

რადიო, როგორც კულტურული დიფუზიის ინსტრუმენტი

თეონა ზედანია

საკვანძო სიტყვები: რადიო, კულტურული დიფუზია, კულტურული ტრანსფორმაცია, მასობრივი კომუნიკაცია, მედიისტორია, ტრანსნაციონალური მაუწყებლობა, ენობრივი სტანდარტიზაცია, კულტურული იდენტობა.

რადიომ, როგორც კომუნიკაციის პირველმა რეალურმა მასობრივმა საშუალებამ, ფუნდამენტური და, ამასთანავე, დღეისათვის ნაკლებად გამოკვლეული როლი შეასრულა XX საუკუნის კულტურული დიფუზიის პროცესებში, რადგან სწორედ რადიო ახდენდა ნაციონალური იდენტობების ტრანსფორმაციას და აყალიბებდა გლობალურ კულტურულ ნაკადებს. ნაშრომში რადიო განხილულია როგორც:

1. მუსიკალური ჟანრების ტრანსნაციონალური გავრცელების მძლავრი აგენტი, რომელიც ხელს უწყობდა გლობალური მუსიკალური კულტურისა და ლოკალური ჰიბრიდული ფორმების ჩამოყალიბებას;
2. პოლიტიკური იდეებისა, იდეოლოგიური და კულტურული ღირებულებების დისემინაციის საკვანძო არხი, რომელიც უდიდეს გავლენას ახდენდა საზოგადოებრივ აზრსა და კულტურული უპირატესობების განსაზღვრაზე „ცივი ომისა“ და დეკოლონიზაციის პირობებში;
3. ეროვნული კულტურის შენახვისა და ნებისმიერ მანძილზე ტრანსლირების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ინსტრუმენტი;

4. ყველა რადიოფიციურულ ქვეყანაში ენის ნორმათა სტანდარტიზაციის ძირითადი ინსტრუმენტი; სამომხმარებლო კულტურის გლობალიზაციის მთავარი მედიატორი, რომელმაც პირველად გამოიყენა რეკლამა ცხოვრების გარკვეული სტილების პოპულარიზაციის მიზნით.

ნაშრომის მთავარი მიგნება მდგომარეობს იმის დადასტურებაში, რომ რადიო წარმოადგენდა არა უბრალოდ ინფორმაციის გადაცემის საშუალებას, არამედ XX საუკუნის კულტურული დიფუზიის საკვანძო ტექნოლოგიურ და სოციალურ ინსტიტუტს. ის დაბრკოლების გარეშე არღვევდა გეოგრაფიულ და სოციალურ საზღვრებს, აჩქარებდა კულტურული ექსპორტ-იმპორტისა და ჰიბრიდიზაციის პროცესს, აყალიბებდა ახალ იდენტობებს და ახდენდა ღრმა გავლენას მილიონობით ადამიანის ყოველდღიურ ცხოვრებასა და მსოფლმხედველობაზე მთელ მსოფლოში.

მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები გადამწყვეტ როლს თამაშობენ თანამედროვე საზოგადოების ფორმირებასა და ტრანსფორმაციაში.¹ ისინი არა მხოლოდ ასახავენ არსებულ ღირებულებებს, არამედ აქტიურად ქმნიან ახალ კულტურულ ორიენტირებს. ტელევიზიის, რადიოს, ბეჭდური გამოცემებისა და ციფრული პლატფორმების მეშვეობით, ვრცელდება და

მკვიდრდება იდეები და ქცევის პატერნები.

მედიის ერთ-ერთ უმთავრეს ეფექტს წარმოადგენს კულტურის უნიფიკაცია.² ფართო აუდიტორიისთვის ხელმისაწვდომია ერთი და იმავე შინაარსის შეტყობინებები, რაც ხელს უწყობს საერთო სიმბოლოების, ცხოვრების სტილისა და სტანდარტების დამკვიდრებას. ასე მაგალითად, Netflix-ის ან YouTube-ის მსგავსი პლატფორმები, ერთდრო-

1 BRIGGS, BURKE, A Social, 2009, p. 21; Scannell, Radio, 2010, p. 31.

2 MORLEY, SILVERSTONE, Domestic, 1990, p. 46.

ულად, მილიონობით ადამიანს აწოდებენ ერთსა და იმავე სერიალებსა და ფილმებს, რის შედეგადაც, მრავალ ქვეყანაში, მიუხედავად ეროვნებისა, რელიგიისა თუ სოციალური სტატუსისა, ადამიანებს უყალიბდებათ ერთმანეთის მსგავსი კულტურული კოდი.³

მედიის უნიკალური, პარადოქსული ბუნების მეორე მხარე სწორედ იმაში მდგომარეობს, რომ ის, ამავდროულად, აქტიურად უწყობს ხელს მსოფლიოს კულტურული მრავალფეროვნების შენარჩუნებას. ნაციონალური ტელეკომპანიები, რადიოსადგურები და ონლაინპლატფორმები უზრუნველყოფენ იმ კულტურული პროდუქტების მითხრობას მომხმარებელამდე, რომლებიც კონკრეტული თანასაზოგადოებების თვითმყოფადობას ასახავს.

განსაკუთრებული მნიშვნელობა შეიძინა მასობრივმა საინფორმაციო საშუალებებმა სამომხმარებლო კულტურის ფორმირების საქმეში.⁴ თანამედროვე სამყაროში, რეკლამა, შოუბიზნესი და მოდა აყალიბებენ ახალ მოთხოვნილებებსა და ნორმებს. მედიასაშუალებები აკავშირებენ ადამიანის პირად წარმატებას ცხოვრების გარკვეულ წესთან; შედეგად, მომხმარებელს სჯერა, რომ Apple ან Nike პრესტიჟის განუყოფელი ნაწილია და ცხოვრების გარკვეული სტილი მხოლოდ ამ პროდუქტის მოხმარებით მიიღწევა.

ამრიგად, თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მასმედიის გავლენა კულტურაზე საკმაოდ ორგანოვანია - ერთი მხრივ, ის ახდენს კულტურის უნიფიკაციას და ერთიანი კულტურული კოდებისა და ფსიქოლოგიური და ბიჰევიორისტული პატერნების დანერგვას, ხოლო მეორე მხრივ, ინარჩუნებს თვითმყოფადობის წარმოჩენისა და თვითგამოხატვის ინსტრუმენტის ფუნქციებს.⁵

რადიომ, როგორც კომუნიკაციის პირველმა რეალურად მასობრივმა საშუალებამ, ფუნდამენტალური და, ამასთანავე, დღეისათვის ნაკლები როლი შეასრულა XX საუკუნის კულტურული დიფუზიის პროცესებში, რადგან სწორედ რადიო ახდენდა ნაციონალური იდენტობების ტრანსფორმაციას და აყალიბებდა გლობალურ კულტურულ

ნაკადებს.

XX საუკუნეში რადიო გადაიქცა რეალურად მასობრივი კომუნიკაციის უპირველეს ინსტრუმენტად, რაც საშუალებას აძლევდა მას, უზრუნველყო მუსიკალური, პოლიტიკური და კულტურული ღირებულებების ტრანსნაციონალური გავრცელება და, ამავდროულად, გავლენა მოეხდინა მილიონობით ადამიანის ყოველდღიურ ცხოვრებაზე.⁶

ნაშრომში, ჩვენ განვიხილავთ რადიოს მიმართებას გლობალური კულტურის ისეთ არსებით შემადგენელ ნაწილებთან, როგორებიცაა:

- 1) გლობალური მუსიკალური კულტურა;
- 2) პოლიტიკური იდეებისა და იდეოლოგიური და კულტურული ღირებულებები;
- 3) ნაციონალური კულტურა;
- 4) ენობრივი ნორმები;
- 5) გლობალური სამომხმარებლო კულტურა.

კულტურული დიფუზიის კონტექსტში, რადიო, უპირველეს ყოვლისა, განიხილება მუსიკალური ჟანრების გავრცელების ტრანსნაციონალურ აგენტად, რომელიც ხელს უწყობს გლობალური მუსიკალური კულტურისა და ლოკალიზებული ჰიბრიდული ფორმების ჩამოყალიბებას. ჯაზი, ბლუზი, როკენროლი და პოპ-მუსიკა მუსიკის ის ჟანრებია, რომელთა მშობლიური ქვეყნების საზღვრებს გარეთ სწრაფი გავრცელება, სწორედ რადიოს მეშვეობით გახდა შესაძლებელი.⁷

ეს მოვლენა ნათლად შეგვიძლია დავინახოთ ჯაზის მაგალითზე. მიუხედავად იმისა, რომ ჯაზი, როგორც ჟანრი, 1910-20-იან წლებში ჩამოყალიბდა, რადიოში ის ცოტათი უფრო გვიან გამოჩნდა, რადგან პირველ ეტაპზე, რადიო უნდობლობით მოეკიდა ჯაზს, „უწყესო“ „შავ“ მუსიკად მიიჩნეოდა. თუმცა, სულ რაღაც 10 წელიწადში დაიწყო პროცესი, რომელმაც, საბოლოოდ, ჯაზი აქცია თანამედროვე, ურბანისტული ამერიკის ერთ-ერთ მთავარ სიმბოლოდ. რადიომ გამოიყვანა ჯაზი საკონცერტო დარბაზებიდან, კლუბებიდან, მისცა მასობრივი აუდიტორია და სრულიად შეცვალა მისი ბედი. უკვე 1930-40-იან წლებში, გადაცემები ჯაზ-ორკესტრებით - ამერიკული რადიოეთერის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული პროგრამებია. პარალელურად, იწყება ჯაზის ტრანსლირება სამხრეთამე-

3 CASTELLS, The Rise, 2010, p. 67.

4 BRIGGS, BURKEY, A Social, 2009, p. 149.

5 MCLUHAN, Understanding, 1964, p. 59.

6 DOUGLAS, Listening, 2004, p. 75; Hilmes, Only, 2012, p. 128.

7 STARKEY, Radio, 2014, p. 60.

რიკული, ევროპული, იაპონური რადიოსადგურებით. იცვლება არა მხოლოდ ერთი ქვეყნის, არამედ მთელი მსოფლიოს „მუსიკალური სურათი“ და დგება ახალი ეპოქა, რომელშიც ჯაზი აღიქმება, როგორც მოძრაობის, ენერგიის, იმპროვიზაციის მუსიკა, რომელიც ცხოვრების განუყოფელი ნაწილია. ახალგაზრდებისათვის ეს არის გათავისუფლება არა მხოლოდ ტრადიციული მუსიკალური ნორმებისაგან, არამედ მოძველებული და შემზღუდველი სოციალური მარწმუნებისგანაც.⁸

აღმოცენდა სრულიად განსხვავებული, ახალი, საერთაშორისო „მუსიკალური იდენტობა“, რომელმაც გააერთიანა თავისუფალი, მოაზროვნე, ლიბერალური, დახვეწილი გემოვნების მქონე მსმენელი მთელ მსოფლიოში.

1950-60-იან წლებში რადიომ დიდად შეუწყო ხელი როკენროლის პოპულარიზაციას ევროპასა და ლათინური ამერიკის ქვეყნებში.⁹

ტრანსნაციონალური კულტურული გაცვლის საქმეში წამყვანი როლი დაიკავეს როგორც მსხვილმა რადიოარხებმა (NBC, BBC), ასევე, მცირე ზომის ეგრეთ წოდებულმა „მეკობრესადგურებმა“ (Radio Caroline, ინგლისი).

კვლევის ფარგლებში, ჩვენთვის საინტერესოა ის ფაქტი, რომ რადიომ შეასრულა საკვანძო როლი არა მხოლოდ გლობალიზაციისა და საერთაშორისო გემოვნებისა თუ უპირატესობების ჩამოყალიბებაში, არამედ ქვეყნის კულტურულ იდენტობაზე დაფუძნებული ლოკალური ჰიბრიდების აღმოცენებაშიც. მაგალითად, 1960-იანი წლების იაპონური როკი მოიცავდა როგორც დასავლური როკის, ისე ტრადიციული იაპონური მუსიკის ელემენტებს, ხოლო ლათინურ ამერიკაში ჯაზი და ბლუზი შეერწყა ადგილობრივ რიტმებს, რის შედეგადაც შეიქმნა უნიკალური მუსიკალური ფორმები.¹⁰ რადიო რჩებოდა იმ მთავარ ინსტრუმენტად, რომელიც აცნობდა მსმენელს მის მიერ კულტივირებული ჟანრის ყველა ნაირსახეობასა და მოდიფიკაციას და ხელს უწყობდა ახალი მუსიკის საყოველთაო ხელმისაწვდომობას.

გემოთქმულიდან გამომდინარე, თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ რადიო, როგორც მუსიკა-

ლური დიფუზიის ინსტრუმენტი, უბრალოდ კი არ „გადასცემდა“ მუსიკას ეთერში, არამედ აყალიბებდა კულტურულ კოდებსა და გლობალურ მუსიკალურ ბადეს და ახდენდა კულტურული ჰიბრიდიზაციის სტიმულირებას.

არსებით როლს ასრულებდა რადიო, როგორც **პოლიტიკური იდეებისა და იდეოლოგიური და კულტურული ღირებულებების დისემინაციის საკვანძო არხი**, რომელიც უდიდეს გავლენას ახდენდა საზოგადოებრივი აზრსა და კულტურული უპირატესობების განსაზღვრაზე „ცივი ომისა“ და დეკოლონიზაციის პირობებში.¹¹

სწორედ რადიომ იკისრა პოლიტიკური იდეებისა და ღირებულებების გავრცელების მთავარი ფუნქცია, რადგან მას შეეძლო არსებითი გავლენის მოხდენა საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე.

რადიო უზრუნველყოფდა მომენტალურ და მასობრივ წვდომას პოლიტიკურ ინფორმაციაზე. პირდაპირი ტრანსლაციები, რეპორტაჟები და ანალიტიკური პროგრამები საშუალებას აძლევდა მსმენელს, სწრაფად გაეგო პოლიტიკური მოვლენების შესახებ, მოესმინა პოლიტიკური ლიდერების მოსაზრებები. ამასთან, გარკვეული აუდიტორიისათვის, რადიო იყო ალტერნატიული პოლიტიკური მოსაზრებებისა და იდეოლოგიის მიღების ერთადერთი გზა, რის ნათელ მაგალითსაც წარმოადგენენ რადიოსადგურები „ამერიკის ხმა“ და „რადიო თავისუფლება - ევროპა“, რომელთა ტრანსლაციაც „აღმოსავლეთის ბლოკისა“ და სოციალისტური ბანაკის ქვეყნებში დემოკრატიული ღირებულებებისა და დასავლეთის ეკონომიკური და პოლიტიკური სისტემების შესახებ ინფორმაციის იმპორტირების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს და ხანდახან - ერთადერთ გზას წარმოადგენდა.¹²

მთელი მეოცე საუკუნის განმავლობაში, რადიომ უდიდესი როლი შეასრულა საზოგადოებრივი აზრისა ჩამოყალიბებასა და პოლიტიკური პრიორიტეტების ფორმირების საქმეში. ისეთი რადიოგადაცემები, როგორიცაა, მაგალითად ფრანკინ დელანო რუზველტის „Fireside Chats“, რომელშიც ის უხსნიდა მოსახლეობას მთავრობის ამა თუ იმ გადაწყვეტილებას, ამყარებდა სათითაოდ ყველა

8 DOUGLAS, Listening, 2004, p. 141.

9 HILMES, Only, 2012, p. 135.

10 STARKEY, Radio, 2014, p. 98.

11 SCANNELL, Radio, 1996, pp. 67-68.

12 HILMES, Only, 2012, p. 161.

ამერიკელს რწმენაში, რომ თითოეული მონაწილეობდა სახელმწიფოს მართვაში¹³ და შესაბამისად, პრეზიდენტთან ერთად წყვეტდა ქვეყნის ბედს. რადიოს, როგორც მეოცე საუკუნის საკვანძო პოლიტიკური ინსტრუმენტის მასშტაბების შესაფასებლად, ალბათ, ნაცისტური გერმანიის რადიოს მაგალითიც საკმარისი იქნებოდა, რადგან სწორედ რადიო გამოიყენა მესამე რეიხმა ნაცისტური იდეოლოგიის კონსოლიდაციისა და მისი გავრცელების მიზნით.¹⁴

რადიოს პოლიტიკური და იდეოლოგიური გავლენა გამძაფრებული იყო იმიტაც, რომ მას მარტივად შეეძლო ტერიტორიული და სოციალური საზღვრების გადალახვა. სხვადასხვა ქვეყანაში, სხვადასხვა ეკონომიკურ ფორმაციაში, სხვადასხვა სოციალური სტატუსის მქონე ადამიანები ერთდროულად უსმენდნენ ერთსა და იმავე გადაცემებს და ეზიარებოდნენ იდეებს, რომელთა გასავრცელებლად, რადიოს გაჩენამდე, წლების დახარჯვა იქნებოდა საჭირო.

აქვე გვინდა აღვნიშნოთ, რომ რადიოს მუსიკალური დიფუზიის ფუნქცია, „ცივი ომის“ პერიოდში, მჭიდროდ გადაიკვეთა პოლიტიკური დიფუზიის ფუნქციასთან, რადგან დასავლური მუსიკა თავსუფლებისა და დემოკრატიის განუყოფელ ნაწილად მოიაზრებოდა.

ამრიგად, მთელი მეოცე საუკუნის მანძილზე, განსაკუთრებით მის მეორე ნახევარში, რადიო ფუნქციონირებდა, როგორც პოლიტიკური დიფუზიის მძლავრი ელემენტი, უწყობდა რა ხელს საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებას, იდეოლოგიური და კულტურული ღირებულებების გავრცელებასა და დამკვიდრებას. ის აჩქარებდა პოლიტიკურ და კულტურულ ინტეგრაციას, დაუბრკოლებლად არღვევდა გეოგრაფიულ საზღვრებს და აყალიბებდა ახალ პოლიტიკურ და კულტურულ იდენტობებს.

განსაკუთრებული როლი შეასრულა რადიომ **ეროვნული კულტურის შენახვისა და ნებისმიერ მანძილზე ტრანსლირების საქმეში**. ეროვნული ფოლკლორისა და ტრადიციული მუსიკის ნიმუშები, რომელთა ტრანსლირებაც რადიოს მეშვეობით ხდებოდა, წარმოადგენდა არა მხოლოდ ერის

კულტურული მემკვიდრეობის ნიმუშებს, არამედ ნაციონალური იდენტობის დანერგვის ხერხსაც. ქვეყნის სხვადასხვა კუთხის ხალხური შემოქმედების მთელი ქვეყნის მასშტაბით ტრანსლირება ქმნიდა ერთიანობის, თანაზიარობის განცდას, რომელიც მყარი ეთნიკურ-ტერიტორიული თანასაზოგადოების ფორმირებას უწყობდა ხელს.¹⁵

საინტერესოა, რომ მაგალითად, ლათინური ამერიკის ქვეყნებში და საბჭოთა კავშირში არსებობდა სპეციალური რადიოპროგრამები, რომელთა მეშვეობითაც ხდებოდა ხალხური სიმღერების, ფოლკლორის ნიმუშების - ხალხური პოეზიის, ზღაპრებისა და ლეგენდების ტრანსლირება;¹⁶ ხოლო იმ ქვეყნებში, სადაც მიგრაციის მაღალი მაჩვენებელი იყო, მაგალითად, კანადასა და აშშ-ში, რადიო ხელს უწყობდა იმიგრანტთა მშობლიური ენისა და კულტურული ტრადიციების შენარჩუნებას.

ასევე ძალზე მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია საგანმანათლებლო გადაცემებიც, რომლებიც საშუალებას აძლევდა ახალგაზრდებს, შეესწავლათ საკუთარი ქვეყნის ისტორიისა და კულტურის დეტალები, რაც ამყარებდა კონკრეტული ერისადმი კუთვნილების განცდას.¹⁷ შესაბამისად, უდავოა ის ფაქტიც, რომ რადიო გადაიქცა უმნიშვნელოვანეს სოციალურ ინსტიტუტად, რომელიც ნაციონალური კულტურის ძირითადი მდგენელების შენახვასა და გადაცემას ემსახურებოდა.

გადაჭარბებული არ იქნება, თუ ვიტყვით, რომ მრავალ ქვეყანაში, **ერთიანი სალიტერატურო ენის დამკვიდრების საქმეში**, გრამატიკის სახელმძღვანელოების შემქმნელ მეცნიერებთან ერთად, უდიდესი როლი სწორედ რადიომ ითამაშა. მეოცე საუკუნეში, ენის სტანდარტიზაცია სწორედ რადიოს პრეროგატივად იქცა, რადგან მხოლოდ მას შეეძლო ყველასთვის მიეწოდებინა სამეტყველო ენის ერთიანი ნიმუში.¹⁸ აღსანიშნავია, რომ რადიოს გაჩენამდე, მრავალი ქვეყანა რჩებოდა ლინგვისტური ფრაგმენტაციის პირობებში. მოსახლეობა იყენებდა დიალექტებსა და რეგიონული მეტყველების სხვადასხვა ფორმას. ამ ფონზე, რადიო იყო პირველი მასობრივი დაფარვის ინსტრუმენტი, რომელმაც შეძლო ენის სალიტერატურო ნორმების საყო-

13 DOUGLAS, Listening, 2004, p. 263.

14 SCANNELL, Radio, 1996, p. 172.

15 BRIGGS, BURKE, A Social, 2009, p. 154.

16 LACEY, Listening, 2013, p. 24.

17 HILMES, Only, 2012, p. 110.

18 SCANNELL, Radio, 1996, p. 36-40.

ველთაო გავრცელება და ნაციონალური ენობრივი ერთიანობის ჩამოყალიბება.

რადიო უზრუნველყოფდა მასობრივ წვდომას წარმოთქმისა და სიტყვათგამოყენების ერთიან პატერნზე. მსმენელები, მიუხედავად რეგიონისა და სოციალური მდგომარეობისა, აღიქვამდნენ სალიტერატურო ენას ზეპირმეტყველების სახით, რაც ასუსტებდა დიალექტურ სახესხვაობებს.

ასე, მაგალითად:

იტალიაში, მეოცე საუკუნის 1920-იან წლებამდე, მოსახლეობის დიდი უმრავლესობა რეგიონულ დიალექტებზე ლაპარაკობდა. 1920-30 წლებიდან, იტალიის ნაციონალური რადიოს ერთ-ერთ პრიორიტეტად განისაზღვრა სალიტერატურო იტალიური ენის სისტემატური გამოყენება ეთერში, რამაც ეს ენა ქვეყანაში კომუნიკაციის საერთო საშუალებად გადააქცია;¹⁹

გერმანიაში რადიო გამოიყენებოდა ნორმის ნიმუშის - Hochdeutsch (მაღალი გერმანული) ტრანსლირებისა და დანერგვის მიზნით;

დიდ ბრიტანეთში 1922 წელს რადიოსადგურ BBC-ის დაარსების დღიდან, ის გადაიქცა მეტყველების ბრიტანული სტანდარტის ეტალონად. ეგრეთ წოდებული „BBC English“ აღიარეს ინგლისური ენის პრესტიჟულ ნიმუშად, რომელიც დამკვიდრდა, როგორც ენის „სწორი“ ვარიანტი;²⁰

ამერიკის რადიომ ხელი შეუწყო სტანდარტის „General American English“ ფორმირებას. ენაში წარმოთქმის სწორედ ეს ვარიანტი დამკვიდრდა, როგორც მეტად ნეიტრალური და გავრცელებული, მთელი ქვეყნისათვის ერთნაირად გასაგები ფორმა.²¹

საბჭოთა კავშირი იყენებდა რადიოს, უპირველეს ყოვლისა, რუსულის, როგორც კავშირში გაერთიანებული ქვეყნების ძირითადი საკომუნიკაციო ენის დასამკვიდრებლად;²² სალიტერატურო რუსული ენის გავრცელება ხდებოდა ყველა მოკავშირე რესპუბლიკაში. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ თითოეული ამ ქვეყნის შიგნით, მაგალითად საქართველოში, ქვეყნის ენაზე მაუწყებლობამ, შემეცნებითმა და კულტურულმა, საბავშვო და საინფორმაციო გადაცემებმა, ცალსახად უდიდესი გავლენა იქონია სალიტერატურო ენის ნორმების

დამკვიდრებაზე როგორც საქმიან, ისე ყოველდღიურ მეტყველებაში.

რადიოს, როგორც ლინგვისტური დიფუზიის ერთ-ერთი ცენტრალური აქტორის განხილვისას, მნიშვნელოვანია ყურადღება გავამახვილოთ იმაზე, რომ აღნიშნულ კონტექსტში რადიო იძენდა არესებით სოციალურ დატვირთვასაც, ის ამცირებდა სოციალური და რეგიონალური ბარიერების რაოდენობას: სოფლად მცხოვრებნი ისმენდნენ იმავე სამეტყველო ნაკადს, რასაც ქალაქის მოსახლეობა, რის შედეგადაც ყალიბდებოდა ერთიანი ნაციონალური კულტურული და ენობრივი კოდი. ეს აიოლებდა ქვეყანაში სწავლების, საზოგადოებრივ ცხოვრებაში ინტეგრაციისა და ნაციონალური თვითიდენტიფიკაციის პროცესებს. ამასთანავე, რადიო არა მხოლოდ ახდენდა ენის სტანდარტიზაციას, არამედ ხელს უწყობდა კულტურის უნიფიკაციასაც. სწორედ მისი მეშვეობით, მასობრივი გამოყენებისათვის მკვიდრდებოდა ახალი სიტყვები, ტერმინები და გამოთქმები, რომლებიც უკავშირდებოდა მეცნიერებას, ტექნიკურ პროგრესს, მოხმარების სფეროს და სხვა.

რადიოს, როგორც კულტურული დიფუზიის ცენტრალური ელემენტის კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ფუნქცია მდგომარეობს **გლობალური სამომხმარებლო კულტურის ფორმირებაში**. რეკლამის, მუსიკისა და საერთაშორისო ტრანსლაციების მეშვეობით, რადიო არა მხოლოდ აერთიანებდა სხვადასხვა ქვეყანაში მცხოვრებ ადამიანებს, არამედ ამკვიდრებდა მათ შორის უნივერსალურ სამომხმარებლო სტანდარტებს, ავრცელებდა რა თანამედროვე ცხოვრების წესებს.

როგორც უკვე აღინიშნა, რადიო წარმოადგენდა პირველ მედიასაშუალებას, რომელმაც შეიძლო სახელმწიფოთა საზღვრების გადალახვა რეალურ დროში. მოკლეთალოვანი მაუწყებლობა შესაძლებელს ხდიდა პროგრამებისა და რეკლამის ტრანსლირებას უზარმაზარ ტერიტორიაზე. სწორედ ასე ჩამოყალიბდა გლობალური აუდიტორია, რომელიც რეაგირებდა ერთსა და იმავე ბრენდებსა და სამომხმარებლო პროდუქტებზე.²³

რადიო-რეკლამა იმთავითვე ავითარებდა მსმენელში უნივერსალური ღირებულებებისად-

19 Ibid, p. 58.

20 Ibid, pp. 60-61.

21 HILMES, Only, 2012, p. 87.

22 BRIGGS, BURKE, A Social, 2009, p. 67.

23 MCLUHAN, Understanding, 1964, p. 145.

მი ერთგულებას - ეს იყო სისუფთავე, კომფორტი, ჯანმრთელობა, წარმატება, ოჯახი. ეს ღირებულებები, რადიოს წყალობით, ასოცირდებოდა კონკრეტულ ბრენდებთან (Colgate, Coca-Cola, Procter&Gamble...). გლობალურ ბრენდებთან მიმართებაში მყარი ასოციაციების შექმნის გზით, რადიო ხელს უწყობდა სამომხმარებლო იდეალების უნიფიკაციასა და „თანამედროვე“ ყოფის საერთო, სტანდარტული მოდელის დამკვიდრებას.

1930-50-იან წლებში ჩამოყალიბდა საერთაშორისო სარეკლამო ქსელები (მაგალითად Walter Thompson), რომლებმაც დაიწყეს კამპანიების შექმნა სხვადასხვა ბაზრისათვის.²⁴ რადიო მათ საშუალებას აძლევდა, გაეგრძელებინათ ბრენდის ერთიანი სტილი სარეკლამო შეტყობინებების სხვადასხვა ენაზე თარგმნის გზით. სწორედ ამ კოლაბორაციამ ჩაუყარა საფუძველი გლობალურ მარკეტინგსა და ტრანსნაციონალური კორპორაციების განვითარებას.

ამ თვალსაზრისით რევოლუციური რადიოგამოგონება გახლდათ ეგრეთ წოდებული „ჰინგლი“ - მელოდია ან სიმღერის ფრაგმენტი, რომელიც სრულდებოდა კონკრეტული პროდუქციის რეკლამისას. ჰინგლები ხშირად შეიცავდნენ კომპანიის სლოგანს, გარითმულსა და მუსიკალურ ფრაზად ნამღერს, რაც არსებითად ზრდიდა კომპანიის ცნობადობისა და სასურველობის ინდექსს. ამასთანავე, ჰინგლებისა და რეკლამის მოსმენა ადამიანებს უქმნიდა გლობალური თანამედროვეობისა და მსოფლიო კულტურული სივრცეში არსებობის განცდას. ერთნაირი პროდუქციის მოხმარება კი ტრანსკონტინენტალურ ტენდენციებში მონაწილეობის სიმბოლოდ გადაიქცა.²⁵

რადიომ გააერთიანა ლოკალური ბაზრები და გააჩინა ერთიანი კულტურული სივრცე, მოახდინა სურვილებისა და ცხოვრების წესის სტანდარტიზება, გაამყარა მსხვილი საერთაშორისო კორპორაციების პოზიციები.²⁶ სწორედ რადიომ მოამზადა

საფუძველი სატელევიზიო და ინტერნეტრეკლამისთვის, დაამკვიდრა რა გლობალური სამომხმარებლო კულტურის ძირითადი წესები.

დასკვნა

რადიო, როგორც მასობრივი ელექტრონული კომუნიკაციის პირველი საშუალება, წარმოადგენს მეოცე საუკუნის კულტურული დიფუზიის ფუნდამენტალურ ინსტრუმენტს. მისი გავლენა შორს სცდება ტექნიკურ და მედიის ინოვაციებს - რადიომაუწყებლობა აყალიბებდა ახალ სოციალურ პრაქტიკებს, აწესრიგებდა და სტანდარტიზაციას უკეთებდა ენობრივ სივრცეს და ხელს უწყობდა ზოგადეროვნული და გლობალური კულტურული კოდების გავრცელებას.²⁷ ამასთანავე, ის გვევლინება ეკონომიკური და კულტურული გლობალიზაციის მექანიზმად - სარეკლამო პრაქტიკის მეშვეობით რადიო აყალიბებდა სამომხმარებლო ჩვევებს, ხოლო მუსიკალური და სახელოვნებო გადაცემების საშუალებით - უზრუნველყოფდა კულტურათა გაზიარებას ტრანსნაციონალურ დონეზე.²⁸

რადიო წარმოადგენდა არა უბრალოდ ინფორმაციის გადაცემის საშუალებას, არამედ XX საუკუნის კულტურული დიფუზიის საკვანძო ტექნოლოგიურ და სოციალურ ინსტიტუტს. ის დაბრკოლების გარეშე არღვევდა გეოგრაფიულ და სოციალურ საზღვრებს, აჩქარებდა კულტურული ექსპორტ-იმპორტისა და ჰიბრიდიზაციის პროცესს, აყალიბებდა ახალ იდენტობებს და ახდენდა ღრმა გავლენას მილიონობით ადამიანის ყოველდღიურ ცხოვრებასა და მსოფლმხედველობაზე მთელ მსოფლოში.

ამრიგად, რადიო უნდა განვიხილოთ არა მხოლოდ როგორც ტექნოლოგია, არამედ როგორც კულტურული პროცესების მედიატორი, რომელმაც მოახდინა გრძელვადიანი ზეგავლენა იდენტობის ფორმულირებასა და კულტურული ლანდშაფტების ტრანსფორმირებაზე.²⁹

24 CASTELLS, The Rise, 2010, p. 78.

25 MCLUHAN, Understanding, 1964, p. 47.

26 MORLEY, SILVERSTONE, Domestic, 1990, p. 134.

27 SCANNELL, Radio, 1996, p. 89; BRIGGS, BRUKE, A Social, 2009, p. 102.

28 MCLUHAN, Understanding, 1964, p. 76.

29 DOUGLAS, Listening, 2004, p. 90.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- ANDERSON Benedict, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London, 2006.
- CASTELLS Manuel, *The Rise of the Network Society*, Oxford, 2010.
- DOUGLAS Susan J., *Listening In: Radio and the American Imagination*, Minneapolis, 2004.
- HILMES Michele, *Only Connect: A Cultural History of Broadcasting in the United States*, Boston, 2012.
- BRIGGS ASA, BURKE Peter, *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*, Cambridge, 2009.
- SCANNELL Paddy, *Radio, Television and Modern Life*, Oxford, 1996.
- LACEY Kate, *Listening Publics: The Politics and Experience of Listening in the Media Age*, Cambridge, 2013.
- MORLEY DAVID, SILVERSTONE R., *Domestic Communication – Technologies and Meanings // Media, Culture & Society*, Vol. 12, №1, 1990.
- STARKEY Guy, *Radio: The Resilient Medium*, London, 2014.
- MCLUHAN Marshall, *Understanding Media: The Extensions of Man*, New York, 1964.

THE RADIO AS AN INSTRUMENT OF CULTURAL DIFFUSION

Theona Zedania

Keywords: Radio, cultural diffusion, cultural transformation, mass communication, media history, transnational broadcasting, language standardization, cultural identity.

As the first truly mass medium of communication, the radio played a fundamental, though still understudied, role in the processes of cultural diffusion in the 20th century. The radio was instrumental in transforming national identities and shaping global cultural flows. This paper explores the radio as: A powerful agent in the transnational dissemination of musical genres, contributing to the formation of global musical culture and localized hybrid forms; A key channel for the dissemination of political ideas, ideological and cultural values, significantly influencing public opinion and the definition of cultural priorities during the Cold War and decolonization era; One of the most important tools for preserving and transmitting national culture across any distance; A primary instrument for language standardization in all countries with developed radio broadcasting; A major mediator in the globalization of consumer culture, being the first medium to use advertising as a means to popularize certain lifestyles.

The central finding of this research is the confirmation that the radio functioned not merely as a means of transmitting information, but as a key technological and social institution in 20th-century cultural diffusion. It transcended geographical and social boundaries without barriers, accelerated the processes of cultural export, import, and hybridization, shaped new identities, and exerted a profound influence on the everyday lives and worldviews of millions of people across the globe.

Introduction

The mass media play a decisive role in shaping and transforming modern society.¹ They not only reflect existing values but also actively create new cultural orientations. Through television, radio, print media, and digital platforms, ideas and behavioral patterns are disseminated and entrenched.

One of the main effects of the media is the unification of culture.² Messages of the same content are accessible to a wide audience, contributing to the establishment of common symbols, lifestyles, and standards. For example, platforms like Netflix

or YouTube deliver the same series and films to millions of people simultaneously, resulting in similar cultural codes forming across multiple countries, regardless of nationality, religion, or social status.³

The paradoxical nature of the media lies in the fact that it also actively contributes to preserving the world's cultural diversity. National TV channels, radio stations, and online platforms ensure the delivery of cultural products that reflect the uniqueness of specific communities.

The mass media have also played a significant role in shaping consumer culture.⁴ In the modern world, advertising, show business, and fashion create new demands and norms. Media link personal

¹ Briggs & Burke, 2009, p. 21; Scannell, 2010, p. 31.

² Morley & Silverstone, 1990, p. 46.

³ Castells, 2010, p. 67.

⁴ Briggs & Burke, 2009, p. 149.

success to certain lifestyles. Consequently, consumers believe that brands like Apple or Nike are inseparable from prestige, and that a certain style of life can be achieved only through these products.

Thus, the influence of the mass media on culture is twofold: on one hand, it unifies culture by establishing common cultural codes and psychological and behavioral patterns; on the other, it maintains functions as a tool for self-expression and the demonstration of individuality.⁵

The radio, as the first truly mass medium, played a fundamental and, to this day, relatively enduring role in the cultural diffusion processes of the 20th century, transforming national identities and shaping global cultural flows. In the 20th century, the radio became a primary instrument of mass communication, enabling the transnational dissemination of musical, political, and cultural values while simultaneously influencing the daily lives of millions.⁶

In this study, we consider the radio in relation to essential components of global culture, such as:

1. Global musical culture
2. Political ideas and ideological and cultural values
3. National culture
4. Linguistic norms
5. Global consumer culture.

In the context of cultural diffusion, the radio is primarily viewed as a transnational agent for spreading musical genres, contributing to the formation of global musical culture and localized hybrid forms. Jazz, blues, rock and roll, and pop music are genres whose rapid dissemination beyond their countries of origin became possible through the radio.⁷

For example, jazz, which developed as a genre in the 1910s–1920s, appeared on the radio somewhat later due to initial skepticism, being considered “immoral” or “black” music. Within just ten years, however, jazz became a major symbol of modern urban America. Radio brought jazz from concert halls

and clubs to a mass audience, completely changing its fate. By the 1930s–1940s, jazz orchestra programs were among the most popular on American radio, and jazz was simultaneously broadcast by South American, European, and Japanese radio stations. A new era emerged in which jazz was perceived as music of movement, energy, and improvisation, a part of everyday life and a symbol of liberation from traditional musical norms and restrictive social constraints for young people.⁸

In the 1950s–1960s, the radio played a major role in popularizing rock and roll in Europe and Latin America.⁹ Both large (NBC, BBC) and smaller “pirate” stations (Radio Caroline, UK) led the way in transnational cultural exchange.

The radio played a key role not only in shaping globalization and international tastes and preferences but also in the emergence of local hybrids based on national cultural identity. For instance, 1960s Japanese rock incorporated both Western rock and traditional Japanese music, while in Latin America, jazz and blues merged with local rhythms, creating unique musical forms.¹⁰ The radio remained the main instrument informing audiences about every variation and modification of these genres, ensuring universal access to new music.

Thus, the radio, as an instrument of musical diffusion, did not merely “broadcast” music; it formed cultural codes and a global musical network, stimulating cultural hybridization.

The radio also played an essential role as a key channel for disseminating political ideas and ideological and cultural values, greatly influencing public opinion and defining cultural priorities during the Cold War and decolonization.¹¹ It was uniquely positioned to shape public opinion because it could reach large audiences quickly and widely. Live broadcasts, reports, and analytical programs allowed listeners to learn about political events and hear leaders’ opinions. For some audiences, the radio was the only source of alternative political views and ideology, as

5 McLuhan, 1964, p. 59.

6 Douglas, 2004, p. 75. Hilmes, 2012, p. 128.

7 Starkey, 2014, p. 60.

8 Douglas, 2004, p. 141.

9 Hilmes, 2012, p. 135.

10 Starkey, 2014, p. 98.

11 Scannell, 1996, p.p. 67–68.

exemplified by **Voice of America and Radio Free Europe**, whose broadcasts brought information about democratic values and Western political and economic systems to countries in the Eastern Bloc and socialist camps.¹²

Throughout the 20th century, the radio played a crucial role in forming public opinion and political priorities. Programs such as Franklin Delano Roosevelt's "Fireside Chats" reinforced the belief among Americans that each individual participated in governance¹³ and, together with the president, influenced the country's fate. The scale of radio as a political instrument in the 20th century is exemplified by Nazi Germany, where radio was used to consolidate and disseminate Nazi ideology.¹⁴

The radio's political and ideological influence was enhanced by its ability to transcend territorial and social boundaries. People in different countries, economic systems, and social statuses listened simultaneously to the same broadcasts and shared ideas that previously would have taken years to spread.

The musical diffusion function of radio also intersected with political diffusion during the Cold War, as Western music was associated with freedom and democracy.

In the second half of the 20th century, the radio functioned as a powerful element of political diffusion, shaping public opinion, spreading ideological and cultural values, accelerating political and cultural integration, transcending geographic boundaries, and forming new political and cultural identities.

The radio played a particularly important role in preserving national culture and broadcasting it across distances. Examples of national folklore and traditional music transmitted via radio represented not only the cultural heritage of a nation but also served as a means of reinforcing national identity. Broadcasting folk creations from different regions across the entire country fostered a sense of unity

and shared experience, contributing to the formation of cohesive ethnic-territorial communities.¹⁵

Interestingly, in countries such as those in Latin America and the Soviet Union, there were special radio programs dedicated to transmitting folk songs, folklore, poetry, stories, and legends. In countries with languages and cultural traditions.¹⁶

Educational programs were also highly significant, allowing young people to learn about the history and culture of their country, strengthening their sense of belonging.¹⁷ Consequently, it is undeniable that the radio became a key social institution, serving to preserve and transmit the main components of national culture.

No stretch, in many countries the radio played a major role in establishing a unified literary language, alongside linguists and creators of grammar textbooks. In the 20th century, language standardization became a prerogative of radio, as it was the only medium capable of providing a consistent model of spoken language to the entire population.¹⁸ Before the advent of the radio, many countries experienced linguistic fragmentation, with populations using dialects and regional speech variations. The radio became the first mass instrument to widely disseminate literary norms and establish national linguistic unity.

The radio provided mass access to standardized pronunciation and usage patterns. Listeners, regardless of region or social status, perceived the literary language in spoken form, which weakened dialectal differences. For example:

- In Italy, until the 1920s, the majority of the population spoke regional dialects. From the 1920s–1930s, national radio prioritized the systematic use of standard Italian on air, making it the common means of communication nationwide¹⁹
- In Germany, the radio was used to broadcast and promote *Hochdeutsch* (High German) as the standard

12 Hilmes, 2012, p. 161.

13 Douglas, 2004, p. 263.

14 Scannell, 1996, p. 172

15 Briggs & Burke, 2009, p. 154.

16 Lacey, 2013, p. 24.

17 Hilmes, 2012, p. 110.

18 Scannell, 1996, p.p. 36–40

19 Scannell, 1996, p. 58.

- In Great Britain, from the founding of the BBC in 1922, radio became a model for British standard speech. “BBC English” was recognized as a prestigious form, establishing itself as the “correct” variant of the language²⁰
- In the United States, radio contributed to the development of “General American English,” which became the neutral and widely understood pronunciation across the country.²¹

In the Soviet Union, the radio was primarily used to establish Russian as the main language of communication across the union, spreading literary Russian to all allied republics.²² Within each country, for example Georgia, broadcasting in the local language: educational, cultural, children’s, and informational programs had a major impact on standardizing literary norms in both formal and everyday speech.

The radio, as a central actor in linguistic diffusion, also had significant social impact. It reduced social and regional barriers: rural residents listened to the same spoken content as urban populations, creating a unified national cultural and linguistic code. This facilitated education, social integration, and national self-identification. The radio not only standardized language but also promoted cultural unification, introducing new words, terms, and expressions related to science, technology, and consumption for mass use.

Another important function of the radio as a central element of cultural diffusion was in shaping global consumer culture. Through advertising, music, and international broadcasts, the radio not only connected people across countries but also established universal consumer standards and spread modern lifestyles.

As noted earlier, the radio was the first medium capable of crossing state borders in real time. Shortwave broadcasting enabled programs and advertisements to reach vast territories, forming a global audience that responded to the same brands

and consumer products.²³

Radio advertising promoted loyalty to universal values such as cleanliness, comfort, health, success, and family. These values became associated with specific brands (Colgate, Coca-Cola, Procter & Gamble). By creating strong associations with global brands, radio contributed to the unification of consumer ideals and the establishment of a standardized model of “modern” life.

In the 1930s–1950s, international advertising networks (e.g., Walter Thompson) emerged, creating campaigns for various markets.²⁴ The radio allowed them to disseminate a brand’s uniform style through advertisements translated into different languages. This collaboration laid the foundation for global marketing and the development of transnational corporations.

The invention of the radio “jingle” was revolutionary, a melody or fragment of a song concluding with a product advertisement. Jingles often included company slogans set to music, significantly increasing brand recognition and desirability. Listening to jingles and advertisements also gave people a sense of being part of global modernity and the world cultural space. Consuming the same products became a symbol of participation in transcontinental trends.²⁵

The radio unified local markets, created a shared cultural space, standardized desires and lifestyles, and strengthened the position of major international corporations.²⁶ It laid the groundwork for television and internet advertising, establishing the basic rules of global consumer culture.

Conclusion

The radio, as the first mass electronic communication medium, represents a fundamental instrument of cultural diffusion in the 20th century. Its influence extends far beyond technical and media innovations—radio broadcasting shaped new social practices, organized and standardized linguistic space, and facilitated the spread of national and

20 Scannell, 1996, p.p. 60–61.

21 Hilmes, 2012, p. 87.

22 Briggs & Burke, 2009, p. 67.

23 McLuhan, 1964, p. 145.

24 Castells, 2010, p. 78.

25 McLuhan, 1964, 47.

26 Morley & Silverstone, 1990, p. 134.

global cultural codes.²⁷ It also acted as a mechanism of economic and cultural globalization, through advertising, it shaped consumer habits, while music and artistic programs ensured the transnational sharing of cultures.²⁸

The radio was not merely a means of transmitting information but a key technological and social institution of 20th-century cultural diffusion. It crossed

geographic and social boundaries, accelerated cultural export, import, and hybridization, shaped new identities, and deeply influenced the daily lives and worldviews of millions of people globally.

Thus, the radio should be viewed not just as a technology but as a mediator of cultural processes, having a long-term impact on identity formation and the transformation of cultural landscapes.²⁹

REFERENCES:

- Anderson B. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. – London: Verso, 2006. – 288 p.
- Castells M. *The Rise of the Network Society*. – Oxford: Wiley-Blackwell, 2010. – 606 p.
- Douglas S. J. *Listening In: Radio and the American Imagination*. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 2004. – 432 p.
- Hilmes M. *Only Connect: A Cultural History of Broadcasting in the United States*. – Boston: Wadsworth, 2012. – 496 p.
- Briggs A., Burke P. *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*. – Cambridge: Polity Press, 2009. – 400 p.
- Scannell P. *Radio, Television and Modern Life*. – Oxford: Blackwell, 1996. – 320 p.
- Lacey K. *Listening Publics: The Politics and Experience of Listening in the Media Age*. – Cambridge: Polity Press, 2013. – 240 p.
- Morley D., Silverstone R. *Domestic Communication – Technologies and Meanings // Media, Culture & Society*. – 1990. – Vol. 12, №1. – P. 31–55.
- Starkey G. *Radio: The Resilient Medium*. – London: Palgrave Macmillan, 2014. – 248 p.
- McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. – New York: McGraw-Hill, 1964. – 359 p.

²⁷ Scannell, 1996, p. 89; Briggs & Bruke, 2009, p. 102.

²⁸ McLuhan, 1964, p. 76.

²⁹ Douglas, 2004, p. 90.