

## რა ბედი ელის რადიოს ტექნოლოგიების საუკუნეში?

ავტორები: კაკასიის უნივერსიტეტის სტუდენტები

ანანო დიდებაშვილი და ლიზი ახალაძე

პიარი და ჟურნალისტიკა 01

თბილისი, 2021

21-ე საუკუნეში ტექნოლოგიების განვითარებამ ძირფესვიანად შეცვალა ადამიანების ყოველდღიურობა და თანამედროვე ტექნიკა მათი ცხოვრების განუყოფელ ნაწილად აქცია. ამ პროცესმა დიდი გავლენა მოახდინა ახალი მედიის შექმნაზე, ზოგიერთი მედიასაშუალება კი გაქრობის საფრთხის წინაშე დააყენა, მაგალითად, ბეჭდური მედია, კერძოდ, გაზეთები და ჟურნალები.

მაშინ, როცა სამოგადოების დიდი ნაწილი ინფორმაციას ინტერნეტის საშუალებით იღებს, ტრადიციულ მედიასაშუალებებს ნაკლები დრო და ყურადღება ეთმობა, მათი აუდიტორია კი დღით-დღე მცირდება, სწორედ ეს იქცა ჩვენი ინტერესის სფეროდ – რა გავლენას მოახდენს რადიოს განვითარებასა და მის მომავალზე ტექნოლოგიები.

ეს კითხვა ჟურნალისტთა უმეტესობისთვისაც კი ჯერ კიდევ პასუხგაუცემელია. უამრავი მათგანი დღემდე მსჯელობს იმაზე, შეძლებს თუ არა ტრადიციული მედია თანამედროვე სტანდარტებს მოერგოს. ლეიტონ ბროადქასტინგის საიგზე ვხვდებით ბლოგს, რომლის ავტორიც სოციალურ მედიაში, მობილური ტელეფონის აპლიკაციებსა და ინტერნეტში რადიოს განვითარების გზას ხედავს და ამბობს, რომ „მომავალი ნათელია“. იგი პრობლემის ნაცვლად შესაძლებლობებს ამჩნევს და თვლის, რომ რადიოებს შეუძლიათ თანამედროვე ტექნიკა თავისივე სასიკეთოდ გამოიყენონ. განსხვავებული აზრი აქვს ლარი ს. მილერს, რომლის თქმითაც რადიო ყოველდღიურად კვდება.

ნათელია, რომ ამ სფეროში მყოფი ადამიანების აზრები ორად იყოფა. ჩვენ წყაროების შეჯამებითა და ჟურნალისტების აზრის მოსმენით ვცდილობთ გავიგოთ, სინამდვილეში როგორი შეიძლება იყოს რადიოს მომავალი.

## კვლევის მიზანი

ტექნოლოგიები დღეს ჩვენი ყოველდღიურობის ნაწილად იქცა. ამის პარალელურად უკვე წლებია მიმდინარეობს დისკუსია იმის თაობაზე, რა გავლენას მოახდენს ეს პროცესი კომუნიკაციის საშუალებებზე, რას შეცვლის. უკვე ვიცით, რომ ტექნოლოგიების განვითარების ფონზე საფრთხე დაემუქრა მედიის უძველეს საშუალებას - პრესას. ამერიკის გაბმეთების ასოციაციის (NAA) მონაცემებს თუ დავეყრდნობით, 1973 წელს მხოლოდ ა.შ.შ. -ში 63 მილიონზე მეტი გაბმეთი გაიყიდა, 2018 წელს კი ეს რიცხვი 28 მილიონამდე დაეცა. რადიო რამდენად შეძლებს გაუმკლავდეს თანამედროვე სამყაროს გამოწვევებს? გვინტერესებს, ადაპტირდება თუ არა ტექნოლოგიის საუკუნესთან და იქნებ, უფრო მრავალფეროვან და საინტერესო პლატფორმადაც კი იქცეს ან გაიზიაროს პრესის ბედი და მისი აქტუალობაც შემცირდეს.

## კვლევის მეთოდოლოგია

ამ მიზნის მისაღწევად ორ მეთოდს მივმართეთ: 1. მეორადი წყაროების ანალიზი - მოვიძიეთ და დავამუშავეთ ის მასალა, რომელიც უკვე შექმნილია ამ საკითხთან დაკავშირებით - ვიდეოები, პოდკასტები, სახელმძღვანელოები, სტატისტიკა, კვლევა. 2. ინტერვიუ - ჩვენი რესპოდენტები არიან თავად რადიოში მომუშავე ჟურნალისტები, ერთი მხრივ, ტრადიციული რადიოს წარმომადგენლები, მეორე მხრივ კი, რადიო თავისუფლების, რომელიც მულტიმედია პლატფორმად იქცა და ცდილობს თანამედროვეობას ფეხი აუწყოს. ორივე მხარეს ვუსვამთ ერთნაირ შეკითხვებს რადიოს როლთან, მის ისტორიასა და მომავლის ხედვასთან დაკავშირებით და ვცდილობთ, არამხოლოდ ერთმანეთთან, არამედ იმასთანაც გავავლოთ პარალელი, ჯერ კიდევ 20 წლის წინ როგორ უყურებდნენ ჟურნალისტები რადიოს მომავალს.

## კვლევის შეზღუდვები

მთავარი პრობლემა, რომელსაც კვლევისას წავაწყდით, იყო ის, რომ ჩვენ მიერ დასმულ კითხვაზე რეალური პასუხის განსაზღვრა შეუძლებელია, რადგან რადიოს მომავალს უკავშირდება, შესაბამისად, გაკეთებული დასკვნები ვერ იქნებოდა ზუსტი და მხოლოდ რეალობასთან მიახლოებული ვარაუდის წარმოდგენა შეგვეძლო. ამასთან, შეზღუდული ვიყავით დროში, არ გვქონდა იმის შესაძლებლობა, თვეების ან წლების განმავლობაში

გვეწარმოებინა და კვირვება და ამის შემდეგ გვემსჯელა.

## რადიოს წარსული

ვფიქრობთ, იმისათვის, რომ რადიოს მომავალზე მსჯელობა და ვარაუდების გამოთქმა შევძლოთ, აუცილებელია, ვიცოდეთ მისი წარსული და შექმნის ისტორია.

მეთვრამეტე საუკუნეში დაიწყო კაცობრიობისთვის უმნიშვნელოვანესი პროცესი, რომელსაც „ინდუსტრიულ რევოლუციას“ უწოდებენ, რამაც სამოგალოებაში დიდი ეკონომიკური თუ სოციალური ცვლილებები გამოიწვია და სწორედ ინდუსტრიული რევოლუციის ნაწილი იყო რადიოც.

რადიოს ტექნოლოგია დაფუძნებულია საბაზისო მეცნიერების აღმოჩენის პრინციპებზე. ყველას, ვისაც კომუნიკაცია თუ პროდუქტის მიწოდება-მოხმარება სჭირდებოდა, უნდოდა შეექმნა პრაქტიკული საშუალება, რომელიც ადამიანების ერთმანეთთან დაკავშირების სწრაფი და მარტივი ხერხი გახდებოდა.

რადიოს შექმნამდე დიდი გზა იყო, - რადიომდე გამოიგონეს ტელეგრაფი, ხოლო 1700-იანი წლების დასასრულიდან არსებობდა ხელსაწყო, რომელიც რადიოს წინამორბედად ითვლება და რომელიც შეგყობინებას გადასცემდა ელექტროიმპულსების დახმარებით, მაგრამ არა შორ მანძილზე. მისი გამოყენება შეიძლებოდა, მაგალითად, მხოლოდ ორ ოთახს შორის. საინგერესო იყო ის ფაქტი, რომ ამ ხელსაწყოს მოხმარება ძალიან რთული იყო, თუმცა, სწორედ მისი დახმარებით დაინახეს პრობლემები, რომლებიც რადიოს შექმნამდე უნდა გამოსწორებულიყო.

პარალელურად, გერმანელი მეცნიერი ჰაინრიხ ჰერცი აგარებდა ცდებს, - მან 1887 წლისთვის შექმნა მარტივი გადაცემი და მიმღები, რითაც დაამტკიცა რადიოგაღლების არსებობა, სწორედ ეს აღმოჩენა იქცა რადიომუწყებლობის საფუძვლად.

რამდენიმე წლის შემდეგ გამოიგონებელმა და ინჟინერმა, გულიელმო მარკონმა შეიძინა ხელსაწყოები რადიოგაღლების გამოსაცდელად და 1895 წელს საკმაოდ შორ მანძილზე გააგზავნა საიდუმლო შეგყობინება.

1906 წელს აგლანტის ოკეანის უკაცრიელ ადგილებში რადიო აპარატის მეშვეობით ადამიანის ხმა გაიგონეს. ამის შემდეგ რადიოს გამოყენება გემებზეც დაიწყო: ზღვაში გასულ მებღვაურებს რადიოს საშუალებით შეეძლოთ ერთმანეთთან და ხმელეთზე მყოფებთან დაკავშირება, ასევე სადგურებს შეეძლოთ გაეგოთ, რა სიგუაცია იყო ცენტრალურ სადგურში, თუმცა დიდ მანძილზე შეტყობინების გადასაცემად ჯერ კიდევ ძალიან მძიმე და დიდი აღჭურვილობა იყო საჭირო, რაც პრობლემებს ქმნიდა.

როგორც უკვე ვთქვით, რადიოს გამოგონება საბაზისო მეცნიერების აღმოჩენების შედეგია, რამაც გამოიწვია ის, რომ იმ დროს რადიო არა მედიასაშუალება, არამედ ლაბორატორიული ხელსაწყო იყო, რომელსაც ექსპერიმენტებისთვის იყენებდნენ. ის კერძო საშუალება იყო და საზოგადოების უმეტესობის აღფრთოვანებაც დაიმსახურა, მიუხედავად იმისა, რომ მისი დამოუკიდებლად სახლიდან გამოყენება არავის წარმოედგინა.

ნელ-ნელა რადიო განვითარდა და დაიხვეწა. პირველი მსოფლიო ომის შემდეგ მისი გაყიდვაც დაიწყო, მაგრამ ჯერ კიდევ ფუფუნების საგანს წარმოადგენდა, რის გამოც ზოგი ნაწილებს ყიდულობდა და თავისით აწყობდა მიმღებს. ხაზგასასმელია ის ფაქტიც, რომ რადიო ამ დროისთვის ჯერ კიდევ მძიმე და დიდი ხელსაწყო იყო, რაც რადიომუწყებლობის დამკვიდრებას აფერხებდა. საბოლოო მიზანს მცირე ზომის რადიოს წარმოება წარმოადგენდა, რომლის მოხმარებაც ყველასთვის შესაძლებელი იქნებოდა.

1916 დევიდ სერნოფი, რომელიც შემდგომ ძალიან წარმატებული ბიზნესმენი და ასევე, გიგანტის რადიოოპერატორი გახდა, მარკონის ოფისში მივიდა იდეით, რადიო ერთ-ერთ მედიასაშუალებად ქცეულიყო - მას ჰქონდა გეგმა, როგორ შეიძლებოდა რადიოს მეშვეობით ადამიანებს მოესმინათ მუსიკისთვის, გაცნობობდნენ ახალ ამბებს და სხვ. სერნოფმა წარადგინა ახლებული რადიოს ფორმასაც - მუსიკალური ყუთის მსგავსი, რომელსაც დამატებითი დილაკები ექნებოდა და იმდენად მარტივად გამოსაყენებელი და კომპაქტური იქნებოდა, რომ ნებისმიერ ადამიანს შეეძლებოდა სახლში დაედგა. დევიდის აზრით, თუ ასეთ ათასობით აპარატს შექმნიდნენ და გაყიდდნენ, დიდ წარმატებას მიაღწევდნენ, თუმცა მისი იდეა აბსურდად ჩათვალეს და უარყვეს, რის შემდეგაც სერნოფმა

თავისი იდეის განხორციელება სხვა კომპანიის - Radio corporation of america -ის მეშვეობით შეძლო და დიდი როლიც შეასრულა რადიოს პოპულარიზაციაში.

### რადიომაუწყებლობა

პიგსბურგში 1920 წელს ინჟინერმა ფრენკ კონრადმა თავისივე სახლში დაიწყო რადიო მაუწყებლობა. მან გადამცემი ავტოფარეხის თავზე ააგო. კონრადს თავისი გადაცემა ჰქონდა, რომელიც ეთერში კვირაში ორჯერ გადიოდა და რომელმაც ძალიან დიდი გამოხმაურება გამოიწვია, სწორედ ამის გამო, კომპანიამ, რომელშიც ფრენკი მუშაობდა, Westing house corporation-მა გადაწყვიტა რადიოსადგური აეგოთ. ა.შ.შ.-ს 29-ე პრეზიდენტის, უორენ გ. ჰარდინგის, გამარჯვება ასეულობით ათასმა ადამიანმა სწორედ ამ რადიოსადგურის საშუალებით შეიგყო, კომპანიამ კი წარმატებას მიაღწია. მოვლენა რადიოს ისტორიისთვის გარდამტეხი აღმოჩნდა, რადგან ამის შემდეგ რადიომიმღებებით ვაჭრობა ძალიან პოპულარული გახდა. ფრენკ კონრადის ავტოფარეხის თავზე დამაგრებულმა გადამცემმა საბოლოოდ ა.შ.შ.-ს უძველესი რადიო KDKA-ის შექმნა გამოიწვია, რომელიც დღემდე არსებობს.

### რადიოს ოქროს ხანა

1930-41 წლებში, ამერიკის მეორე მსოფლიო ომში ჩართვამდე, რადიო მსოფლიო მნიშვნელობის მედიასაშუალება გახდა. ომითა და დიდი დეპრესიით გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისით დაგანჯულ ადამიანებს რადიო აწვდიდა სიახლეებსა და გასართობ გადაცემებს, რის გამოც ის ძალიან მოთხოვნადი იყო და ამ პერიოდს რადიოს „ოქროს ხანა“ ეწოდება, რომელიც ტელევიზიის გამოჩენამდე გაგრძელდა. რადიომ ომის დასრულების შემდეგ მხოლოდ ხუთი წელი შეინარჩუნა მთავარი მედიასაშუალების სტატუსი. ტელევიზიამ, რომელმაც მაყურებელს ვიზუალური ელემენტების შესთავაზა, მალე მოახერხა რადიოს მსმენელების ყურადღების მიზიდვა.

მიუხედავად ამისა, რადიო მსმენელთათვის მრავალფეროვანი კონტენტის შეთავაზების გზით მაინც ახერხებდა დარჩენილიყო მოთხოვნადად კიდეც რამდენიმე ათეული წლის განმავლობაში. იმ დროს ითვლებოდა, რომ სწორედ ახლა იწყებდა რადიო აყვავებას, მაგრამ მალევე იგი მორიგი, ამჯერად უფრო რთული დაბრკოლების წინაშე აღმოჩნდა – ადამიანების ცხოვრებაში ინტერნეტის გამოჩენამ სიგუაცია სრულიად შეცვალა. ჯერ კიდევ 1960-იან წლებში დევიდ სარნოფი, პირველი რადიოკომპანია (მარკონის) წევრი აღიარებდა, რომ გრადიციული რადიო მხოლოდ იმ შემთხვევაში შეძლებდა გადარჩენას, თუ თანამედროვე გამოწვევებს – როგორცაა პერსონალური კომპიუტერისა თუ ინტერნეტის გამოჩენას გაუმკლავდებოდა.

### რადიოს მნიშვნელობა 21-ე საუკუნეში

ინტერნეტის განვითარებასთან ერთად, რადიომაუწყებლობა დღითიდღე იცვლება და ვითარდება, მაგრამ იმაზე, რომ რადიო ჯერ კიდევ მნიშვნელოვანი მედიასაშუალებაა, მოწმობს ის ფაქტი, რომ სხვადასხვა ქვეყანაში დღემდე ცდილობენ მისი სიგნალის ჩახშობას, რათა ადამიანებამდე ინფორმაცია ვერ მიიგანონ, მაგალითად, ბოლო წლებში მსგავსი ფაქტები მომხდარა ჩინეთსა და სომალში. ამასთან, 2010 წელს სომალში მოკლეს სამი ჟურნალისტი მხოლოდ საკუთარი პროფესიის გამო და სამივე მათგანი რადიომაუწყებლისთვის მუშაობდა, რითაც მგვიცდება, რომ რადიოს 21-ე საუკუნეშიც დიდი გავლენა აქვს საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებაზე და მათ ჟურნალისტებზე თავდასხმები დღესაც ხდება, განსაკუთრებით აზიისა და აფრიკის ქვეყნებში, მსგავსი ფაქტები ჩინეთისა და სომალის გარდა დაფიქსირდა ინდონეზიაში, ვიეტნამში და სხვ.

გრადიციული რადიო არ გამქრალა, ის არსებობს როგორც სხვა ქვეყნებში, ასევე საქართველოში. მეტიც: საქართველოში რადიო უფრო მეტად გრადიციული სახით არის დამკვირდებული, რაც უფრო პოპულარულია იმ ადამიანებისთვის, რომლებსაც გრანსპორტით უწევთ მოძრაობა, მაგალითად, ტაქსის მძღოლებისთვის. ამის დასტურად შეგვიძლია მოვიყვანოთ მაგალითად ჩვენ მიერ გამოკითხული ტაქსის მძღოლების აზრი. გამოკითხული ოცი მძღოლის უმეტესობის (ჩვიდმეცის) აზრით, რადიო მგზავრობისას დიდ კომფორტს ქმნის

და გასართობი გადაცემების გარდა, მათ ქვეყანაში მიმდინარე მოვლენების შესახებ ახალ ინფორმაციას აწვდის.

„აიფიემ მარკეტ ინტელიჯენს კაუკასუსმა“ 2019 წელს საქართველოს შვიდ ქალაქში ჩაატარა გამოკითხვა. სულ გამოიკითხა 1300 ადამიანი და გაირკვა, რომ გამოკითხულთა 44 პროცენტი უსმენს რადიოს, თუმცა, რადიოს მსმენელთა ნახევარს 25 წლიდან 44 წლამდე ადამიანები შეადგენენ.

შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ 25 წლამდე ადამიანებისთვის უფრო საინტერესოა ახალი მედია. რაც შეეხება ახალ მედიას და რადიოს იმ სახეებს, რომლებიც პირდაპირ დაკავშირებულია მასთან: მთელ მსოფლიოში უფრო და უფრო პოპულარული ხდება რადიოს ინტერაქციული ფორმა. მაგალითად, მობილური აპლიკაცია „ქლაბჰაუმი“, რომელიც მომხმარებელს საშუალებას აძლევს მსოფლიოს ნებისმიერი კუთხიდან მათთვის საინტერესო თემებზე ესაუბროს საერთო ინტერესების მქონე ადამიანებს. „ქლაბჰაუმი“ იმით ჰგავს რადიოს, რომ მოსაუბრეები ერთმანეთს ვერ ხედავენ, – ესმით მხოლოდ ხმა, რაც ბევრისთვის ძალიან კომფორტულია. სწორედ „ქლაბჰაუმის“ მსგავსი ფუნქციის დამატება შედის სოციალური ქსელის „ფეისბუქის“ გეგმებში და ასეთივე ფუნქცია ე.წ. „სივრცეები“ დაემატა „ტვიტერს“, რაც გვაფიქრებინებს იმას, რომ მოთხოვნა დიდია: გამოსახულების გარეშე საუბარი ბევრისთვის მისაღები იდეაა.

### რადიოს მომავალი

ჩვენთვის საინტერესო იყო თავად რადიოჟურნალისტების ამრის მოსმენაც, სწორედ ამ მიზეზით გამოვკითხეთ სამოგადოებრივი მაუწყებლის რადიოს (საქართველოს რადიო) თანამშრომლები. საქართველოს რადიოს ყოფილი ჟურნალისტის, მაკა არჩენიშვილის ამრით, რადიოში მუშაობა უფრო რთულია, ვიდრე ტელევიზიაში, რადგან ადამიანებისთვის ინფორმაციის მისაწოდებლად მხოლოდ გექსტი გაქვს კადრის გარეშე, თუმცა სწორედ ეს შეიძლება ჩაითვალოს რადიოს დადებით მხარედაც – „მოკლედ და ოპერატიულად იღებ რადიოდან ინფორმაციას. გზაში ხარ, რა ხდება გაინტერესებს, ჩართავ და ამ ყველაფერს 5-10 წუთში მოისმენ“. რაც შეეხება რადიოს მომავალს, მაკას თქმით, რადიოს, როგორც ყველაფერ დანარჩენს, განვითარება სჭირდება. იგი ამბობს: „თუ ფეხი არ აუწყო (რადიომ)



თანამედროვე გამოწვევებს, რა თქმა უნდა, გაუჭირდება თავისი ნიშის შენარჩუნება, ამიგომ, წლების შემდეგ შეინარჩუნებს თუ არა რადიო აქტუალურობას, დამოკიდებულია მისი განვითარების მეთოდებზე.“

საქართველოს რადიოს საინფორმაციოს წამყვანისა და კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტის ლექტორის, სოფიო კიკვაძის აზრით, რადიოს აქვს ის, რასაც სხვა ვერც ერთ მედიასაშუალებაში იპოვი - „რადიო და მსმენელი თვალის გარეშე, ხმით გრძნობენ ერთმანეთს და ეს გრძნობა, როგორც ჩვენ, „რადიოს უხილავი წამყვანები“ ვფიქრობთ -სიყვარულია.“ - ამბობს ის. რაც შეეხება იმას, როგორ ხელავს იგი რადიოს მომავალს, სოფიო ამბობს: „მჯერა, რადიო სულ ილაპარაკებს. რადიო მუდამ დარჩება გრადიციული მედიის ყველაზე „მოლაპარაკე“ საშუალებად. კითხვაზე, თუ რა გავლენა მოახდინა ტექნოლოგიების განვითარებამ მის სფეროზე და რაში ხელავს იგი გამოსავალს, სოფიო გვპასუხობს: „21-ე საუკუნეში ერთი მხრივ, ინტერნეტმა, თითქოს ჩაყლაპა ყველა სხვა დანარჩენი გრადიციული მედია, მათ შორის - რადიო, თუმცა, მალევე, თავის თავში, გააერთიანა ამ მედიებისთვის დამახასიათებელი მნიშვნელოვანი შტრიხები. ასე რომ ხმა, რომელიც ამბის გადმოცემისთვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი და ძლიერი აგრიბუგია, პოლკასტად დაუბრუნდა მსმენელს. თითქოს ყველაზე მოლაპარაკე მედიას ჯადოსნური ელექსირი დააღვინეს და რადიოს ახალი სიცოცხლე გაუჩნდა.“ მისი აზრით, ამან მსმენელსა და ჟურნალისტს შორის კომუნიკაციაც გააადვილა და უფრო გულწრფელი გახდა, რადგან შეგიძლია უბრალოდ ჩართო ტელეფონი და ხმის ჩაწერა დაიწყო. თავად სოფიოც ახლა მაგისტრანტებთან სწორედ პოლკასტებზე მუშაობს, რასაც ყველაზე საინტერესო პროექტს უწოდებს, რაც ბოლო დროს გაუკეთებია.

სამოგალოებრივი მაუწყებლის ჟურნალისტების მოსაზრებებზე დაყრდნობით, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ რადიოში მომუშავე ადამიანები კარგად იაზრებენ იმ საფრთხეებს, რომლებიც შეიძლება მათ სფეროს ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად დაემუქროს და სწორედ ამიგომ გამოსავალს ამ საშიშროების შესაძლებლობად გადაქცევაში ხელავენ, ისინი თავადაც ახალ რამეებს ცდიან და სწავლობენ, მუდმივად ვითარდებიან და მუსტად ამაში ხელავენ რადიოს მომავალსაც.

„რადიო თავისუფლების“ რეპორტიორის, ნინო თარხნიშვილის გამოცდილება არაფრით ჰგავს დანარჩენი ორი რესპოდენტისას - მას კლასიკურ რადიოში მუშაობისა და გადაცემის წაყვანის მხოლოდ მცირეხნიანი გამოცდილება აქვს და მაშინ, როდესაც პირველი რესპოდენტი, მაკა, თვლის, რომ ტელევიზიაში მუშაობა გაცილებით კომფორტულია იმის გამო, რომ აქ კადრის გამოყენება შეგიძლია, ნინოს თქმით, რომელიც რადიო თავისუფლების გვერდისა და საიტის ვიდეო, აუდიო და წერილობით მასალებზე მუშაობს, ტელევიზიისგან განსხვავებით, სადაც ძირითადად ყოველდღიური სიახლეების გაშუქება გიწევს და მხოლოდ მცირე დრო გაქვს გამოყოფილი, რადიოს პლატფორმა უფრო მეტ თავისუფლებას განიჭებს. ნინოს აზრით, რადიო თავისუფლება ახერხებს ერთ-ერთ ყველაზე სანდო მედიად დარჩეს და მსმენელსა თუ მკითხველს მუდმივი სიახლეები შესთავაზოს - ვიდეოების, სტატიების, პოდკასტების და სხვ. მეშვეობით. მისი აზრით, შეუძლებელია რადიო გაქრეს, თუმცა, გარდაუვალია ცვლილება არ განიცადოს, რადგან სხვა შემთხვევაში იგი საზოგადოებისთვის მოთხოვნადი ვეღარ იქნება, მით უფრო მაშინ, როდესაც ღღეს ადამიანს ინფორმაციის მარტივად, სწრაფად და საინტერესოდ მიღება უნდა.

ნინოს გამოცდილებაზე დაყრდნობით, შეიძლება ითქვას, რომ რაღაც მხრივ, რადიომ ტელევიზიას აჯობა კიდევ - მან ჟურნალისტებს ბევრად მეტის გაკეთებისა და თქმის საშუალება მისცა, ნინოს თქმით, ვიდეოები, რომლებზეც მუშაობს, ძირითადად კონკრეტულ მნიშვნელოვან თემას ეხება, რომელსაც ღრმად და საფუძვლიანად განიხილავენ, რის შესაძლებლობაც ტელევიზიაში არ ექნებოდა და რის გამოც იქ მუშაობაზე არასოდეს უფიქრია.

ამ ყველაფრიდან გამომდინარე, ვფიქრობთ, რომ რადიო კვლავ ინარჩუნებს თავის მნიშვნელობას, მაგრამ გრადიციული რადიო აღარაა იმდენად მოთხოვნადი და მას ძირითადად შედარებით უფროსი თაობის წარმომადგენლები უსმენენ. სამაგიეროდ, ჯერ კიდევ აქტუალურია თანამედროვე რადიო, რომელიც ერწყმის ახალ მედიას და საშუალებას აძლევს მომხმარებელს, რომ მსმენელის გარდა მოსაუბრეც იყოს. რადიოს მომავალს ჩვენც სწორედ აქ ვხედავთ და პოზიტიურად ვუყურებთ მას : ვფიქრობთ, რომ რადიოს არამხოლოდ „გადარჩენა“, არამედ მისი მოთხოვნადობის გაზრდა და კიდევ უფრო საინტერესო მედიასაშუალებად ქცევა შეიძლება, რომელიც არამხოლოდ ასაკოვანი ადამიანებისათვის ან

გრანსპორტის მგზავრებისთვის იქნება განკუთვნილი, არამედ ახალი თაობისა და სხვადასხვა კატეგორიისა და ინტერესების მქონე ადამიანებისთვის.

### ბიბლიოგრაფია

1. ვივიენი ჯონ, მას. კომუნიკაცია, თბილისი, 2013, მეცამეტე გამოცემა
2. <https://www.ipm.ge/index.php/ka/%E1%83%A1%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%AE%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98/186-%E1%83%9B%E1%83%A1%E1%83%9B%E1%83%94%E1%83%9C%E1%83%94%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98-%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%93%E1%83%98%E1%83%9D%E1%83%A1-%E1%83%A7%E1%83%95%E1%83%94%E1%83%9A%E1%83%90%E1%83%96%E1%83%94-%E1%83%AE%E1%83%A8%E1%83%98%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%93,-%E1%83%93%E1%83%98%E1%83%9A%E1%83%98%E1%83%A1-9-10-%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%90%E1%83%97%E1%83%96%E1%83%94-%E1%83%A0%E1%83%97%E1%83%90%E1%83%95%E1%83%94%E1%83%9C>
3. [Is radio dying?. Listeners are abandoning radio and... | by katherineluck | Medium  
https://www.uvm.edu/~tstreete/Courses/Soc43/pages/lecture\\_radio.html](https://www.uvm.edu/~tstreete/Courses/Soc43/pages/lecture_radio.html)
4. [Future of Radio \(ofcom.org.uk\)](http://www.ofcom.gov.uk)
5. [https://www.cjfe.org/the\\_importance\\_of\\_radio\\_in\\_the\\_21st\\_centur](https://www.cjfe.org/the_importance_of_radio_in_the_21st_centur)  
[Microsoft Word - Paradigm Shift FINAL DRAFT 08.29.2017 v2 FORMATTED V2.docx](#)  
[\(musonomics.com\)](http://www.musonomics.com)
6. [Welcome to the Future of Radio \(leightonbroadcasting.com\)](http://www.leightonbroadcasting.com)