აუდიოჟურნალისტიკის ციფრული ტრანსფორმაცია საქართველოში: პოდკასტინგი, როგორც ახალი მედია ფორმატი

„ნიკოს პოდკასტი“ (შემთხვევის შესწავლა)

DIGITAL TRANSFORMATION OF AUDIO JOURNALISM IN GEORGIA: PODCASTING AS A NEW MEDIA FORMAT

“NIKO’S PODCAST” AS A CASE STUDY

ნათია სვანიძე
ასოცირებული პროფესორი
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
Natia Svanidze
Associate Professor
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University
Email: natia.svanidze@tsu.ge
ORCID: 0000-0003-2626-9975

აბსტრაქტი

ციფრული ტექნოლოგიების უწყვეტმა განვითარებამ მნიშვნელოვნად შეცვალა მედიაშინაარსის შექმნის, გავრცელებისა და მოხმარების ფორმები, რამაც ჟურნალისტური საქმიანობის ახალი და ინოვაციური ფორმატების ჩამოყალიბებას შეუწყო ხელი. ამ ინოვაციებს შორის განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს პოდკასტინგს, რომელიც ციფრული აუდიომედიის ერთ-ერთ გავლენიან ფორმად ჩამოყალიბდა და შექმნა ახალი შესაძლებლობები როგორც ამბის თხრობის, ისე აუდიტორიასთან ურთიერთობისა და მედია-კონტენტზე ხელმისაწვდომობის მიმართულებით.

ნაშრომი მიმოიხილავს პოდკასტინგის განვითარების ძირითად ტენდენციებს და მის როლს აუდიოჟურნალისტიკის ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესში საქართველოში. კვლევა განსაკუთრებულ ყურადღებას ამახვილებს „ნიკოს პოდკასტზე“, როგორც ერთ-ერთ პირველ ქართულ ჟურნალისტურ პოდკასტზე, რომელმაც მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა საქართველოში პოდკასტინგის პოპულარიზაციასა და ახალი მედია ფორმატის დამკვიდრებაში.

თვისებრივი შემთხვევის შესწავლის (Case Study) მეთოდის გამოყენებით, კვლევა აანალიზებს „ნიკოს პოდკასტს“, რომელიც შერჩეულია მისი ხანგრძლივი ფუნქციონირების, თემატური მრავალფეროვნების, სტაბილური აუდიტორიისა და ქართული ჟურნალისტური

პოდკასტინგის განვითარების პროცესში მისი მნიშვნელობის გათვალისწინებით. ანალიზი ფოკუსირებულია პოდკასტის შინაარსობრივ მახასიათებლებზე, თემატურ მიმართულებებზე, ამბის თხრობის ფორმებზე და აუდიტორიასთან ურთიერთობის პრაქტიკებზე.

კვლევის შედეგები აჩვენებს, რომ პოდკასტინგი მხოლოდ ტექნოლოგიური სიახლე არ არის; იგი ჟურნალისტური კომუნიკაციის ტრანსფორმაციასაც წარმოადგენს, რომელიც უზრუნველყოფს მეტ მოქნილობას, საზოგადოებრივი საკითხების უფრო სიღრმისეულ განხილვას და აუდიტორიასთან უფრო უშუალო ურთიერთობას. „ნიკოს პოდკასტი“ წარმოაჩენს, თუ როგორ შეიძლება ტრადიციული ჟურნალისტური ღირებულებებისა და ციფრული მედიის შესაძლებლობების სინთეზმა თანამედროვე აუდიტორიის მოთხოვნებს ახალი ფორმით უპასუხოს.

საკვანძო სიტყვები: პოდკასტინგი, აუდიოჟურნალისტიკა, ციფრული მედია, ნიკოს პოდკასტი.

Abstract

The continuous development of digital technologies has significantly transformed the ways in which media content is produced, distributed, and consumed, contributing to the emergence of new and innovative forms of journalism. Among these innovations, podcasting occupies a particularly important place. It has developed into one of the most influential forms of digital audio media, creating new opportunities for storytelling, audience engagement, and access to media content.

This paper reviews the main trends in the development of podcasting and examines its role in the digital transformation of audio journalism in Georgia. Particular attention is devoted to “Niko’s Podcast”, one of the first Georgian journalistic podcasts, which has made a significant contribution to the popularisation of podcasting and the establishment of this new media format in Georgia.

Using a qualitative case study approach, the research analyses “Niko’s Podcast”, selected on the basis of its longevity, thematic diversity, stable audience, and significance in the development of Georgian journalistic podcasting. The analysis focuses on the podcast’s content characteristics, thematic areas, storytelling techniques, distribution channels, and audience engagement practices.

The findings demonstrate that podcasting is not merely a technological innovation; it also represents a transformation in journalistic communication, providing greater flexibility, enabling more in-depth discussion of issues of public interest, and facilitating more direct engagement with audiences. “Niko’s Podcast” illustrates how the combination of traditional journalistic values and the opportunities offered by digital media can respond to the needs of contemporary audiences in new ways.

Keywords: Podcasting, Audio Journalism, Digital Media, Niko’s Podcast.

შესავალი

ციფრული ტექნოლოგიების განვითარებამ მნიშვნელოვნად შეცვალა არა მხოლოდ მედიაშინაარსის შექმნისა და გავრცელების გზები, არამედ აუდიტორიის მიერ ინფორმაციის მიღებისა და მოხმარების პრაქტიკაც. ეს ცვლილება განსაკუთრებით თვალსაჩინოა აუდიომედიის სფეროში, სადაც ტრადიციულ რადიომაუწყებლობასთან ერთად ჩამოყალიბდა მოთხოვნაზე დაფუძნებული, მრავალპლატფორმიანი და აუდიტორიის ინტერესებზე მეტად მორგებული ფორმატი, პოდკასტი.

პოდკასტინგის ისტორია დაკავშირებულია 2000-იანი წლების დასაწყისში ინტერნეტის, ციფრული აუდიოფაილებისა და RSS ტექნოლოგიის განვითარებასთან. RSS არხში აუდიოფაილების ინტეგრირებამ შესაძლებელი გახადა ახალი ეპიზოდების ავტომატურად გავრცელება და მომხმარებლის მიერ მათი გამოწერა. 2003 წელს პროგრამული უზრუნველყოფის დეველოპერმა დეივ უაინერმა აუდიო RSS არხი შექმნა ჟურნალისტ და რადიოწამყვან კრისტოფერ ლიდონისთვის, ხოლო 2004 წელს უაინერისა და ადამ ქარის თანამშრომლობამ ინტერნეტში განთავსებული აუდიომასალის პორტატიულ მოწყობილობებზე ავტომატურად ჩამოტვირთვას შეუწყო ხელი. სწორედ ამ ტექნოლოგიურმა შესაძლებლობებმა შექმნა პოდკასტინგის, როგორც დამოუკიდებელი მედიის, განვითარების საფუძველი.

ტერმინი „პოდკასტი“ პირველად 2004 წელს დამკვიდრდა და სიტყვების „iPod“ და „Broadcast“ (მაუწყებლობა), შერწყმით შეიქმნა. ამავე პერიოდში პოდკასტინგი ჯერ კიდევ განიხილებოდა როგორც ინტერნეტში განთავსებული თვითნაკეთი რადიო, რომლის გადმოწერა და სასურველ დროს მოსმენა იყო შესაძლებელი. 2005 წელს პოდკასტების გამოწერის ფუნქციის iTunes-ში ინტეგრაციამ ფორმატს გაცილებით ფართო აუდიტორიასთან წვდომის შესაძლებლობა მისცა.

რიჩარდ ბერი ნაშრომში „პოდკასტინგის ევოლუცია და მისი კავშირი რადიოსთან“ პოდკასტისა და რადიოს ურთიერთმიმართებას განიხილავს და სვამს კითხვას, რამდენად მართებულია პოდკასტინგის რადიოსთან გაიგივება. ავტორის შეფასებით, მიუხედავად იმისა, რომ ამ ორ მედიაფორმატს ტექნოლოგიური თვალსაზრისით ბევრი საერთო აქვს, მათ შორის არსებული კავშირი სრულ იდენტურობას არ გულისხმობს. პოდკასტინგის ერთ-ერთი განმასხვავებელი მახასიათებელი მისი თვითრეგულირებადი ბუნებაა: იგი შეიძლება ერთდროულად გათვლილი იყოს როგორც ფართო, ისე ვიწრო და კონკრეტული ინტერესების მქონე აუდიტორიაზე. სწორედ ამიტომ ბერი არ იზიარებს მოსაზრებას, რომ პოდკასტი მხოლოდ რადიოს მომავალი ფორმაა. მისი აზრით, მსმენელთა განსხვავებული ჯგუფების, გავრცელების თავისებურებებისა და კონტენტის შექმნის მეტი თავისუფლების გათვალისწინებით, პოდკასტინგი დამოუკიდებელ მედიაფენომენად უნდა განვიხილოთ და არა ტრადიციული რადიოს უბრალო გაგრძელებად (Berry, 2016).

მართალია, პოდკასტინგმა რადიოსგან ბევრი გამომსახველობითი და პროფესიული ელემენტი გადაიღო, მათ შორის ხმა, მეტყველება, ინტერვიუ, მუსიკა, ხმოვანი ეფექტები და მონტაჟი, თუმცა ამ ორ ფორმატს შორის არსებითი განსხვავებებიც არსებობს.

ტრადიციული რადიო, უპირველესად, ხაზობრივი მაუწყებლობის პრინციპს ეფუძნება. მისი პროგრამა წინასწარ განსაზღვრული განრიგის მიხედვით გადაიცემა და მსმენელი კონკრეტულ დროს უერთდება ეთერს. პოდკასტი კი მოთხოვნაზე დაფუძნებული აუდიოფორმატია. მსმენელი თავად ირჩევს, რას მოუსმინოს, როდის დაიწყოს ან შეწყვიტოს მოსმენა და რომელ მოწყობილობასა თუ პლატფორმაზე მიიღოს მისთვის საინტერესო შინაარსი. პოდკასტის ტრადიციული რადიოსგან ერთ-ერთ ძირითად განმასხვავებელ ნიშნად სწორედ მოქნილი და მოთხოვნაზე დაფუძნებული მოხმარება სახელდება.

განსხვავებულია აუდიტორიის მასშტაბი და მისი ფორმირების პრინციპიც. რადიომაუწყებლობა, როგორც წესი, ცდილობს ფართო და მრავალფეროვანი აუდიტორიის მოზიდვას, ხოლო პოდკასტი ხშირად მიმართულია განსაზღვრული ინტერესის, თემის ან იდენტობის გარშემო გაერთიანებული აუდიტორიისკენ. სწორედ ამიტომ პოდკასტინგში შესაძლებელი ხდება ისეთი ნიშური საკითხების განხილვაც, რომლებსაც ტრადიციული საეთერო პროგრამა შესაძლოა ნაკლებ დროს უთმობდეს.

რადიოში პროგრამის ხანგრძლივობა და სტრუქტურა, ჩვეულებრივ, საეთერო ბადის მოთხოვნებით არის განსაზღვრული. პოდკასტში კი ავტორს მეტი თავისუფლება აქვს ეპიზოდის ხანგრძლივობის, პერიოდულობის, სტრუქტურისა და თხრობის სტილის არჩევისას. მას შეუძლია ერთ საკითხს ვრცელი ეპიზოდი დაუთმოს, გამოიყენოს მონოლოგი, ინტერვიუ, დიალოგი, დოკუმენტური თხრობა ან ამ ფორმების კომბინაცია.

მიუხედავად ფორმატის მზარდი აქტუალობისა, ქართულ მედიასივრცეში პოდკასტინგის განვითარება ჯერ კიდევ არასაკმარისად არის შესწავლილი. განსაკუთრებით შეზღუდულია ქართულენოვანი აკადემიური ლიტერატურა, რომელიც ჟურნალისტური პოდკასტის ფორმატულ, ნარატიულ, ტექნოლოგიურ და კომუნიკაციურ თავისებურებებს განიხილავს. პრობლემას ართულებს თავად ტერმინ „პოდკასტის“ არაერთგვაროვანი გამოყენებაც. ქართულ მედიაპრაქტიკაში იგი შეიძლება აღნიშნავდეს როგორც სპეციალურად ციფრული პლატფორმებისთვის შექმნილ აუდიოპროდუქტს, ისე რადიოგადაცემის ჩანაწერს, ინტერნეტრადიოს ან ვიდეოინტერვიუს. შესაბამისად, აქტუალურია იმის განსაზღვრა, რა განასხვავებს პოდკასტს ტრადიციული რადიომაუწყებლობისგან და როგორ გარდაქმნის იგი ჟურნალისტური აუდიოკონტენტის წარმოებისა და მოხმარების პრაქტიკას.

ბოლო წლებში პოდკასტინგი მედიისა და ჟურნალისტიკის კვლევის დამოუკიდებელ და ინტერდისციპლინურ მიმართულებად ჩამოყალიბდა. თანამედროვე სამეცნიერო ლიტერატურა პოდკასტს განიხილავს არა მხოლოდ აუდიომასალის გავრცელების ტექნოლოგიურ საშუალებად, არამედ სპეციფიკური ნარატიული სტრუქტურის, აუდიტორიასთან ინტიმური ურთიერთობისა და საზოგადოებრივი ფუნქციის მქონე ციფრულ მედიაფორმატად. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ის კვლევები, რომლებიც ჟურნალისტური პოდკასტის თეორიულ საფუძვლებს, პროფესიულ სტანდარტებს, შესაძლებლობებს და ეთიკურ გამოწვევებს შეისწავლის.

პოდკასტინგის როლზე თანამედროვე ჟურნალისტიკაში საუბრობს ნეჰა აგრავალი სტატიაში „ჟურნალისტიკა და პოდკასტინგი: ახალი საზღვრები ამბის თხრობასა და

ინფორმაციის გავრცელებაში“, რომელიც 2023 წელს „Cyberjournalist“-ზე გამოქვეყნდა. ავტორის აზრით, ფორმატი, რომელიც თავდაპირველად მეტწილად გასართობ საშუალებად აღიქმებოდა, დროთა განმავლობაში ჟურნალისტური საქმიანობის მნიშვნელოვან ინსტრუმენტად ჩამოყალიბდა. დღეს მას აქტიურად იყენებენ როგორც მსხვილი მედიაორგანიზაციები, ისე დამოუკიდებელი ჟურნალისტები (Agrawal,2023).

აგრავალი პოდკასტინგის ერთ-ერთ მთავარ უპირატესობად ამბის სიღრმისეულად თხრობის შესაძლებლობას მიიჩნევს. ტრადიციული საინფორმაციო მედია ხშირად ორიენტირებულია მოვლენების სწრაფად და ოპერატიულად გაშუქებაზე, მაშინ როდესაც პოდკასტი საკითხის დეტალური განხილვის, კონტექსტის წარმოჩენისა და რთული თემების ფართოდ გაანალიზების საშუალებას იძლევა. ამგვარი თხრობა მსმენელს ეხმარება, უკეთ გაიაზროს საკითხის არსი და შეამჩნიოს ისეთი მნიშვნელოვანი დეტალები, რომლებიც სწრაფი საინფორმაციო გამოშვებების პირობებში ხშირად ყურადღების მიღმა რჩება (Agrawal,2023).

აღნიშნული მიდგომა რელევანტურია „ნიკოს პოდკასტის“ შემთხვევაშიც, სადაც თემების განხილვა, როგორც წესი, არ შემოიფარგლება კონკრეტული მოვლენის ან ფაქტის მოკლე გადმოცემით. ხანგრძლივი საუბრის ფორმატი ავტორსა და სტუმრებს შესაძლებლობას აძლევს, განიხილონ საკითხის წინაპირობები, სხვადასხვა პერსპექტივა და უფრო ფართო სოციალური თუ საზოგადოებრივი კონტექსტი. შესაბამისად, „ნიკოს პოდკასტის“ მაგალითი აჩვენებს, როგორ შეიძლება პოდკასტის ფორმატმა შექმნას სივრცე საკითხების იმგვარი მრავალმხრივი განხილვისთვის, რომლის შესაძლებლობაც ტრადიციული მედიის დროით შეზღუდულ ფორმატებში შედარებით ნაკლებია.

აგრავალი პოდკასტინგს ჟურნალისტიკის დემოკრატიზაციის პროცესსაც უკავშირებს. მისი შეფასებით, ამ პლატფორმამ საჯარო სივრცე გაუხსნა იმ ადამიანებსა და საზოგადოებრივ ჯგუფებს, რომელთა გამოცდილება და პერსპექტივა ტრადიციულ მედიაში ხშირად სათანადოდ არ აისახებოდა. ამასთანავე, პოდკასტის უშუალო და პერსონალიზებული ხასიათი ჟურნალისტსა და აუდიტორიას შორის უფრო მჭიდრო ურთიერთობას აყალიბებს. ასეთი კომუნიკაცია შეიძლება ხელს უწყობდეს მსმენელთა ნდობისა და ერთგულების ზრდას, რაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მედიისადმი საზოგადოებრივი სკეპტიციზმის პირობებში. შესაბამისად, აგრავალი პოდკასტინგს არა მხოლოდ ტექნოლოგიურ სიახლედ, არამედ მედიასა და საზოგადოებას შორის ურთიერთობის განვითარების ახალ ეტაპად განიხილავს (Agrawal, 2023).

პოდკასტისთვის დამახასიათებელი პერსონალიზებული კომუნიკაცია განსაკუთრებით საინტერესოა „ნიკოს პოდკასტის“ ანალიზისას. წამყვანის თავისუფალი საუბრის სტილი, სტუმრებთან არაფორმალური კომუნიკაცია და სასაუბრო ენის აქტიური გამოყენება აუდიტორიასთან უშუალობის განცდის ჩამოყალიბებას ემსახურება. ამ კონტექსტში მნიშვნელოვანია ასევე ჟარგონის, სლენგის, უცხოენოვანი სიტყვებისა და ზოგ შემთხვევაში არაკადემიური ლექსიკის გამოყენება. მსგავსი ენობრივი არჩევანი ტრადიციული ჟურნალისტური მეტყველებისგან განსხვავებულ საკომუნიკაციო გარემოს ქმნის და ხაზს

უსვამს ავტორის ინდივიდუალურ ხმას. ამავე დროს, სწორედ ეს თავისუფლება აჩენს კითხვას ჟურნალისტურ და ეთიკურ საზღვრებთან დაკავშირებით, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც პოდკასტი საზოგადოებრივად მნიშვნელოვან საკითხებს განიხილავს.

პოდკასტინგის ჟურნალისტურ შესაძლებლობებსა და მასთან დაკავშირებულ სირთულეებზე ყურადღებას ამახვილებს ჯეიმს დევიტიც სტატიაში „როგორ დაეხმარა პოდკასტინგი საგამოძიებო ჟურნალისტებს ცნობისმოყვარეობის მსმენელისთვის გაზიარებაში“. ნაშრომში წარმოდგენილია ინტერვიუ ელენ ჰორნისთან, რომელიც კარტერის ჟურნალისტიკის ინსტიტუტის პოდკასტინგისა და აუდიორეპორტინგის ახალი პროგრამის ხელმძღვანელია. ჰორნი მიუთითებს „Axios“-ის მიერ 2023 წელს გავრცელებულ მონაცემზე, რომლის მიხედვითაც ამერიკელთა ერთი მესამედი პოდკასტებს ინფორმაციის სხვა წყაროებზე მეტად ენდობა. ამავე დროს, საზოგადოების გარკვეული ნაწილი მიიჩნევს, რომ პოდკასტერები ხშირად მკაფიოდ არ განასხვავებენ ფაქტსა და პირად მოსაზრებას. ჰორნის შეფასებით, აღნიშნული გარემოება მედიასაშუალებებისთვის მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს და პოდკასტების წარმოებისას ჟურნალისტური სტანდარტების დაცვას განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებს. (Devitt, 2023)

ფაქტისა და მოსაზრების გამიჯვნის საკითხი „ნიკოს პოდკასტის“ შემთხვევაშიც მნიშვნელოვანია. პერსონალიზებული ფორმატი წამყვანს აძლევს შესაძლებლობას, არა მხოლოდ შეკითხვები დასვას, არამედ თავადაც ჩაერთოს მსჯელობაში, გამოხატოს დამოკიდებულება და საკუთარი ინტერპრეტაცია შესთავაზოს აუდიტორიას. შესაბამისად, პოდკასტის ჟურნალისტური ბუნების შეფასებისას მნიშვნელოვანია დაკვირვება, რამდენად მკაფიოდ არის გამიჯნული ფაქტობრივი ინფორმაცია, წამყვანის პირადი მოსაზრება და სტუმრის შეფასება. ეს საკითხი განსაკუთრებით საყურადღებოა იმ ეპიზოდებში, რომლებიც საზოგადოებრივად მნიშვნელოვან ან სადავო საკითხებს ეხება.

რადიოსა და პოდკასტის შედარებისას ჰორნი ყურადღებას მათი სამუშაო პრინციპების განსხვავებაზე ამახვილებს. რადიოსთვის ტექსტის მომზადება ლაკონიურობას, მკაფიო ფორმულირებებსა და დროის ეფექტიანად გამოყენებას მოითხოვს, რადგან რთული ამბის გადმოსაცემად ჟურნალისტს ზოგჯერ მხოლოდ 90 წამი აქვს. პოდკასტი კი საკითხის უფრო ხანგრძლივად და მრავალმხრივ განხილვის შესაძლებლობას ქმნის. ჟურნალისტს შეუძლია ამბავს იმდენ ხანს მიჰყვეს, რამდენსაც თემის მნიშვნელობა, კვლევის მასალა და თხრობის დინამიკა მოითხოვს. სწორედ ამ შესაძლებლობის გამო ჰორნი პოდკასტს ჟურნალისტებისთვის განსაკუთრებით მიმზიდველ ფორმატად მიიჩნევს (Devitt, 2023).

ეს განსხვავება თვალსაჩინოა ნიკოს პოდკასტის ეპიზოდებშიც. ეპიზოდების ხანგრძლივობა და საუბარზე დაფუძნებული სტრუქტურა საშუალებას იძლევა, რესპონდენტის მოსაზრება მოკლე კომენტარამდე არ შემცირდეს. ინტერვიუს პროცესში შესაძლებელია საწყისი თემიდან დამატებითი საკითხების განვითარება, არგუმენტების დაზუსტება და რესპონდენტის პოზიციის უფრო სრულად წარმოჩენა. ამდენად, ხანგრძლივი ფორმატი აქ არა მხოლოდ ტექნიკური მახასიათებელი, არამედ შინაარსის ორგანიზების მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია.

ჰორნი ეწინააღმდეგება წარმოდგენას, თითქოს პოდკასტი სპონტანური საუბრის შედეგად იქმნებოდეს. პოდკასტის ბუნებრივი ჟღერადობა მსმენელს შეიძლება აფიქრებინებდეს, რომ რამდენიმე ადამიანი უბრალოდ თავისუფლად მსჯელობს სხვადასხვა საკითხზე. სინამდვილეში კი ხარისხიანი ეპიზოდის უკან კვლევა, ტექსტის გააზრებული დაგეგმვა, მრავალჯერადი ჩაწერა და ხანგრძლივი რედაქტირება დგას. ზოგჯერ ერთი შეხედვით მარტივი ფრაზაც კი რამდენიმე მცდელობისა და ჩანაწერის შედეგია. ამრიგად, პოდკასტისთვის დამახასიათებელი უშუალობა ხშირად არა სპონტანურობის, არამედ წინასწარ გააზრებული პროფესიული მუშაობის შედეგს წარმოადგენს (Devitt, 2023).

ნიკოს პოდკასტის ეპიზოდებში მსმენელისთვის საუბარი შესაძლოა თავისუფალ და სპონტანურ დიალოგად აღიქმებოდეს, თუმცა ეპიზოდების ჩაწერამდე პოდკასტერი წინასწარ ემზადება.

ჟურნალისტურ პოდკასტებში ინტიმურობის საკითხს ეხება 2025 წელს გამოქვეყნებული კვლევა „ჟურნალისტური პოდკასტების ინტიმურობა: ეთიკური გამოწვევები და შესაძლებლობები ყოველდღიური ახალი ამბების პოდკასტებსა და დოკუმენტურ ეპიზოდებში“. ავტორები აღნიშნავენ, რომ ახალი ამბების ინდუსტრიაში პოდკასტების წარმატება დაკავშირებულია აუდიტორიის მზადყოფნასთან, მედიასთან განსხვავებული და უფრო ახლო ურთიერთობა დაამყაროს. თანამედროვე მსმენელი ჟურნალისტისგან მხოლოდ ინფორმაციის მიწოდებას აღარ ელის. მისთვის მნიშვნელოვანი ხდება უშუალობა, ინტიმურობის განცდა და ჟურნალისტსა და საზოგადოებას შორის ურთიერთობის ახალი ფორმა.

კვლევა ეფუძნება თოთხმეტ პოდკასტერ ჟურნალისტთან ჩატარებულ ნახევრად სტრუქტურირებულ ინტერვიუებს. რესპონდენტთა მოსაზრებების მიხედვით, ყოველდღიური საინფორმაციო პოდკასტების ერთ-ერთი მთავარი მიზანი აუდიტორიის გაფართოება და იმ ადამიანებამდე მიღწევაა, რომლებიც ტრადიციული მედიის რეგულარულ მომხმარებლებს არ მიეკუთვნებიან. კონტენტის შერჩევისას ჟურნალისტები უპირატესობას აქტუალურ და საზოგადოებრივი მნიშვნელობის მქონე თემებს ანიჭებენ. ამგვარი მიდგომა განსაკუთრებით ღირებულია იმ მსმენელებისთვის, რომლებსაც ახალი ამბების არა მხოლოდ გაცნობა, არამედ მათი მიზეზების, შედეგებისა და ფართო კონტექსტის გაგებაც სურთ.

კვლევის მონაწილეები ხაზს უსვამენ გამჭვირვალობის აუცილებლობასაც. მათი აზრით, მსმენელს უნდა ჰქონდეს ინფორმაცია იმის შესახებ, როგორ იქმნება პოდკასტი, როგორ მოიპოვება და მუშავდება მასალა და რა გზით აღწევს საბოლოო ინფორმაცია აუდიტორიამდე. ამგვარად, პოდკასტისთვის დამახასიათებელი ინტიმური და უშუალო ურთიერთობა ჟურნალისტურ პასუხისმგებლობას არ ამცირებს. პირიქით, რაც უფრო ახლო კავშირს ამყარებს ჟურნალისტი მსმენელთან, მით უფრო მნიშვნელოვანი ხდება პროფესიული სტანდარტების, გამჭვირვალობისა და ეთიკური პრინციპების დაცვა (García de Torres et al., 2025).

ინტიმურობა და უშუალობა „ნიკოს პოდკასტის“ სტილი და ერთ-ერთი მახასიათებელია. წამყვანსა და სტუმარს შორის არაფორმალური დიალოგი, სასაუბრო ლექსიკა, იუმორი და ავტორის პირადი პოზიციის გამოხატვა ამცირებს ტრადიციული მედიისთვის დამახასიათებელ ფორმალურ დისტანციას. შედეგად, მსმენელს შეიძლება შეექმნას განცდა, რომ ის არა ოფიციალური ჟურნალისტური ინტერვიუს, არამედ შედარებით პირადი საუბრის მონაწილეა.

ამავე დროს, García de Torres და თანაავტორების მიერ გამოკვეთილი ეთიკური საკითხები „ნიკოს პოდკასტის“ შეფასებისთვისაც მნიშვნელოვანია. ფორმატის თავისუფლება და პერსონალიზებული კომუნიკაცია ავტომატურად არ აუქმებს ჟურნალისტურ პასუხისმგებლობას. პირიქით, წამყვანის პირადი პოზიციის, არაფორმალური მეტყველების, ჟარგონის, სლენგისა და არააკადემიური ლექსიკის გამოყენება აჩენს კითხვებს იმის შესახებ, სად გადის ზღვარი ავტორის შემოქმედებით თავისუფლებასა და ჟურნალისტური კომუნიკაციის პროფესიულ სტანდარტებს შორის. შესაბამისად, „ნიკოს პოდკასტის“ ანალიზი შესაძლებლობას იძლევა გამოიკვეთოს, როგორ თანაარსებობს თანამედროვე ქართულ პოდკასტურ სივრცეში ინფორმაციის მიწოდება, პიროვნებაზე ორიენტირებული კომუნიკაცია, ენობრივი თავისუფლება და ჟურნალისტური პასუხისმგებლობა.

განხილული ნაშრომები აჩვენებს, რომ ჟურნალისტური პოდკასტინგის კვლევისას რამდენიმე ურთიერთდაკავშირებული განზომილება იკვეთება: საკითხების სიღრმისეული და ხანგრძლივი განხილვის შესაძლებლობა, აუდიტორიასთან უშუალო და პერსონალიზებული კომუნიკაცია, წამყვანის ინდივიდუალური ხმის გაძლიერება, ფაქტისა და მოსაზრების ურთიერთმიმართება და ამ ყველაფერთან დაკავშირებული პროფესიული და ეთიკური პასუხისმგებლობა.

მეთოდოლოგია

ჩემი კვლევის მიზანია, „ნიკოს პოდკასტის“ მაგალითზე გავაანალიზო, როგორ მოხდა ტრადიციული აუდიოჟურნალისტიკის გარდაქმნა ციფრულ გარემოში და რა თავისებურებები ახასიათებს “ნიკოს პოდკასტს”.

კვლევა ეფუძნება შერეულ მეთოდოლოგიურ მიდგომას, რომელიც აერთიანებს რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის მეთოდებს. თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოყენებულია აღწერილობითი მეთოდის ერთ-ერთი ფორმა - შემთხვევის შესწავლა (Case Study).

შემთხვევის შესწავლის მეთოდი იმისთვის შევარჩიე, რომ ერთი ხანგრძლივი მედიაპროდუქტის მაგალითზე, ერთიანად გამეანალიზებინა პოდკასტის წარმოების დინამიკა, ფორმატის ტრანსფორმაცია, ავტორის მსმენელთან კომუნიკაციის ფორმა და სტილი.

რაოდენობრივი ანალიზი მოიცავს „ნიკოს პოდკასტის“ ოფიციალურ ონლაინარქივში 2015 წლის 5 ოქტომბრიდან 2025 წლის ნოემბრამდე განთავსებულ 760 ეპიზოდს. ანალიზის ერთეულია ცალკეული ეპიზოდი. რაოდენობრივი კოდირების ცვლადებია: გამოქვეყნების თარიღი და წლიური/თვიური სიხშირე; სათაურის ტიპი — ზოგადი ან თემატურად ინდივიდუალიზებული; ვიზუალური შეფუთვის ტიპი — ერთგვაროვანი საავტორო ფოტო ან ეპიზოდზე მორგებული ქავერი; ფორმატი — მონოლოგი, ინტერვიუ/დიალოგი ან შერეული ფორმა.

თვისებრივი ნაწილისთვის გამოყენებულია მიზნობრივი შერჩევის პრინციპი, რათა ნიმუშში აისახოს სხვადასხვა პერიოდი, თემატური კატეგორია და ფორმატი. კოდირების კატეგორიებია: თემატიკა; ეპიზოდის სტრუქტურა; ავტორის ხმა; ინტონაცია და მიმართვის სტილი; ფაქტის, შეფასებისა და იუმორის ურთიერთმიმართება; მუსიკისა და სხვა ხმოვანი ელემენტების ფუნქცია; სტუმრის როლი; წარმოსახვით აუდიტორიასთან ურთიერთობა.

კვლევის შედეგები

ქრონოლოგიურმა ანალიზმა ორი განსხვავებული მოდელი გამოავლინა. 2015 წლის 5 ოქტომბრიდან 2016 წლის 10 აგვისტომდე ნიკოს პოდკასტის ეპიზოდები სამუშაო დღეებში ყოველდღიურად იტვირთებოდა რადიო თავისუფლების ონლაინპლატფორმაზე. ამ პერიოდში ისინი საერთო სახელწოდებით - „ნიკოს პოდკასტი“ და ერთი და იმავე საავტორო ფოტოთი იყო წარმოდგენილი. 2016 წლის ოქტომბერში, ყოველდღიური რეჟიმი შენარჩუნდა, თუმცა ეპიზოდებს უკვე კონკრეტული, შინაარსთან დაკავშირებული სათაურები მიენიჭა.

2017 წლის შემოდგომა გარდამტეხ ეტაპად იკვეთება. ოქტომბრის პაუზის შემდეგ, ნოემბერში გამოქვეყნდა 4, ხოლო დეკემბერში 3 ეპიზოდი; ყოველდღიური პერიოდულობა აღარ აღდგენილა. ამავე დროს გაძლიერდა თემატურად ინდივიდუალიზებული სათაურები და ეპიზოდზე მორგებული ვიზუალური შეფუთვა.

2018–2025 წლებში გამოქვეყნდა 288 ეპიზოდი. ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი 2021 წელს დაფიქსირდა — 81 ეპიზოდი, რაც ამ რვაწლიანი პერიოდის 28.1%-ს შეადგენს. 2023 წელს გამოქვეყნდა 36 ეპიზოდი, 2024 წელს — 22, ხოლო 2025 წელს — 11. ამ მონაცემებით 2023–2024 წლებში რაოდენობა დაახლოებით 38.9%-ით შემცირდა, 2024–2025 წლებში — 50%-ით, ხოლო 2023–2025 წლებში საერთო კლება დაახლოებით 69.4% იყო.

რაოდენობრივი შედეგები გამოყოფს: ყოველდღიურ, მაღალი სიხშირის მოდელს, სადაც პრიორიტეტული იყო რეგულარულობა, სტანდარტული დასათაურება და ავტორის პერსონაზე დაფუძნებული ვიზუალური იდენტობა; და 2017 წლის ნოემბრიდან ჩამოყალიბებულ არარეგულარულ თემატურ მოდელს, რომელშიც შემცირდა გამოქვეყნების სიხშირე და უფრო გამოკვეთილი გახდა თემატური სათაური და ინდივიდუალური ქავერი.

თვისებრივი კონტენტანალიზისთვის შევარჩიე 16 ეპიზოდი, თითოეული წლიდან 2 ეპიზოდი. ამ ეპიზოდების ანალიზმა აჩვენა, რომ პოდკასტის თემატიკა მრავალფეროვანია, თუმცა მნიშვნელოვანი ადგილი პოპკულტურას, მუსიკას, კინოს, სერიალებს, კულტურის ისტორიასა და სოციალურ საკითხებს უკავია, იშვიათად, მაგრამ მაინც გვხვდება პოლიტიკურ საკითხებზე საუბარი. თემის შერჩევა ხშირად უკავშირდება მიმდინარე სოციალურ, პოლიტიკურ, კულტურულ მოვლენებს.

პოდკასტის ეპიზოდებში მონოლოგური და ინტერვიუს ფორმატები ერთმანეთს ენაცვლება. მონოლოგურ ეპიზოდებში წამყვანი თემას პირადი ინტერესისა და შეფასების პერსპექტივიდან ავითარებს, იყენებს რიტორიკულ მიმართვასა და მუსიკალურ ფრაგმენტებს. ინტერვიუსა და დიალოგის შემთხვევაში თხრობა წამყვანის შეკითხვებსა და სტუმრის პასუხებს შორის ნაწილდება. ამ ფორმების მონაცვლეობა პოდკასტის სტრუქტურულ მოქნილობას აჩვენებს.

ავტორის ხმა პოდკასტის იდენტობის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ელემენტია. ნიკო ნერგაძის საუბრის მანერა არაოფიციალური, უშუალო და ხშირად იუმორისტულია. მსმენელისადმი პირდაპირი მიმართვა ქმნის სიახლოვის ეფექტს და მედიაპროდუქტს ავტორის პერსონასთან აკავშირებს. ნიკო ნერგაძე პოდკასტისთვის დამახასიათებელ ყველა უპირატესობას კარგად იცნობს და მშვენივრად იყენებს პოდკასტის, როგორც შედარებით თავისუფალი და ნაკლებად ფორმალური მედიაფორმატის, შესაძლებლობებს საკუთარი სუბიექტური მოსაზრებების გამოსახატავად. ეპიზოდებში ხშირად გვხვდება ჟარგონი, სლენგი, უცხოენოვანი ლექსიკა და უცენზურო გამონათქვამები. მათი გამოყენება მხოლოდ სპონტანური საუბრის შედეგი არ არის; ეს ენობრივი ელემენტები ავტორის ინდივიდუალური სტილისა და პოდკასტის იდენტობის ნაწილადაც შეიძლება განვიხილოთ. ტრადიციული მედიისგან განსხვავებით, სადაც მეტყველება ხშირად სარედაქციო და პროფესიული ნორმებითაა განსაზღვრული, პოდკასტი წამყვანს უფრო ფართო ენობრივ თავისუფლებას ანიჭებს. შესაბამისად, ნიკო ნერგაძის მეტყველებაში გამოვლენილი არაფორმალურობა და ზოგჯერ აკადემიურობის საზღვრებიდან გასვლა ხაზს უსვამს ფორმატის პერსონალურ და ავტონომიურ ხასიათს. ამგვარი მეტყველება პოდკასტს ბუნებრივი საუბრის შთაბეჭდილებას სძენს და მსმენელთან უფრო უშუალო კომუნიკაციის დამყარებას უწყობს ხელს.

მსჯელობა

კვლევის შედეგები აჩვენებს, რომ „ნიკოს პოდკასტის“ ციფრულ ფორმატად ჩამოყალიბება კომპლექსური პროცესია და მხოლოდ გავრცელების ტექნოლოგიის ცვლილებას არ გულისხმობს. ტრანსფორმაცია ერთდროულად ვლინდება კონტენტის წარმოების წესში, გავრცელების არხებში, ავტორის კომუნიკაციურ სტილსა და ეპიზოდების ვიზუალურ გაფორმებაში. აღნიშნული ცვლილებების ერთობლიობა „ნიკოს პოდკასტს“ ტრადიციული

რადიოპროდუქტისგან განსხვავებულ მახასიათებლებს ანიჭებს და დამოუკიდებელ ციფრულ მედიაპროდუქტად აყალიბებს.

ტექნოლოგიური თვალსაზრისით, პოდკასტის ციფრულ პლატფორმებზე განთავსება მსმენელს საშუალებას აძლევს, თავად განსაზღვროს აუდიოკონტენტის მოსმენის დრო, ადგილი და საშუალება. ონლაინარქივში ეპიზოდების შენარჩუნება მასალას საეთერო ბადისგან დამოუკიდებელს ხდის და აუდიტორიას ძველ ჩანაწერებზე დაბრუნების შესაძლებლობას აძლევს. შედეგად, კონტენტის მოხმარება აღარ არის დაკავშირებული მხოლოდ კონკრეტულ დროსა და ერთ საკომუნიკაციო არხთან.

ცვლილება შეინიშნება კონტენტის წარმოების პერიოდულობასა და სტრუქტურაშიც. ყოველდღიური და მეტწილად სტანდარტიზებული რადიოპროდუქტის ნაცვლად, პოდკასტის ეპიზოდები შედარებით იშვიათად ქვეყნდება და თითოეული მათგანი დამოუკიდებელ თემატურ ერთეულს წარმოადგენს. ამგვარი ფორმატი ავტორს შესაძლებლობას აძლევს, საკითხები საეთერო დროის მკაცრი შეზღუდვის გარეშე განიხილოს და კონკრეტულ თემას მისი შინაარსობრივი საჭიროების შესაბამისად დაუთმოს დრო. ამდენად, პოდკასტის ეპიზოდურობა გავლენას ახდენს არა მხოლოდ გამოქვეყნების სიხშირეზე, არამედ თემის შერჩევისა და გაშლის პრინციპზეც.

„ნიკოს პოდკასტის“ იდენტობის ჩამოყალიბებაში მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია ავტორის ხმასა და თხრობის მანერას. სასაუბრო ინტონაცია, პირადი შეფასებები, მსმენელისადმი უშუალო მიმართვა და თავისუფალი მეტყველება ამცირებს ავტორსა და აუდიტორიას შორის ფორმალურ დისტანციას. ასეთი კომუნიკაცია მსმენელს უქმნის განცდას, რომ იგი არა მხოლოდ ინფორმაციის მიმღები, არამედ საუბრის წარმოსახვითი მონაწილეცაა. შესაბამისად, ავტორის ინდივიდუალური მეტყველება პოდკასტში ინფორმაციის გადაცემის საშუალებაზე მეტ მნიშვნელობას იძენს და თავად მედიაპროდუქტის ამოსაცნობ ნიშნად ყალიბდება.

ამავე ფუნქციას ასრულებს ეპიზოდების ვიზუალური და ტექსტობრივი გაფორმებაც. ინდივიდუალური სათაურები და ქავერები მსმენელს წინასწარ აწვდის ინფორმაციას კონკრეტული ეპიზოდის თემისა და ხასიათის შესახებ. ამასთანავე, თითოეული ჩანაწერი საერთო პოდკასტური სერიის ნაწილად რჩება, თუმცა ციფრულ სივრცეში დამოუკიდებელი მედიაერთეულის სახით ვრცელდება.

კვლევის შედეგები ასევე მიუთითებს, რომ რადიოსა და პოდკასტს შორის მკვეთრი ზღვრის გავლება ყოველთვის შესაძლებელი არ არის. „ნიკოს პოდკასტი“ ინარჩუნებს რადიოჟურნალისტიკისთვის დამახასიათებელ პროფესიულ და ხმოვან გამოცდილებას, თუმცა მას ციფრული მედიის გავრცელებისა და მოხმარების შესაძლებლობებს უთავსებს.

ნიკო ნერგაძის თავისუფალი და უშუალო კომუნიკაცია სტუმრებსა და მსმენელებთან „ნიკოს პოდკასტის“ ერთ-ერთი გამორჩეული მახასიათებელია, რამაც წლების განმავლობაში მისი პოპულარობის შენარჩუნებას შეუწყო ხელი.

დასკვნა

კვლევამ აჩვენა, რომ „ნიკოს პოდკასტი“ ქართული აუდიოჟურნალისტიკის ციფრული ტრანსფორმაციის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი და ხანგრძლივი მაგალითია. მისი განვითარება მხოლოდ რადიომასალის ციფრულ პლატფორმებზე განთავსებით არ შემოიფარგლება. ნიკოს პოდკასტი აერთიანებს რადიოჟურნალისტიკის ტრადიციულ გამომსახველობით საშუალებებს, მათ შორის ხმას, ინტერვიუს, მუსიკას, ინტონაციასა და მონტაჟს, და მათ ციფრული მედიის მოხმარების თავისებურებებს უსადაგებს. ამდენად, „ნიკოს პოდკასტი“ არა მხოლოდ რადიოგადაცემის ინტერნეტში განთავსებაა, არამედ დამოუკიდებელი მედიაპროდუქტია, რომელსაც საკუთარი ფორმატი და კომუნიკაციის სტილი აქვს.

რაოდენობრივმა ანალიზმა ნიკოს პოდკასტის განვითარების ორი განსხვავებული ეტაპი გამოავლინა. საწყის პერიოდში ხშირი და შედარებით ერთგვაროვანი გამოქვეყნების მოდელი თანდათან შეიცვალა უფრო იშვიათი, თემატურად განსხვავებული და ინდივიდუალურად გაფორმებული ეპიზოდებით. ეს ცვლილება აისახა არა მხოლოდ გამოქვეყნების სიხშირეზე, არამედ სათაურებზე, ვიზუალურ გაფორმებასა და თემების ორგანიზებაზეც. ეპიზოდების ამგვარი ორგანიზება აუდიტორიას საშუალებას აძლევს, მისთვის საინტერესო მასალა სასურველ დროსა და მისთვის მოსახერხებელ პლატფორმაზე მოისმინოს. ეს ცვლილება ნათლად აჩვენებს გადასვლას ხაზობრივი მაუწყებლობიდან მედიამოხმარების ისეთ მოდელზე, რომელშიც არჩევანს თავად მსმენელი აკეთებს.

თვისებრივმა ანალიზმა ცხადყო, რომ „ნიკოს პოდკასტის“ თავისებურებას დიდწილად განსაზღვრავს ავტორის ინდივიდუალური ხმა, საუბრის თავისუფალი მანერა, იუმორი, პირადი შეფასებები და მსმენელთან უშუალო მიმართვა. მონოლოგისა და ინტერვიუს მონაცვლეობა, თემების მრავალფეროვნება და განხილვის თავისუფალი სტილი პოდკასტს მოქნილ ფორმატს ანიჭებს. წამყვანსა და სტუმარს შორის არაფორმალური საუბარი ამცირებს ტრადიციული მედიისთვის დამახასიათებელ ფორმალურ დისტანციას და მსმენელს უქმნის განცდას, რომ თავადაც საუბრის მონაწილეა. ეს მიდგომა პოდკასტის ინდივიდუალური სტილის ჩამოყალიბებას უწყობს ხელს და ავტორსა და აუდიტორიას შორის სიახლოვეს აძლიერებს.

ამდენად, „ნიკოს პოდკასტი“ ქართული პოდკასტინგის განვითარების არა მხოლოდ თვალსაჩინო მაგალითი, არამედ მნიშვნელოვანი საკვლევი შემთხვევაცაა, რომლის შესწავლაც საშუალებას გვაძლევს, დავინახოთ, როგორ იცვლება აუდიოჟურნალისტიკა ციფრულ გარემოში და როგორ გარდაიქმნება ამ პროცესში ავტორის როლი და აუდიტორიასთან ურთიერთობა.

ბიბლიოგრაფია:

Adler Berg, F. S. (2025). Analysing podcast intimacy: Four parameters. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 31(4), 1423–1438. https://doi.org/10.1177/13548565231220547

Agrawal, N. (2023, December 22). Podcasting and journalism: A new frontier in storytelling and news dissemination. Cyber Journalist. https://academic.oup.com/edited-volume/57513/chapter-abstract/467941995?redirectedFrom=fulltext

Devitt, J. (2023, July 31). How podcasting has helped investigative journalists share their curiosity and "obsessions" with listeners. NYU. https://www.academicgates.com/news/story/how-podcasting-has-helped-investigative-journalists-share-their-curiosity-and-obsessions-with-listeners/21015

García de Torres, E., Legorburu, J. M., Parra-Valcarce, D., Edo, C., & Escobar-Artola, L. (2025). Intimacy in podcast journalism: Ethical challenges and opportunities in daily news podcasts and documentaries. Media and Communication, 13, Article 8994. https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/8994

Hammersley, B. (2004, February 12). Audible revolution. The Guardian.

Katzenberger, V., Schützeneder, J., & Grassl, M. (2026). Where do we stand, where do we go? Mapping the field of podcast research and journalism. Journalism and Media, 7(3), Article 166. https://doi.org/10.3390/journalmedia7030166

Sharon, T. (2023). Peeling the pod: Towards a research agenda for podcast studies. Annals of the International Communication Association, 47(3), 324–337. https://doi.org/10.1080/23808985.2023.2201593

Sharon, T., & John, N. A. (2026). "It's between me and myself": Inverse parasocial relationships in addressing (imagined) podcast listeners. New Media & Society, 28(1), 250–269. https://doi.org/10.1177/14614448241287913

რადიო თავისუფლება. ნიკოს პოდკასტი. https://www.radiotavisupleba.ge/z/18711