlar nutqida "janrlar transformatsiyasi" iborasi tobora ko'p qo'llanmoqda. Ammo bu atama ko'pincha aniq mazmunsiz, "o'zgarish"

so‘zining moda sinonimi sifatida ishlatiladi. Natijada janrning oddiy yangilanishi bilan uning tub o‘zgarishi o‘rtasidagi farq yo‘qolib boradi.

Tadqiqot muammosi shundan iboratki, radiojanrlarda kechayotgan o‘zgarishlarni qanday atama bilan ifodalash va bu o‘zgarishlarning chegarasini qanday belgilash masalasi o‘zbek jurnalistikasida hali yetarli darajada ishlab chiqilmagan.

Tadqiqot maqsadi – radiojanrlarga nisbatan “transformatsiya” atamasini qo‘llashning nazariy asoslarini aniqlash va O‘zbekiston radiokanallari amaliyoti misolida janrlarning yangilangan ko‘rinishlarini tahlil qilishdan iborat.

Maqsaddan kelib chiqib, quyidagi vazifalar belgilandi:

• radiojanrlar tasnifiga oid o‘zbek va xorij olimlarining qarashlarini qiyosiy tahlil qilish;

• O‘zbekiston radiokanallarida eng ko‘p qo‘llanayotgan janrlar va ularning yangilangan shakllarini aniqlash;

• “modifikatsiya”, “gibridlashuv” va “transformatsiya” tushunchalarini farqlash mezonlarini ishlab chiqish.

METODOLOGIYA

Tadqiqotning nazariy asosini uch yo‘nalishdagi qarashlar tashkil etadi. Birinchisi – M.M. Baxtinning nutqiy janrlar nazariyasi bo‘lib, u janrni tarixan o‘zgaruvchan, ammo tanib olinadigan ifoda shakli sifatida talqin etadi [4]. Ikkinchisi – rus radiojurnalistikasi maktabi (A.A. Sherel, V.V. Smirnov) va jurnalistik janrlar nazariyasi (A.A. Tertichniy). Bu yo‘nalishda janr predmet, funksiya va metod birligi sifatida qaraladi [8; 9; 10]. Uchinchisi – g‘arb media tadqiqotlari (E. Krisell, R. Makleysh, R. Berri). Unda radio matni janrdan ko‘ra format, kod va tinglovchi tajribasi orqali tahlil qilinadi [12; 13; 14]. O‘zbek jurnalistikasining audiovizual jurnalistikaga oid o‘quv adabiyotlari esa milliy amaliyotga tatbiq etilgan tasnif sifatida asos qilib olindi [1; 2; 3; 6].

Tadqiqotda quyidagi usullardan foydalanildi:

• qiyosiy-tipologik tahlil – turli ilmiy maktablarning janr tasniflarini solishtirish uchun;

• kontent-tahlil – eshittirishlarning tuzilishi, hajmi, ishtirokchilar soni va ifoda vositalarini aniqlash uchun;

• kuzatish va monitoring – radiokanallar efiri hamda ularning ijtimoiy tarmoqlardagi sahifalarini kuzatish uchun;

• matnni lingvostilistik tahlil qilish – radioxabar matnlarining eshitib idrok etishga moslik darajasini baholash uchun.

Empirik material sifatida 2025–2026-yillarda efirga uzatilgan eshittirishlar tanlab olindi. Ular quyidagilar:

• “Yoshlar” radiokanali: “Tezkor”, “IQ va EQ”, “Tavsiya”, “Yoningdaman”, “Dars”, “Chig‘iriq”, “Navbat sizga!”, “Salom, yoshlar!”;

• “O‘zbekiston 24” radiokanali: “Xabarlar”, “Navoiy abadiyati”;

• “O‘zbekiston” radiokanali: “Radiokitob”;

• “Mahalla” radiokanali: “Xotira uyg‘onsa go‘zaldir”, “Ijodiy uchrashuv”;

• “Avtoradio” nodavlat radiostansiyasi: “Xalqona telegramm”.

Tanlov mezoni – eshittirishda janrning an’anaviy belgilari bilan bir qatorda yangi unsurlarning (interaktivlik, raqamli tarqatish, janrlararo aralashuv) mavjudligi.

NATIJALAR

1. Radiojanrlar tasnifi: o‘zbek va xorij olimlarining qarashlari

O‘zbek jurnalistikasida radiojanrlar tasnifi rus maktabi an’analariga tayangan holda shakllangan. Biroq milliy o‘quv adabiyotlarida o‘ziga xos aniqlashtirishlar ham bor. “Jurnalistika” o‘n jildligining “Audiovizual jurnalistika” jildi mualliflari bu borada shunday yozadi: “Radiojurnalistikada janrlar uch guruhga bo‘linadi: axborot, tahliliy va hujjatli-badiiy janrlar. Bu ta’riflashda biz atayin “publitsistik janrlar” atamasini ishlatmayapmiz, chunki publitsistika jurnalistikaning alohida muhim bir turi bo‘lib, uning unsurlari deyarli hamma radiojanrlarda mavjud” [6, B. 143]. Bu yondashuvning ilmiy qimmati shundaki, u publitsistikani janr guruhi emas, balki barcha janrlarga singib ketgan sifat sifatida talqin etadi. Rus maktabida esa uchinchi guruh hanuz “badiiy-publitsistik” deb ataladi [8, S. 34; 9, S. 46].

A.A. Tertichniy jurnalistik janrni ajratishda uch mezonni asos qilib oladi: aks ettirish predmeti, funksiyasi va metodi [10]. Bu mezonlar radioga ham to‘liq tatbiq etiladi va janr o‘zgarishini baholash uchun qulay vosita bo‘lib xizmat qiladi. Agar uch mezondan biri o‘zgarsa, janr yangilanadi. Agar ularning barchasi o‘zgarsa, yangi janr paydo bo‘ladi. Ushbu mantiq maqolaning muhokama qismida asosiy o‘lchov sifatida qo‘llanadi.

G‘arb tadqiqotchilari radioni janr emas, kod va tinglash tajribasi orqali tahlil qiladi. E. Krisell radioni “ko‘r” vosita deb ta’riflaydi. Uning fikricha, radio matni to‘rt kod – so‘z, musiqa, shovqin va sukunat orqali tinglovchi tasavvurida tasvir yaratadi [13]. R. Makleysh esa amaliy nuqtai nazardan yondashib, yangilik, intervyu, munozara, “phone-in” (tinglovchi qo‘ng‘iroqlari asosidagi efir), hujjatli eshittirish, drama va magazin-dastur kabi ishlab chiqarish shakllarini sanab o‘tadi [14]. G‘arb tasnifida interaktiv shakllar alohida ish shakli sifatida e’tirof etilishi

diqqatga sazovor. O‘zbek va rus tasniflarida esa interaktivlik ko‘pincha janr emas, balki usul sifatida qaraladi.

Milliy o‘quv adabiyotlari radioning ifoda tabiatiga alohida e’tibor qaratadi. K.F. Ismailova va Sh.A. Aliyeva ta’kidlaganidek, “radio tinglovchiga so‘z, shovqin, musiqa yordamida ta’sir o‘tkazish imkoniga ega” [1, B. 49]. Bu qarash Krisellning kodlar nazariyasiga yaqin bo‘lib, janrni ifoda vositalari majmui orqali tushunishga imkon beradi. Yu. Xamdamov va F. Abdusagatovaning “Audiovizual jurnalistika” o‘quv qo‘llanmasida ham radio va televideniye janrlari audiovizual matn yaratish amaliyoti bilan uzviy bog‘liq holda o‘rganiladi [3]. K. Ismailovaning “Reportaj yaratamiz” qo‘llanmasi esa radiojurnalistikaning eng murakkab janrlaridan biri – reportajni tayyorlash amaliyotiga bag‘ishlangan [2]. Reportajda jurnalist voqea guvohi sifatida tinglovchida “ishtirok effekti”ni yaratadi, bu esa raqamli davrda ham janrning yashovchanligini ta’minlaydi.

Radiojurnalistikada reportaj janri voqelikni tezkor, ta’sirchan va obrazli ifodalash imkoniyati bilan ajralib turadi. Uning janr xususiyatlari axborot berish va publitsistik ta’sir ko‘rsatish vazifalarining uyg‘unligida namoyon bo‘ladi. K. Ismoilova reportajning radio janrlari tizimidagi o‘rnini ta’kidlab, uni radioning barcha imkoniyatlarini to‘liq namoyon etuvchi janr sifatida baholaydi. Muallifning fikricha, radioreportajda axboriy radioxabarra xos tezkorlik, dolzarblik va matnning ixchamligi, shuningdek, sodir bo‘layotgan voqea-hodisalarni baholash, ularning emotsional ta’sirini ifodalash hamda tasviriylik kabi publitsistik xususiyatlar o‘zaro uyg‘unlashadi. Bu esa reportajning nafaqat voqea haqida ma’lumot berish, balki tinglovchida voqelikka nisbatan muayyan tasavvur va emotsional munosabatni shakllantirishdagi ahamiyatini belgilaydi[2, B.38].

Radiojanrlarni tushunishda format tushunchasi ham muhim. “Audiovizual jurnalistika” jildida ta’kidlanishicha, “format – radiokanal yoki radiostansiyaning konsepsiyasi bo‘lib, unga eshittirishlarning mazmuni, ritmi, dasturlashtirishning estetik me’yori, boshlovchining ish uslubi va eshittirishni tashkil qilishdagi boshqa muhim xususiyatlar kiradi” [6, B. 176]. Demak, janr eshittirish darajasidagi, format esa kanal darajasidagi kategoriya. FM-radiolarda janrning o‘zgarishiga ko‘pincha aynan format bosimi sabab bo‘ladi.

Qiyoslash natijalari quyidagi jadvalda umumlashtirildi.

1-jadval. Radiojanrlar tasnifiga oid asosiy yondashuvlar

Yondashuv	Asosiy mezon	Janr guruhlari	Interaktiv shakllarning o‘rni
O‘zbek o‘quv adabiyotlari [1; 3; 6]	Funksiya va ifoda vositalari	Axborot, tahliliy, hujjatli-badiiy	Usul sifatida; interaktiv jurnalistika alohida yo‘nalish sifatida o‘rganiladi [7]
Rus maktabi (Sherel, Smirnov, Tertichniy) [8; 9; 10]	Predmet, funksiya, metod	Axborot, tahliliy, badiiy-publitsistik	Janrlar ichidagi usul
G‘arb tadqiqotlari (Krisell, Makleysh, Berri) [12; 13; 14]	Kod, format, tinglash tajribasi	Ishlab chiqarish shakllari: yangilik, intervyu, phone-in, hujjatli, drama, podkast	Mustaqil shakl (phone-in, podkast)

2. O‘zbekiston radiokanallarida eng ko‘p qo‘llanayotgan janrlar va ularning yangilangan ko‘rinishlari

Radioxabar. Axborot janrlari orasida radioxabar eng ko‘p qo‘llanadi, biroq u matn sifatida eng sekin yangilanayotgan janr hamdir. “Yoshlar” radiokanalining “Tezkor” loyihasida (2026-yil 1-mart) Davlat bojxona qo‘mitasining press-relizi deyarli tahrirsiz o‘qilgan. Matndagi bitta jumla yetmish so‘zdan oshadi va unda beshdan ortiq vazifa sanab o‘tilgan. Bunday matn eshitib idrok etishga mos emas. Bu misol janrning shaklan saqlanib qolgani, ammo funksional jihatdan zaiflashganini ko‘rsatadi. Ijobiy tendensiya sifatida esa radioxabarning Telegram-kanaldagi matnli post va qisqa audio bilan birga tarqatilishini qayd etish mumkin.

Intervyu va tinglovchi ovozi. “Avtoradio”ning “Xalqona telegramm” loyihasida tinglovchilar yo‘l harakati haqidagi fikrlarini ovozli xabar shaklida yuboradi va ular efirda beriladi. Bu an’anaviy “tinglovchilar xatlari” janrining raqamli davomi. Farqi shundaki, endi tinglovchining jonli ovozi, intonatsiyasi, hatto ko‘cha shovqini ham efirga chiqadi. Natijada janrning metodi o‘zgargan: jurnalist savol beruvchidan muharrirga, ya’ni kelgan materialni saralovchiga aylangan. Yu. Ortiqova bu jarayon haqida shunday yozadi: “Auditoriyaning jurnalist bilan muloqoti xuddi kundalik hayotdagi jonli suhbat tarzida efirda namoyon bo‘ladi. Bu jarayon auditoriyani jurnalistga tenglashtiradi, uni efir hammuallifiga aylantiradi” [7, B. 9].

Suhbat. “O‘zbekiston 24” radiokanalining “Navoiy abadiyati” eshittirishi (2026-yil 14-fevral) mazmunan boy ilmiy suhbatdir. Biroq u 30 daqiqadan ortiq vaqt davomida ikki ovoz va bir xil fon kuyiga qurilgan. Bu yerda janr an’anaviy holatida qolgan. Raqamli auditoriya uchun esa bunday uzun suhbat podkast shaklida, ya’ni tinglovchi o‘zi tanlagan vaqtda eshitiladigan formatda samaraliroq bo‘lar edi. “Yoshlar” radiokanalining “Salom, yoshlar!” dasturida (2026-yil 16-avgust) esa mutaxassis telefon orqali tinglovchilar savollariga javob beradi va suhbat interaktiv shaklga kiradi.

Radioportret va qahramon hikoyasi. “Yoshlar” radiokanalining “Yoningdaman” va “Dars” (2026-yil 15-sentabr) eshittirishlarida janrning asosini qahramonning o‘z ovozi bilan aytilgan hikoyasi tashkil etadi. “Dars”da huquqbuzarlik sodir etgan shaxslarning pushaymonligi montaj, soat zarbi, sud bolg‘asi tovushi kabi effektlar bilan uyg‘unlashtirilgan. Bu storitelling usulining radiodagi yorqin namunasi. “Mahalla” radiokanalining “Xotira uyg‘onsa go‘zaldir” dasturida ham xotira va shaxsiy hikoya asosiy ta’sir vositasiga aylangan. Radioportret bu yerda o‘z predmetini saqlab qolgan, ammo bayon usuli boshlovchi hikoyasidan qahramon monologiga o‘tgan.

Anons. An’anaviy nazariyada anons mustaqil janr hisoblanmaydi. Biroq “IQ va EQ” loyihasining Telegram-botdagi anonsi (2025-yil 6-avgust) tuzilishi jihatidan to‘liq matn hisoblanadi. U savol bilan murojaat qiladi (“Siz necha yoshdasiz va bugunga qadar nechta kitob o‘qigansiz?”), raqamlar gradatsiyasi bilan qiziqishni oshiradi va “qolgani efirda” tamoyilida intriga yaratadi. Raqamli muhitda anons efirdagi eshittirish auditoriyasini kengaytiruvchi alohida janriy unsurga aylanmoqda.

Radioo‘yin va foydalanuvchi kontenti. “Chig‘iriq” intellektual radioo‘yinida (2025-yil 19-may) ikki oliy ta’lim muassasasi talabalari bir vaqtda efirga ulanadi. Natijada an’anaviy dialog polilogga aylanadi. “Navbat sizga!” loyihasida (2025-yil 10-dekabr) esa tinglovchilar Instagram sahifasiga o‘zlari ijro etgan qo‘shiq va she’rlarni videopost shaklida yuboradi, eng yaxshilari efirda beriladi. Bu holatda radio material yaratuvchisidan saralovchi platformaga aylanadi.

Badiiy janrlar. “O‘zbekiston” radiokanalining “Radiokitob” va “Yoshlar” radiokanalining “Radiospektakl” loyihalari an’anaviy radioteatr va badiiy o‘qish janrlarini davom ettiradi. Raqamli platformalarda bu janrlar audiokitob va audioserial ko‘rinishida yangi hayot topmoqda.

Tahlil natijalari 2-jadvalda umumlashtirildi.

2-jadval. Radiojanrlarning yangilangan ko‘rinishlari (O‘zbekiston radiokanallari misolida)

An’anaviy janr	Yangilangan ko‘rinish	Misol	O‘zgarish darajasi
Radioxabar	Efir + Telegram-post + qisqa audio	“Tezkor” (“Yoshlar”)	Modifikatsiya
Tinglovchilar xatlari	Ovozli xabarlar asosidagi efir	“Xalqona telegramm” (“Avtoradio”)	Transformatsiya
Suhbat	Telefon orqali interaktiv suhbat; podkast	“Salom, yoshlar!”, “Navoiy abadiyati”	Modifikatsiya
Radioportret	Qahramon monologi + montaj + storitelling	“Dars”, “Yoningdaman”, “Xotira uyg‘onsa go‘zaldir”	Gibridlashuv
Anons	Raqamli platformadagi mustaqil matn	“IQ va EQ”	Transformatsiya
Viktorina	Polilog shaklidagi radioo‘yin	“Chig‘iriq”	Modifikatsiya
Tinglovchilar ijodi	Foydalanuvchi yaratgan kontent (videopost)	“Navbat sizga!”	Transformatsiya
Radiospektakl, badiiy o‘qish	Audioserial, audiokitob	“Radiospektakl”, “Radiokitob”	Gibridlashuv

Radiojanrlarga nisbatan “transformatsiya” atamasini qo‘llash mumkinmi? Bu savol atrofida ilmiy jamoatchilikda ikki xil qarash mavjud.

Atamaga qarshi dalillar. Birinchidan, “transformatsiya” atamasi jurnalistikaga sotsiologiya va texnika fanlaridan kirib kelgan. U ko‘pincha aniq mazmunsiz, har qanday o‘zgarishni ifodalash uchun qo‘llanadi. Ikkinchidan, tahlil qilingan eshittirishlarning aksariyatida janrning predmeti va funksiyasi o‘zgarmagan. Masalan, radioxabar Telegram-kanalda ham radioxabar bo‘lib qolmoqda. Bunday holatda “evolyutsiya” yoki “modifikatsiya” atamalari aniqroq. Uchinchidan, atamani asossiz qo‘llash har qanday yangilikni “yangi janr” deb e’lon qilishga olib keladi. Natijada janrlar tizimi parchalanib ketadi.

Atama foydasiga dalillar. Ayrim holatlarda o‘zgarish shaklning yangilanishidan chuqurroq bo‘lib, janrning tinglovchi bilan munosabat modeliga daxl qiladi. Yu. Ortiqova bu jarayonni shunday ta’riflaydi: “Barcha sohalar rivojlanishi kabi, jurnalistika ham takomillashib, monolog tarzidan muloqotga asoslangan o‘zaro ta’sirchan interaktiv ko‘rinishni olishi jonli efir xalqchillashib, unga hukumatning, turli siyosiy g‘oyalar, diniy oqimlarning, ishbilarmon

puldorlarning ta’sirini kamaytiradi” [7, B. 20]. Monologdan muloqotga o‘tish janr metodining o‘zgarishidir. Tertichniy mezonlari bo‘yicha bu janrning tub o‘zgarishi demakdir. K.F. Ismailova ham radioeshittirish rivojini jamiyat hayoti bilan bog‘laydi: “Radioeshittirishning rivojlanishi doimo jamiyat hayoti bilan bog‘liq: siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy jamiyatdagi o‘zgarishlar u yoki bu darajada radioda o‘z aksini topadi” [5, S. 30]. Demak, jamiyatdagi raqamli burilish radiojanrlarda ham sifat o‘zgarishini keltirib chiqarishi tabiiy. Shuningdek, rus va boshqa MDH mamlakatlari jurnalistikasida “janrlar transformatsiyasi” («трансформация жанров») atamasi raqamli media tadqiqotlarida keng qo‘llanmoqda.

Bizning pozitsiyamiz. Atamani qo‘llash mumkin, ammo faqat aniq mezon asosida. Tertichniyning uch mezoni (predmet, funksiya, metod) va janr chegaralari xiralashuvi haqidagi qarashlarga [9, S. 78; 10] tayanib, radiojanrlardagi o‘zgarishning uch darajasini farqlashni taklif etamiz:

1. Modifikatsiya – janrning predmeti, funksiyasi va metodi saqlanadi, faqat hajmi, tarqatish kanali yoki texnik shakli o‘zgaradi. Masalan, radioxabarning Telegram-postga moslashtirilishi yoki suhbatning podkast sifatida qayta e’lon qilinishi.

2. Gibridlashuv – bitta materialda ikki yoki undan ortiq janr belgilari uyg‘unlashadi, lekin har biri o‘z vazifasini saqlaydi. Masalan, “Dars” eshittirishida radioportret, intervyu va badiiy montaj birlashgan.

3. Transformatsiya – janrning metodi yoki funksiyasi tubdan o‘zgaradi, tinglovchi bilan munosabat modeli yangilanadi, ammo dastlabki janr bilan genetik bog‘liqlik saqlanib qoladi. Masalan, “Xalqona telegramm” va “Navbat sizga!” loyihalarida tinglovchi materialning muallifiga, jurnalist esa muharrirga aylangan.

Agar dastlabki janr bilan genetik bog‘liqlik ham yo‘qolsa, bu transformatsiya emas, balki yangi janrning paydo bo‘lishidir. Shu nuqtada podkast haqidagi bahs muhim ahamiyat kasb etadi. R. Berri podkastni radioning bir ko‘rinishi sifatida tahlil qilib, uning radio bilan bog‘liqligini va shu bilan birga o‘ziga xos xususiyatlarini ko‘rsatadi [12]. Bizningcha, podkast radiojanrlar transformatsiyasining eng ilg‘or bosqichi. U radiosuhbat, radioocherk va hujjatli eshittirish qonuniyatlarini saqlaydi, ammo efir jadvalidan to‘liq ozod bo‘lgan. Shuning uchun podkastni hozircha mustaqil janr emas, balki mavjud radiojanrlarning raqamli muhitdagi transformatsiyalashgan shakli deb hisoblash maqsadga muvofiq.

Yana bir bahsli jihat – transformatsiyaning salbiy tomonlari. N. Yaremenko radiodagi so‘zning “kiyimi” haqida shunday yozadi: “Kiyim deganlari bu birinchi navbatda radiodagi “ovoz”dir. Ishlov berilmagan so‘zlar zerikarli chiqadi. Tinglovchilar “yalang‘och” so‘zni yomon qabul qilishadi” [11, S. 25]. Bu fikr ikki tomonlama ahamiyatga ega. Bir tomondan, u tahrirsiz press-reliz kabi “yalang‘och” matnlarning samarasizligini tasdiqlaydi. Boshqa tomondan, haddan tashqari bezatilgan, musiqa va jingllar bilan to‘ldirilgan gibrid formatlar axborotning o‘zini bosib ketishi mumkin. Shu sababli janr qanday o‘zgarmasin, axborotning aniqligi va axborot bilan fikrning ajratib berilishi asosiy talab bo‘lib qolishi kerak.

XULOSA

Olib borilgan tahlil quyidagi xulosalarga kelish imkonini berdi.

Birinchidan, radiojanrlarga nisbatan “transformatsiya” atamasini qo‘llash ilmiy jihatdan asosli. Biroq bu atama har qanday o‘zgarishga emas, faqat janr metodi yoki funksiyasi tubdan o‘zgargan, ammo dastlabki janr bilan genetik bog‘liqlik saqlangan holatlarga nisbatan ishlatilishi kerak. Boshqa holatlar uchun “modifikatsiya” va “gibridlashuv” atamalari aniqroq.

Ikkinchidan, o‘zbek, rus va g‘arb maktablarining radiojanrlar tasnifi bir-birini to‘ldiradi. O‘zbek o‘quv adabiyotlarida publitsistikani janr guruhi emas, balki barcha janrlarga xos sifat deb talqin etish nazariy jihatdan asosli yondashuvdir. G‘arb tadqiqotlari esa interaktiv va raqamli shakllarni alohida ish shakli sifatida e’tirof etadi. Bu tajribani milliy tasnifga kiritish maqsadga muvofiq.

Uchinchidan, O‘zbekiston radiokanallarida radioxabar, suhbat, intervyu va radioportret eng ko‘p qo‘llanayotgan janrlar bo‘lib qolmoqda. Ularning yangilanish darajasi esa turlicha. Radioxabar va suhbat asosan modifikatsiya bosqichida, radioportret va badiiy janrlar gibridlashuv bosqichida, tinglovchi ishtirokiga asoslangan shakllar va raqamli anons esa transformatsiya bosqichida.

To‘rtinchidan, transformatsiyaning eng yorqin belgisi – tinglovchining axborot iste’molchisidan materialning hammuallifiga aylanishi va jurnalist vazifasining muallifdan muharrir-moderatorga ko‘chishi.

Beshinchidan, janrlarning yangilanishi axborot sifatini pasaytirmasligi kerak. “Tezkor” loyihasi misolida ko‘rilganidek, raqamli tarqatish imkoniyatlari mavjud bo‘lsa-da, matn eshitib idrok etishga moslashtirilmasa, janr o‘z funksiyasini bajara olmaydi.

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, quyidagilar tavsiya etiladi:

• radiojurnalistika bo‘yicha o‘quv adabiyotlariga “janr transformatsiyasi” tushunchasini aniq mezonlari bilan kiritish;

• radio tahririyatlarida press-reliz va rasmiy axborotlarni “quloq uchun” qayta yozish bo‘yicha ichki uslubiy talablarni joriy etish;

• uzun suhbat va ma’rifiy eshittirishlarni podkast shaklida qayta tarqatish amaliyotini kengaytirish;

• tinglovchi kontentiga asoslangan loyihalarda materialni tekshirish va saralash tartibini belgilash.

Kelgusida radiojanrlar transformatsiyasini auditoriya tadqiqotlari asosida, ya’ni yangilangan janrlarning tinglovchilar tomonidan qabul qilinishini o‘lchash orqali o‘rganish istiqbolli yo‘nalish hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. **Ismailova K. F., Aliyeva Sh. A.** Audiovizual jurnalistika: o‘quv qo‘llanma. – Toshkent: SARVARPRINT, 2025.

2. **Ismailova K. F.** Reportaj yaratamiz: o‘quv qo‘llanma. – Toshkent: MUHR PRESS, 2022.

3. **Xamdamov Yu., Abdusagatova F.** Audiovizual jurnalistika: o‘quv qo‘llanma. – Toshkent: TEX PRO-SILVER, 2022. – 208 b.

4. **Бахтин М. М.** Проблема речевых жанров // **Бахтин М. М.** Эстетика словесного творчества. – М.: Искусство, 1979. – С. 237–280.

5. **Исмаилова К. Ф.** Радиовещание Узбекистана в условиях демократизации: тенденции, проблемы, перспективы. – Т.: TA’LIM MEDIA, 2022.

6. **Каримов А., Қосимова Н., Исмаилова К. Ф. ва бошқ.** Аудиовизуал журналистика // Журналистика: 10 жилдлик. – Ж. 6. – Т.: O‘zbekiston NMIU, 2019.

7. **Ортиқова Ю.** Интерактив журналистика: услубий қўлланма. – Т.: Mumtoz so‘z, 2011.

8. Радиожурналистика: учебник / под ред. **А. А. Шереля**. – М.: Изд-во МГУ, 2000.

9. **Смирнов В. В.** Жанры радиожурналистики: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2002.

10. **Тертычный А. А.** Жанры периодической печати: учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000.

11. **Яременко Н.** Как стать радиожурналистом. Работа на радио в вопросах и ответах. – М.: Этерна, 2011.

12. **Berry R.** Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. – 2006. – Vol. 12, No. 2. – P. 143–162.

13. **Crisell A.** Understanding Radio. – 2nd ed. – London: Routledge, 1994.

14. **McLeish R.** Radio Production. – 5th ed. – Oxford: Focal Press, 2005.